



RED DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA



PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO FINESTRAT 2023 - 2026

Tabla de contenido

Introducción	3
Alcance y objetivo	4
Metodología	5
Finestrat: Contexto	8
Histórico.....	8
Territorial	8
Análisis sociodemográfico	10
Análisis Socioeconómico	11
Estadística de paro registrado	11
Turismo en Finestrat	14
Recursos turísticos.....	14
Contextualización	15
Oferta	16
Demanda y ocupación	19
Ciclo del viajero (procesos del visitante)	22
Redes sociales Finestrat	23
Promoción actual.....	26
Análisis DAFO	27
Evolución posicionamiento turístico	30
Productos turísticos a trabajar	31
Turismo deportivo	32
Turismo cultural.....	33
Ecoturismo.....	33
Previsión de la evolución post-plan.	34
Situación actual estrategia turística Finestrat	35
Ejes de actuación	40
Enfoque de los productos turísticos de Finestrat	50
Propuestas líneas de acción	50
Productos turísticos	53
Productos turísticos propuestos:	55
Gobernanza.....	61
Accesibilidad	65
Innovación	68
Conectividad	72
Inteligencia.....	74

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Información.....	76
Sostenibilidad.....	79

Introducción

El sector turístico opera en un entorno en constante transformación, caracterizado por la influencia de la globalización, el aumento de la competencia, los cambios en el comportamiento de los turistas, la creciente conciencia sobre los efectos del cambio climático y, sobre todo, la integración de la tecnología en nuestra vida cotidiana. Los turistas tienen ahora un acceso más amplio a la información y buscan nuevas formas de experimentar el turismo, lo que da lugar al surgimiento de nuevas tendencias.

En este contexto, los destinos turísticos se enfrentan al desafío de adaptar sus productos y servicios para satisfacer las necesidades de los visitantes y, al mismo tiempo, cumplir con las expectativas de los habitantes locales. Este panorama plantea retos significativos para las autoridades locales, que deben dejar de ser meros administradores y convertirse en impulsores activos de la innovación y la implementación de soluciones inteligentes en el sector turístico. Estas acciones ya no son responsabilidad exclusiva del departamento de turismo, sino que abarcan toda la organización de gobierno.

Este contexto de cambio exige transformaciones en los procesos y procedimientos de múltiples departamentos gubernamentales relacionados con la planificación y gestión de los destinos, y requiere un fuerte compromiso político. Aunque el papel de la administración local es crucial en esta nueva realidad, no debemos subestimar la importancia del sector privado y de los residentes locales en el destino turístico.

Para que las estrategias propuestas en el destino tengan éxito, es fundamental contar con la participación activa de todos los actores involucrados. La colaboración entre el sector público y privado, junto con la contribución de los residentes, es esencial para crear y ejecutar planes que permitan que los destinos turísticos prosperen en este contexto de constante cambio.

Alcance y objetivo

Finestrat es un destino consolidado dentro de la Costa Blanca. En los últimos años el desarrollo turístico del destino ha sido meteórico. Inició la aplicación del modelo de Destino Turístico Inteligente de la Comunitat Valenciana en 2016, y rápidamente se posicionó en el máximo nivel de la red autonómica. Posteriormente en 2019 entró a formar parte de la red nacional DTI de Segittur, donde participa activamente en los grupos de trabajo con los principales destino a nivel nacional.

En 2021 fue de los 11 destinos en obtener los fondos Next Generation de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino en su primera convocatoria extraordinaria.

En la actualidad, tiene el reconocimiento de Municipio Turístico de Excelencia, lo que le permite estar en la vanguardia del turismo a nivel autonómico. Para mantener y consolidar este crecimiento como destino turístico, se plantea este nuevo plan estratégico de turismo que marcará las directrices de los próximos años en materia turística de Finestrat.

Entre los objetivos principales del nuevo Plan Estratégico de Turismo 2023-2026, figura consolidar a Finestrat como un destino innovador y dinámico. Para ello se plantea continuar con la estrategia de la Comunitat Valenciana como un proyecto vertebrador del territorio que implica a todos los municipios turísticos en la puesta en marcha de Planes estratégicos de turismo.

Como pilar básico de todas las actuaciones, figura el desarrollo y fomento de acciones desde el eje de la gobernanza, como se ha venido realizando durante los últimos años en el municipio. Como se ha indicado en la introducción, se ha de implicar a todos los sectores del destino, empezando por el compromiso de la administración local, desde sus técnicos y funcionarios, al liderazgo por parte de la corporación municipal y contando en todo momento con el tejido empresarial y la población residente.

Estos objetivos sólo se pueden conseguir con una apuesta clara en la mejora de la gobernanza.

A partir de este eje, se plantea este proyecto que permitirá fijar las nuevas actuaciones necesarias para acometer el plan de acción en el municipio de Finestrat.

A lo largo de este documento, se definirán los objetivos que se enmarcan en el análisis y la planificación de nuevas acciones para Finestrat y que le permitan mejorar su competitividad turística en este modelo.

De manera aunada, se va a englobar la estrategia comentada anteriormente en el Plan Estratégico de Finestrat, aunado con las diferentes estrategias existentes en el destino y con las estrategias turísticas de la Comunitat Valenciana.

Con todo ello se busca la transformación del modelo turístico hacia capas más sostenibles. La estrategia general de sostenibilidad pone el énfasis en la actuación sobre el destino de Finestrat. Hay que recordar que el desarrollo sostenible del turismo exige la participación del conjunto del ecosistema turístico, donde se incluye los 3 niveles de la Administración y el propio sector privado.

Las entidades locales juegan un rol fundamental en la visión y gestión del destino. El bienestar de la población local mediante el desarrollo turístico debe ser un elemento prioritario en la gobernanza de los destinos.

¿Cuáles son los objetivos generales del plan en sostenibilidad? Apoyar a los destinos turísticos en su transformación hacia hubs o polos de innovación turística. Asimismo, alcanzar una mayor cohesión territorial, no solo relacionando la oferta y los destinos de cada territorio, sino, creando conexiones entre los destinos de distintas regiones.

Los resultados esperados de Plan son variados, tales como:

- Diversificar la oferta de destinos turísticos, que contribuyen a la generación de empleo, distribución de riqueza y cohesión territorial.
- Mejorar la sostenibilidad y la gestión del capital natural de sistema turístico.
- Mejorar los destinos turísticos, realizando inversiones transformadoras que redunden en la competitividad del destino.
- Incorporar la digitalización en la gestión de los recursos, infraestructuras y productos turísticos del destino.

Metodología

En una primera fase, se ha llevado a cabo una evaluación inicial de la situación turística

en el municipio. Este análisis se ha centrado en examinar las acciones relacionadas con la planificación estratégica y su estado actual. Paralelamente, se ha llevado a cabo un estudio exhaustivo que abarca diversos aspectos, incluyendo la geografía del municipio, los indicadores turísticos relevantes, el progreso en el ámbito turístico, el contexto socioeconómico actual y los planes en vigencia.

El resultado del proceso dará lugar a un DAFO, herramienta que nos permite analizar la realidad del destino y poder tomar decisiones de futuro. Gracias a este análisis se han establecido unas líneas de acción con acciones propias. Estas mismas han sido revisadas por el equipo técnico y el equipo de gobierno de Finestrat.

Estas acciones han sido revisadas con la participación social a través de la mesa de trabajo de SICTED, habiendo así participación público-privada para la definición y aprobación del Plan de Acción.

Las líneas de actuación están alineadas con la Agenda 2030. Estas se han definido con los diferentes ámbitos: productos turísticos, gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, inteligencia, información, innovación, marketing online y conectividad. Para cada una de las líneas de acciones se han definido planes de acciones específicos detallados en fichas que se contemplan al final de este documento.



FLUJO DE TRABAJO DEL PLAN ESTRATÉGICO

1

Análisis interno y externo

Se debe analizar la situación íntegra del territorio para comprender su estado actual.

2

Alineación con la gestión pública

Es importante alinearlos con los diferentes planes que cuente el destino.

3

Partes interesadas

La participación público-privada es esencial en el desarrollo del trabajo.

4

Líneas y propuestas de acción

Se desarrollan diferentes acciones establecidas en diferentes ejes de trabajo.

Tabla 1: Flujo de trabajo del Plan Estratégico de Finestrat 2023-2026,

Fuente: generación propia

Finestrat: Contexto

Histórico

Finestrat, por su situación geográfica, ha acogido numerosas civilizaciones a lo largo de su historia. Con restos del Paleolítico Superior y de las culturas ibérica y romana, el origen de Finestrat se remonta a 1.280, cuando Pedro III, hijo de Jaume I 'el conqueridor', otorgó la Carta Puebla a los lugareños.

Finestrat, pueblo con marcado acento morisco, refleja en la peculiar estructura de sus calles y sus restos arqueológicos, el encanto de los pueblos mediterráneos.

Destacamos los lugares más importante por su historia o el entorno natural que los rodea 'El Castell', la Torre, la ermita del 'Santíssim Crist del Remei', la Iglesia de 'Sant Bertomeu' y 'La Font del Molí'.

Territorial

Finestrat, en la comarca de la Marina Baixa, se encuentra en una de las zonas del litoral español de mayor crecimiento y desarrollo turístico, la mejor muestra de ello es el destino Benidorm. Su configuración geográfica le confiere una ventaja competitiva diferencial, por tratarse de un destino de costa con montaña (el Puig Campana) y un entorno natural digno de ser conservado. Es esta bipolaridad, característica de Finestrat, la que lo singulariza frente a otros destinos próximos; combinando magistralmente la zona de playa con la montaña, antiguo-moderno, tranquilidad-bullicio.

La configuración de la Cala de Finestrat, situada entre Benidorm y la Vila Joiosa, se ve muy influenciado por el desarrollo de estos municipios, por lo que las actuaciones a realizar se verán muy condicionadas.

En lo referente al pueblo de Finestrat, éste ha conservado su personalidad con un desarrollo turístico y comercial muy limitado. Su entorno natural, su identidad y la tranquilidad se constituyen en el principal valor turístico del pueblo a conservar y potenciar.

El Puig Campana y su entorno son uno de los referentes de mayor valor de la Marina Baixa, así como el recurso más querido por parte de los ciudadanos de Finestrat.

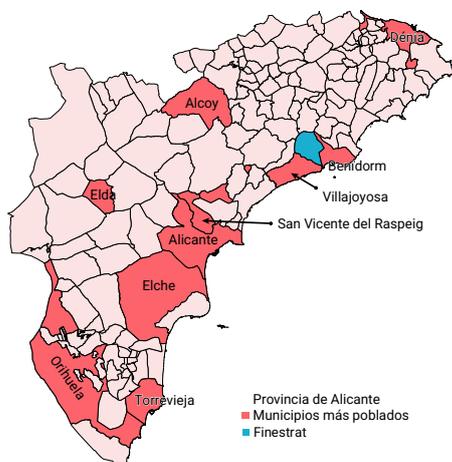
PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Finestrat se encuentra a sólo 8 minutos de Benidorm y a 50 kilómetros del aeropuerto de Alicante-Elche. Por carretera se accede a través de la autopista AP-7, por las salidas 65-A. Desde allí, una carretera local, conecta con la localidad en pocos minutos. También se puede acceder directamente desde la nacional N-332.

Aunque el casco histórico se encuentra en el interior, el término municipal cuenta con unos 267 metros de costa, desde la Punta del Tossal a la desembocadura del Barranco de la Cachola, en la cual se encuentra la llamada Cala de Finestrat; se trata de uno de los municipios de España con una salida al mar más pequeña. Esta playa de la Cala de Finestrat limita con los términos municipales de Villajoyosa, al suroeste, y de Benidorm, al noreste.

En su término municipal se encuentra la mítica montaña del Puig Campana, cuya cima alcanza los 1410 metros de altura. El parque temático de Terra Mítica ocupa también parte de los 42,25 km² del municipio.

Finestrat forma parte de la comarca de la Marina Baixa, limita con los términos municipales de Benidorm, Benimantell, Orcheta, Polop de la Marina, Sella y Villajoyosa.



Código INE	03069
Provincia	Alicante
Comarca	La Marina Baixa
Distancia a la capital de provincia (Km)	40
Superficie (Km ²)	42,25
Densidad de población (hab/Km ²) - 2021	175,18
Altitud (m)	264
Municipio costero	Sí
Banderas azules playas - 2022	0
Banderas azules puertos deportivos - 2022	0

Reparto de la población en el territorio

	Unidades	Hombres	Mujeres	Total
Núcleos	3	3.046	2.913	5.959
Diseminados	1	752	691	1.443
Total población		3.798	3.604	7.402

Datos a 1 de enero de 2021

Análisis sociodemográfico

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN

Datos a 1 de enero

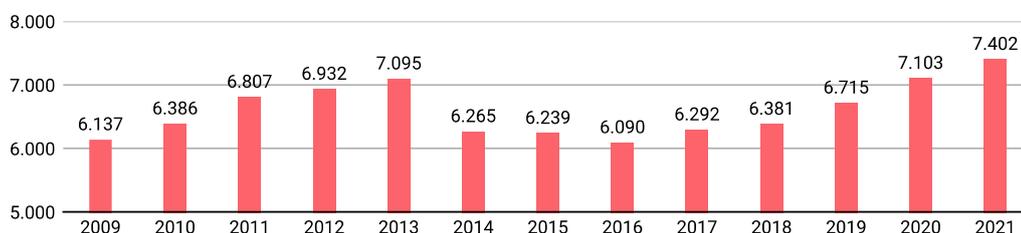


Gráfico 1: Fuente IVE 2022

La población de Finestrat ha ido fluctuando en las últimas décadas, con bajadas en períodos de crisis y subidas en años de expansión económica, confirmando su modelo municipal de construcción de segundas viviendas residenciales.

POBLACIÓN A 1 DE ENERO DE 2021 POR SEXO Y EDAD

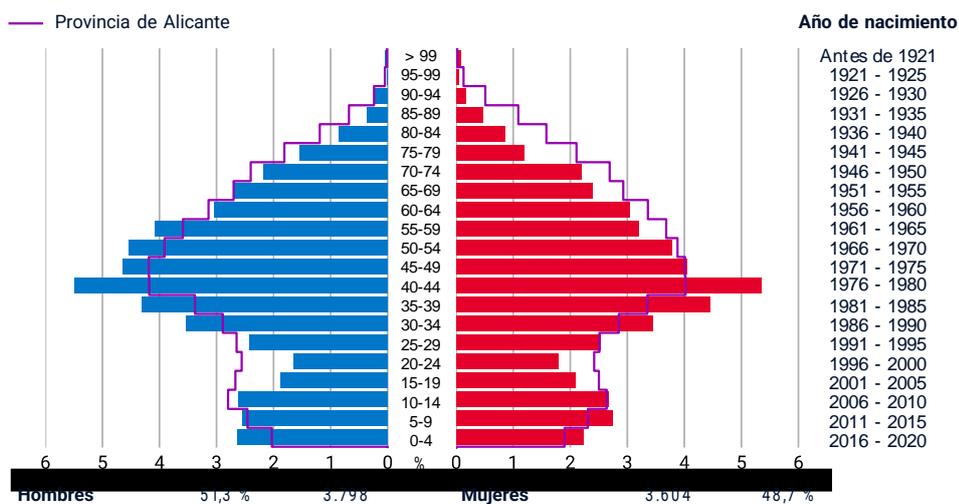


Tabla2: Fuente; Institut Valencià d'Estadística, <https://pegv.gva.es>

La media de edad de los habitantes de Finestrat es de 41,79 años, 0,61 años más que hace un lustro que era de 41,18 años.

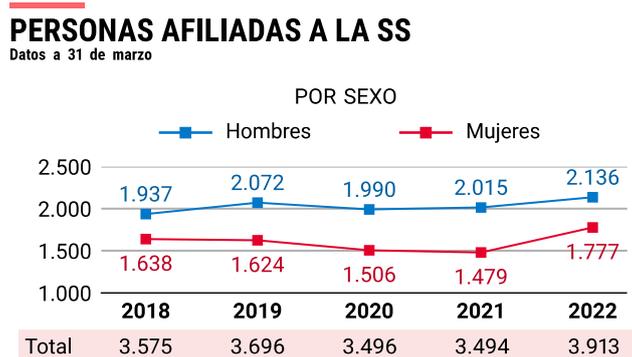
Según los datos publicados por el INE procedentes del padrón municipal de 2022 el 13.25% (1.048) de los habitantes empadronados en el Municipio de Finestrat han nacido en dicho municipio, el 39.46% han emigrado a Finestrat desde diferentes lugares de España, el 18.16% (1.436) desde otros municipios de la provincia de Alicante, el 2.58%

(204) desde otras provincias de la Comunidad Valenciana, el 18.73% (1.481) desde otras comunidades autónomas y el 47.29% (3.740) han emigrado a Finestrat desde otros países.

Análisis Socioeconómico

Estadística de paro registrado

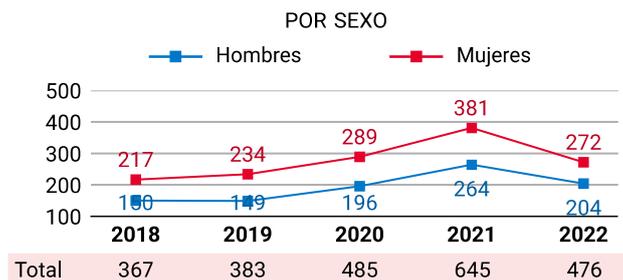
Según los datos publicados por la seguridad social, las personas afiliadas a la SS ha ido en aumento durante estos últimos años, salvo el período de 2020, que registró una bajada fruto de las consecuencias de la pandemia.



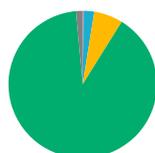
El paro registrado ha vuelto a retomar la tendencia de bajada durante 2022, después de superar los efectos de la pandemia. En 2022, había 272 hombres en situación de desempleo y 204 mujeres.

PARO REGISTRADO

Datos a 31 de marzo



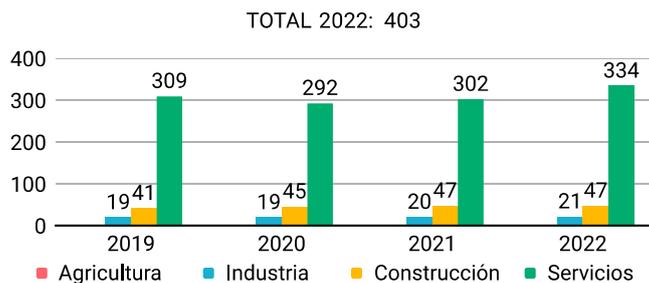
POR SECTOR DE ACTIVIDAD - 2022 %



Sector	%
Agricultura	0,2
Industria	2,3
Construcción	6,3
Servicios	89,7
Sin actividad económica	1,5

EMPRESAS INSCRITAS EN LA SS

Datos a 31 de marzo

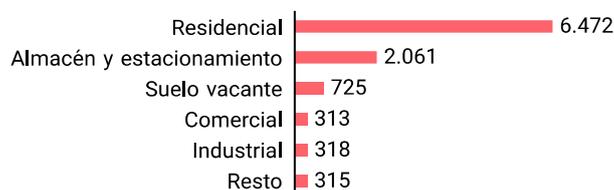


El dato de inscripciones en la Seguridad Social, nos indica la importancia del sector servicios en el municipio.

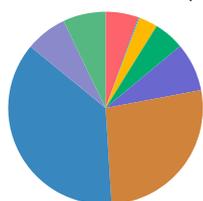
INMUEBLES URBANOS - 2020

Datos a 31 de diciembre

POR USOS



POR ANTIGÜEDAD (%)



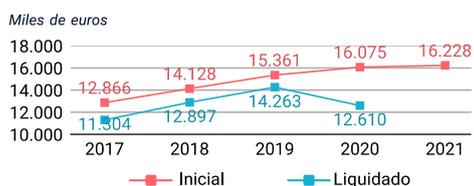
Antigüedad	Porcentaje (%)
Antes de 1950	5,5
1950 - 1959	0,2
1960 - 1969	3,1
1970 - 1979	5,1
1980 - 1989	8,1
1990 - 1999	27,0
2000 - 2009	37,0
2010 y posterior	6,9
Suelo vacante	7,1
Sin definir	0,0

TOTAL INMUEBLES: 10.204

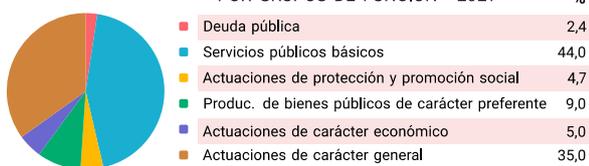
Inciendo en el modelo de segunda residencia del municipio, en la gráfica anterior se observa el alto porcentaje de inmuebles de uso residencial, triplicando el resto de tipologías.

PRESUPUESTO MUNICIPAL DE GASTOS*

Datos a 31 de diciembre
*consolidado



POR GRUPOS DE FUNCIÓN - 2021

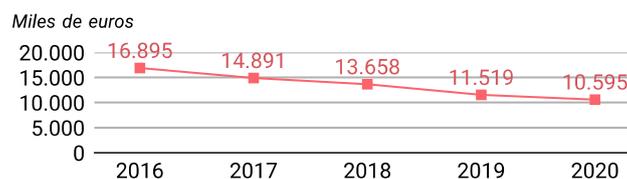


Un indicativo del crecimiento del destino en los últimos años, se ve reflejado en sus presupuestos anuales, los cuales han ido subiendo año tras año, alcanzando niveles de municipios con mucha más población.

En el siguiente gráfico se observa como ese incremento presupuestario ha permitido reducir la deuda municipal año tras año:

DEUDA VIVA MUNICIPAL

Datos a 31 de diciembre



Por último, y confirmando la importancia del turismo en el PIB municipal, se adjunta listado de las empresas activas en 2021, donde la mayoría pertenecen las sector de la hostelería y el comercio.

EMPRESAS ACTIVAS - 2021*

Datos del DIRCE a 1 de enero

*excepto sector primario

POR SECTORES DE ACTIVIDAD		DESGLOSE SECTOR SERVICIOS	
Industria	23	Comercio, transporte y hostelería	253
Construcción	100	Información y comunicaciones	11
Servicios	538	Actividades financieras y de seguros	6
Total	661	Actividades inmobiliarias	55
		Actividades profesionales y técnicas	110
		Educación, sanidad y servicios sociales	37
		Otros servicios personales	66

Turismo en Finestrat

Recursos turísticos

Los recursos territoriales turísticos son elementos tanto materiales como inmateriales que reflejan la realidad geográfica, natural, cultural, histórica, social o económica de una región turística, y pueden atraer flujos turísticos con beneficios económicos positivos. Estos recursos, junto con la demanda turística, las empresas turísticas y las instituciones, conforman el sistema turístico de una zona.

El producto turístico, por su parte, está compuesto por bienes y servicios destinados al consumo turístico, que buscan satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes. Es de vital importancia valorar estos recursos de manera sostenible, especialmente aquellos que son estáticos, como el medio ambiente y el paisaje, para diversificar y especializar la oferta turística. Además, es esencial que la sociedad local se beneficie de manera positiva del desarrollo turístico.

En cuanto a la clasificación de los recursos turísticos, se dividen en básicos o de primer orden, que por sí mismos generan un turismo relevante, como festividades, playas y patrimonio cultural. Por otro lado, existen recursos complementarios que necesitan asociarse con otros para atraer demanda. Estos últimos también pueden remodelar los recursos básicos y contribuir a una oferta turística más diferenciada.

Existen cuatro categorías de recursos turísticos: naturales o paisajísticos, histórico-monumentales, artesanales y gastronómicos, y folclóricos y festivos. Cada uno de ellos puede jerarquizarse según su atractivo turístico, desde aquellos que complementan otros recursos hasta los atractivos excepcionales a nivel internacional.

El proceso de gestión de estos recursos incluye la realización de un inventario y análisis territorial para identificar los recursos disponibles y determinar su potencial turístico. Es fundamental utilizar fuentes de investigación indirectas y realizar trabajos de campo para jerarquizar y valorar los recursos desde la perspectiva de su atractivo para el producto turístico.

Contextualización

Finestrat se encuadra dentro de la citada comarca de la Marina Baixa de eminente carácter turístico y fuerte dinamismo empresarial, sin prácticamente estacionalidad anual y cuyo modelo y público viene claramente influenciado por su ciudad vecina, Benidorm. Con una población real que oscila entre los 15 y los 30.000 habitantes a lo largo del año, el boulevard comercial referente de la comarca con cerca de 5 millones de visitantes y el Puig Campana como montaña referente para los deportes de naturaleza, se unen a una playa urbana de arena fina de medianas dimensiones pero alta ocupación, sumando esta oferta a un casco histórico tradicional que es, en estos momentos el recurso menos explotado turísticamente.

El peso específico de los principales recursos ha hecho perder, en parte, la sensación de pertenencia de los mismos al municipio en cuestión, Finestrat, siendo necesario dar la sensación de unidad y conectarlo dentro de una marca turística única, Finestrat, dando al residente y visitante un conjunto de soluciones y productos que mejoren su experiencia global así como conseguir una mejor distribución del flujo de personas e interacción tanto entre los mismos como entre los recursos mencionados. Los conceptos de sostenibilidad, movilidad sostenible, diversificación o integración son, entre otros, conceptos clave en el desarrollo del modelo turístico

El conjunto de acciones aquí propuestas redundan en optimizar y potenciar aquellos recursos turísticos clave del municipio, y buscan su integración con el fin de unificarlos en una oferta global diferencial y sostenible, poniendo en valor los mismos y fomentando la interacción y sensación de destino que integra una oferta variada, diferencial pero a la vez integrativa

Finestrat, además, trabaja en la implantación del modelo DTI desde 2016. Ha sido uno de los primeros destinos en Comunidad Valenciana en alcanzar el nivel 3 de la red autonómica y forma parte de la red nacional desde abril de 2019. Sus recursos turísticos, casco histórico y paisaje desempeñan un papel significativo en la puesta en marcha de actuaciones de carácter sostenible y duradero en el tiempo de acuerdo con lo establecido en sus dos planes directores DTI (2016-2019 y 2020-2023).

Es un territorio rico en recursos turísticos y naturales, y, en las últimas décadas, se ha posicionado como un referente turístico tanto a nivel provincial como autonómico.

Para continuar con la mejora de su modelo y posicionamiento turístico (siendo el segundo destino más buscado en el programa bono viaje CV en 2021 en toda la Comunidad).

Oferta

Finestrat posee diversos elementos claramente diferenciados, citándose aquí de sur a norte:

Cala de Finestrat, playa urbana de medianas dimensiones y fuerte ocupación (alrededor de 1.500 personas simultáneas en temporada alta), de carácter eminentemente familiar y que se nutre tanto de los turistas y residentes que viven en las edificaciones locales cercanas como de una zona de alta ocupación del municipio vecino de Villajoyosa

Siguiendo con la línea de edificaciones cercanas a la cala encontramos la zona de mayor dinamismo tanto local como comarcal, el BOULEVARD COMERCIAL DE FINESTRAT, área de grandes dimensiones y con diversas áreas zonificadas que acoge cerca de 5 millones de visitas anuales, para dar a entender su dimensión e importancia, en él se ubican los principales supermercados (Carrefour, Mercadona, Lidl, Aldi, ...) marcas comerciales de referencia (Media Markt, Decathlon, Conforama, Porcelanosa, Leroy Merlin, Makro o Bricomart, entre otros) restauración variada (B. King, Mcdonalds, Kentucky FC, Vips, Taco Bell, La Tagliatella, ...) 6 estaciones de servicio, el mayor centro comercial de la zona (CC La Marina) amén de otras marcas comerciales de entidad nacional e internacional.

Continuando hacia el norte, y sobrepasando la AP-7 encontraremos también diversas urbanizaciones modernas con un elevado nivel de crecimiento en los últimos años y que han supuesto un incremento exponencial de residentes del municipio, tanto censados como no, así como la proliferación de nuevas viviendas de uso turístico.

Posteriormente encontraremos el casco histórico tradicional, zona eminentemente residencial y administrativa local que, especialmente desde el año 2015 con la puesta en marcha de la ruta tematizada ha empezado a incrementar significativamente el uso turístico de la zona a lo largo del año, que antes era prácticamente exclusiva de un número limitado de viviendas vacacionales en temporada alta.

Para finalizar, y no teniendo en cuenta, por su escasa repercusión turística la zona del diseminado que separa principalmente el pueblo de la zona natural protegida, encontramos el emblema e imagen icónica de Finestrat, el Puig Campana; montaña catalogada como espacio natural protegido cuya gestión depende parte del consistorio, parte del Ente Gestor medioambiental correspondiente. El volumen de uso del mismo, ya muy significativo en las 2 últimas décadas, ha sufrido un incremento exponencial en la última anualidad especialmente asociado a la diversificación e interés del público general derivado de las consecuencias del COVID19. Zona de confluencia de diversos Pr-cv, montaña icónica y que ha acogido en los últimos años diversas pruebas deportivas relevantes (Aitana Trails, campeonato mundial de Km vertical o Costa Blanca Bike Race, entre otras) cuenta a diario de un elevado volumen de usuarios, que, en fin de semana y festivos ha pasado a convertirse en una zona relativamente masificada y cuya protección y uso se ha convertido en objetivo necesario e inaplazable, incluso anterior a los efectos del COVID19. Prueba de ello es el proyecto "Puig Campana Montaña Inteligente" que está desarrollando este Ayuntamiento con colaboración del ente gestor en estos 2 últimos años y que redundará en los conceptos de seguridad, diversificación y sostenibilidad a través de elementos tecnológicos.

Finestrat cuenta con la siguiente oferta turística:

OFERTA TURÍSTICA - 2021

Datos a 31 de diciembre

Establecimientos		Plazas	Establecimientos		Plazas
Hoteles	7	563	Albergues	0	0
Hostales	0	0	Pensiones	0	0
Apartamentos	928	4.129	Restaurantes	60	3.861
Campings	1	155	Agencias de viaje	7	-
Casas rurales	1	16	Empresas de turismo activo	2	-

Tabla 1: Fuente; Institut Valencià d'Estadística, <https://pegv.gva.es>

Establecimientos	NÚMERO	PLAZAS
Viviendas de uso turístico	797	3740

Tabla 2: Resto de oferta alojativa, fuente; Generalitat Valenciana, www.turisme.gva.es/datosabiertos

Además, y en cuanto a restauración, Finestrat cuenta con una importante oferta gastronómica en la zona de La Cala.

La oferta de ocio está ampliamente cubierta con los establecimientos que forman parte del bulevar comercial, donde hay un cine con 8 salas, zona de cafeterías y restaurantes.

Diferentes espacios de naturaleza, como:

- Área natural Sierra Cortina
- Área recreativa del Font del Molí
- Paisaje natural protegido del Puig Campana

En cuanto a servicios de transporte, Finestrat cuenta con diferentes estaciones cercanas, como son:

- Aeropuerto de Alicante – Elche
- La estación del tram en el bulevar comercial
- La estación de tren de Alicante

Demanda y ocupación

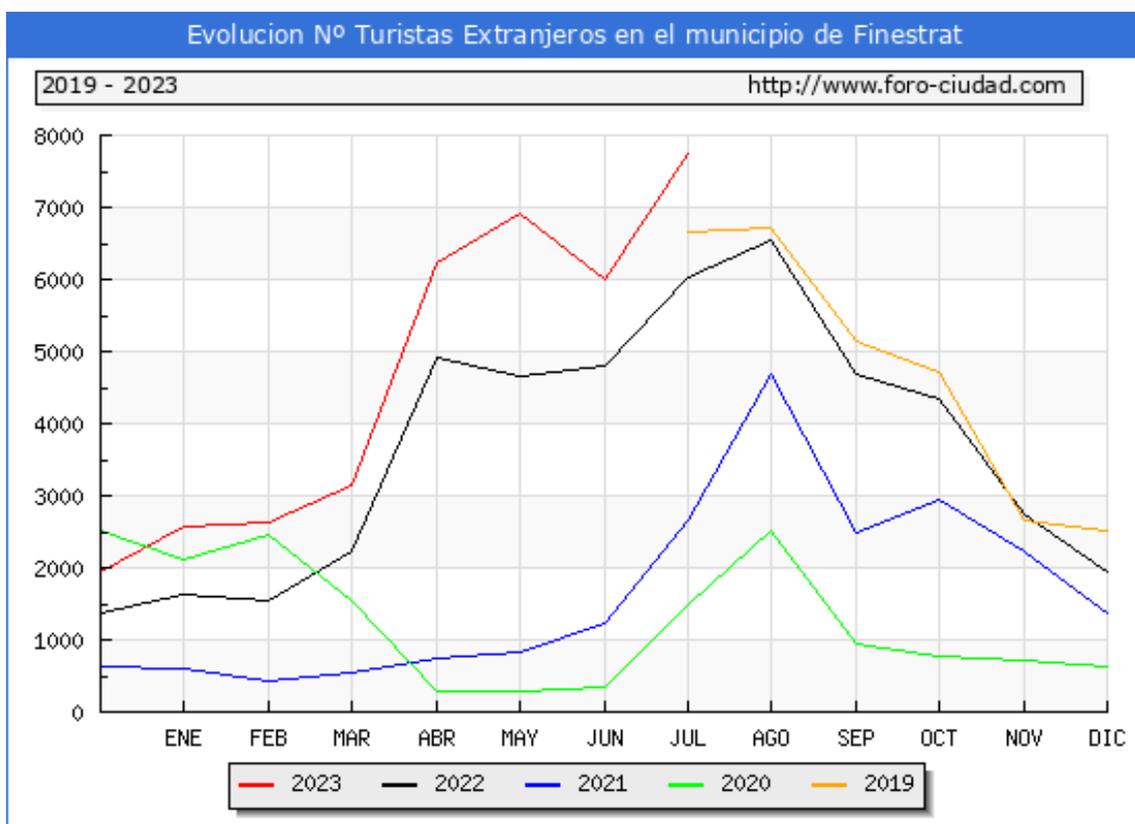
La demanda del destino viene dada por un perfil regional e internacional, con segundas residencias y apartamentos.

El perfil del demandante ha sugerido un turista de clase económica media, con segunda residencia, anclados al destino y limitados debido a la poca oportunidad de viajar a otros lugares. Este hecho surgió debido a la característica del mercado turístico varias décadas atrás, pues el mercado turístico era de demanda, así que las posibilidades de viajar con comodidad a precios competitivos eran limitadas lo que confinaba a esta clase media en sus residencias de verano.

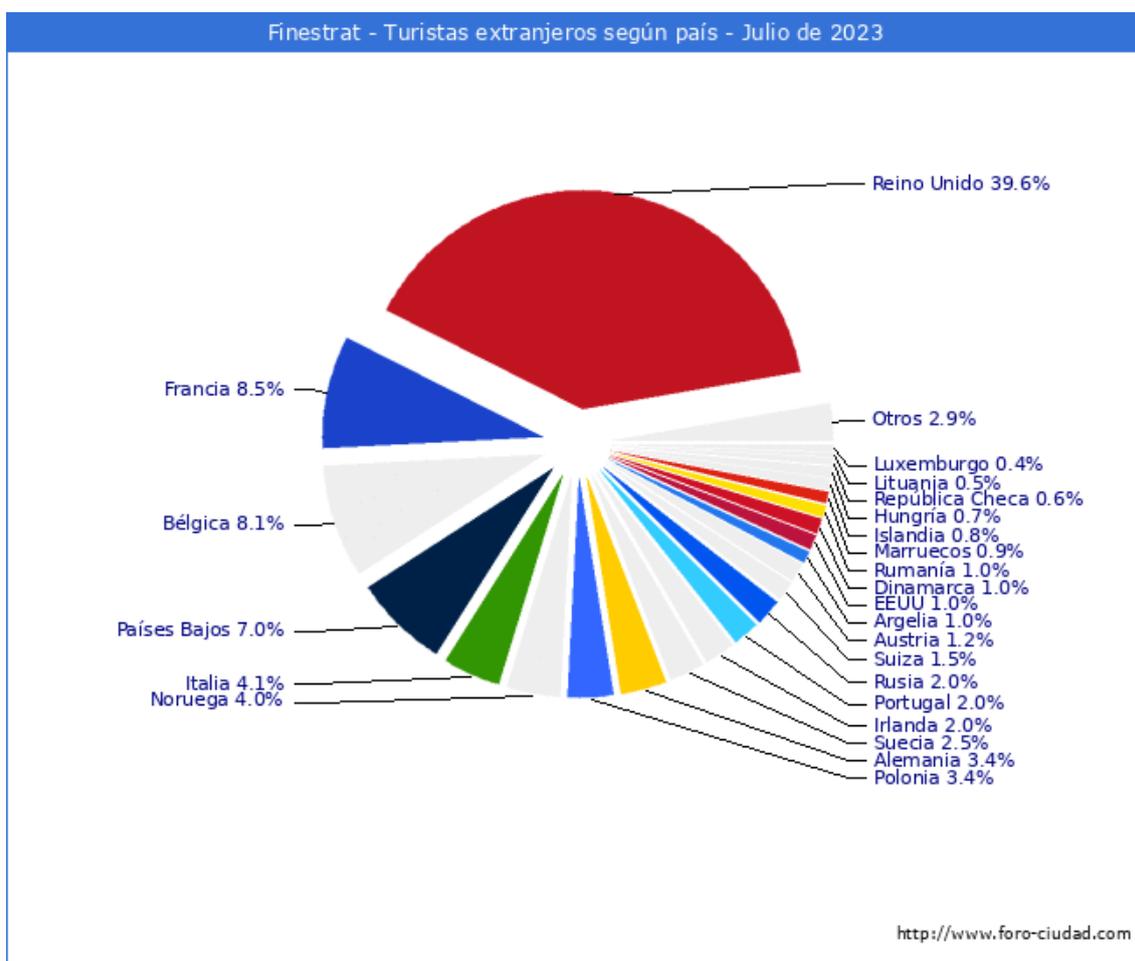
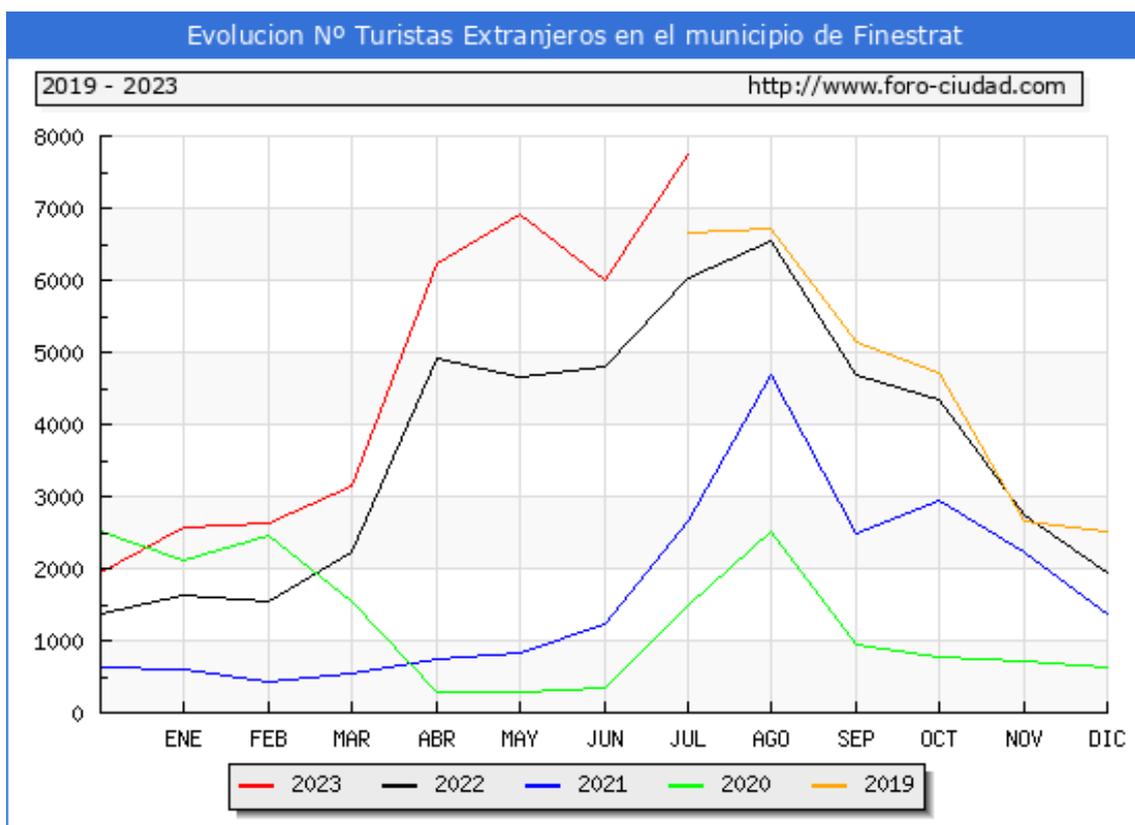
En Julio de 2023 el N° de turistas que visitaron* Finestrat fue de 20.796 un 20,1% más que en Julio de 2022.

Los turistas de origen internacional ascendieron a 7.742 un 28,3% más que en el mismo mes de 2022 y el n° de turistas nacionales fue de 13.054 un 15,7% más.

El n° total de turistas que han visitado Finestrat de Enero a Julio de 2023 ha sido de 78.199 un 25,6% más que en el mismo periodo de 2022, el total de turistas de origen nacional ha sido de 42.993 (+18,0%) y los de origen internacional 35.206 (+36,3%).



PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026



PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Estadísticas turísticas en otros municipios			
Municipio	Total Turistas Julio 2023	Diferencia Julio 2022	Top
Alicante/Alacant	192.873	+20.886 (12,1%)	13
Villajoyosa/la Vila Joiosa	31.745	+2.482 (8,5%)	180
Benidorm	292.897	+3.871 (1,3%)	6
Orxeta	583	-15 (-2,5%)	4.020
Sella	341	-103 (-23,2%)	5.006

En cuanto a la demanda de los turistas por diferentes mercados, podemos observar gracias a Google la búsqueda de diferentes palabras clave relacionadas con Alicante. Varían según mercado, pero existen diferentes campos semánticos, como: transporte; transporte público, ALSA, Drivalia Car Rental, Click Rent, Goldcar... Alojamiento; Meliá, NH, idealista... Recursos; Playas, Casco Antiguo, Cabo...

El interés por las búsquedas en Google crece los viernes, sábados, domingos y lunes. El resto de los días de la semana los potenciales turistas no hacen tanta búsqueda.

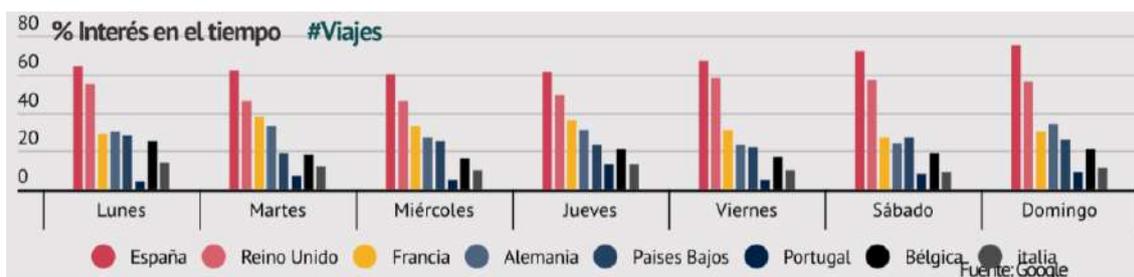


Tabla 3: Interés de los potenciales turistas según el día de la semana. Fuente; Google

Ciclo del viajero (procesos del visitante)

En cuanto al ciclo del viajero, podemos observar 3 fases bien definidas: el pre-viaje, el viaje y el post-viaje. En cada una de ellas encontramos diferentes estados, como bien pueda ser la voluntad del viaje, la planificación, la reserva... para el pre-viaje, por ejemplo.

La primera, el pre-viaje, consta de la planificación y la reserva, fase fundamental donde el potencial turista realiza una investigación del destino, valora diferentes opciones y elige que destino visitar. Esta parte es fundamental, ya que según el posicionamiento que tengas en internet obtendrás mejores resultados. Posteriormente el turista realiza la reserva, donde también es importante que disfrute de una experiencia sencilla.

Seguido, encontramos el propio viaje, donde el turista, tras decidir donde utilizar su tiempo libre y su dinero y realizar la reserva, se desplaza hasta el destino y hace uso de la infraestructura del lugar. También durante esta fase, el turista continua su búsqueda para conocer qué sitios desea visitar. Es importante facilitarles al máximo posible la obtención de información, procesos de reserva...

Por último, durante el post-viaje, el turista tiene la oportunidad de valorar que tal ha sido su experiencia y valorar y compartir a sus conocidos y contactos en RRSS qué tal ha sido la misma. Este intercambio de experiencias sirve para inspirar a futuros turistas.

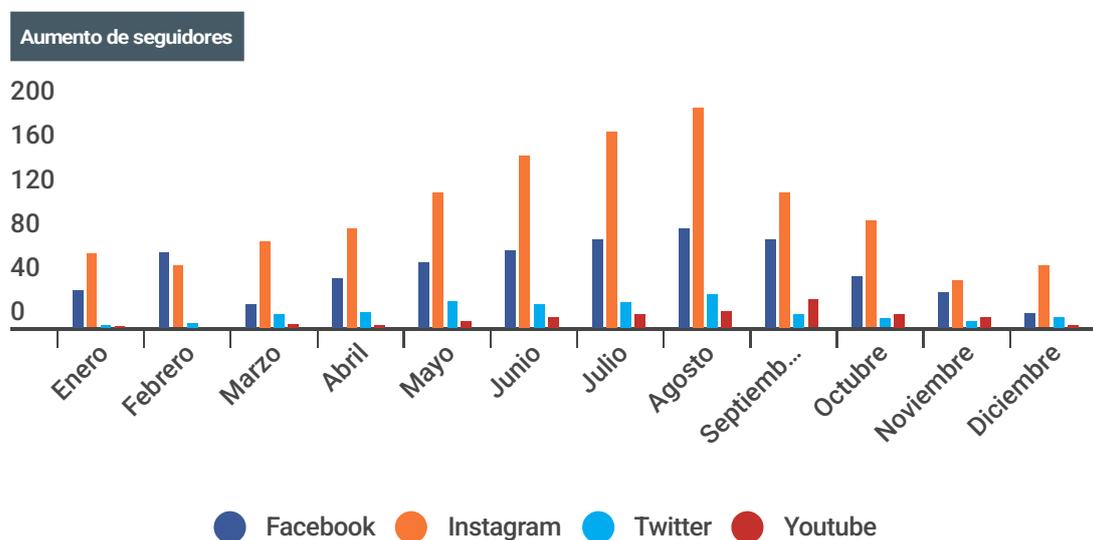
En el destino, Finestrat se encuentra bastante bien situado en la fase del pre-viaje, ya que cuenta con una web turística del municipio bien posicionada en las búsquedas. La planificación del viaje es bastante fácil y adecuada con el continuo trabajo del municipio. Aunque el posicionamiento de marca sea bueno, el municipio necesita potenciar el uso de RRSS.

En cuanto a la estancia, Finestrat cuenta con su oficina de turismo, ayudando así a los visitantes a resolver cualquier duda que pueda surgirles. También cuenta con paneles informativos de las diferentes rutas turísticas planteadas.

Por otro lado, en cuanto al post-viaje, Finestrat cuenta con un alto número de redes sociales con las que poder ponerse en contacto, dar feedback, "etiquetar al destino" y compartir, para que otros viajeros puedan interesarse en el municipio. Esto facilita la promoción que pueda venir dada por los propios turistas. Además, posibilita conocer las quejas, sugerencias u opiniones que los turistas puedan tener.

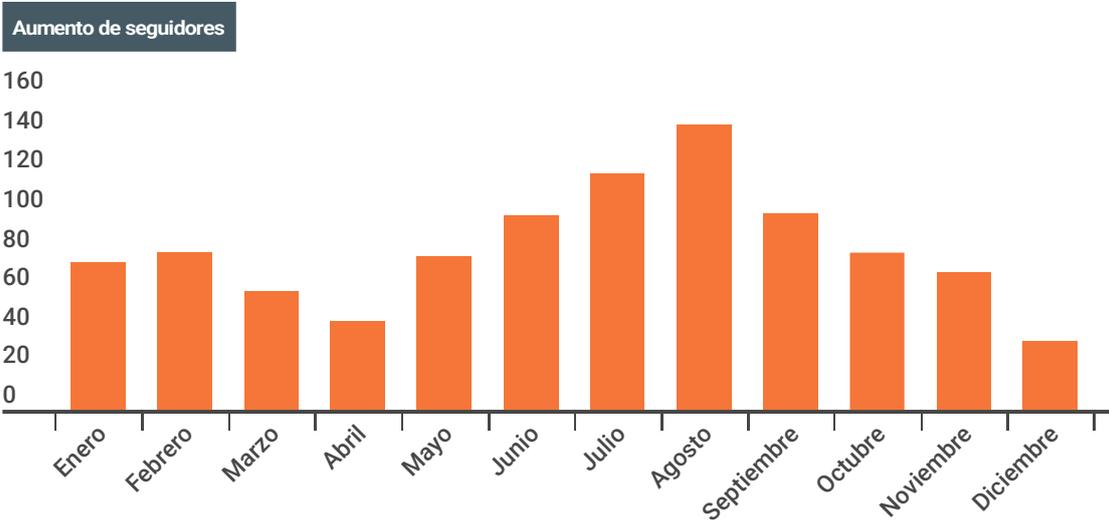
Redes sociales Finestrat

Para analizar las redes sociales de Finestrat, se detalla el informe anual de 2022 de sus principales perfiles:



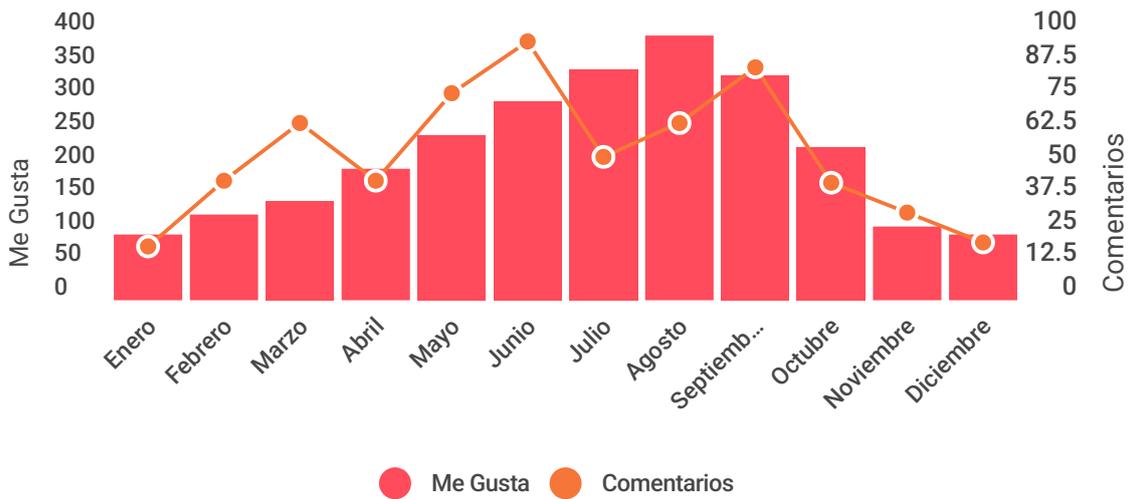
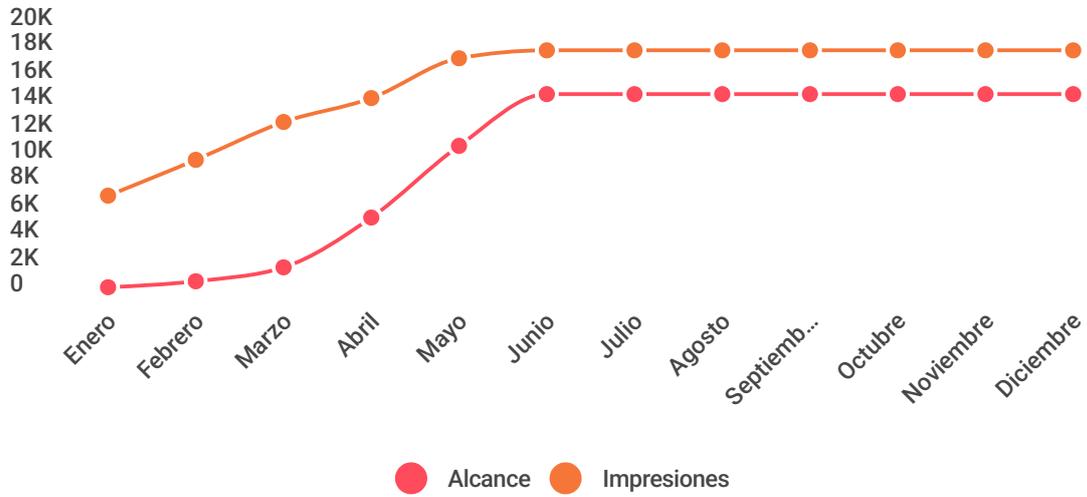
Canal	Publicaciones	Alcance	Impresiones	Me gusta	Compartidos	Comentarios
	59	27.714	85.799	3.020	-	36
	63	101.979	193.044	2.246	369	132
	42	-	4.168	98	60	0
	0	-	0	0	0	0
	-	21.138	26.855	-	-	-
Total	164	150.831	309.866	5.364	429	168

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026



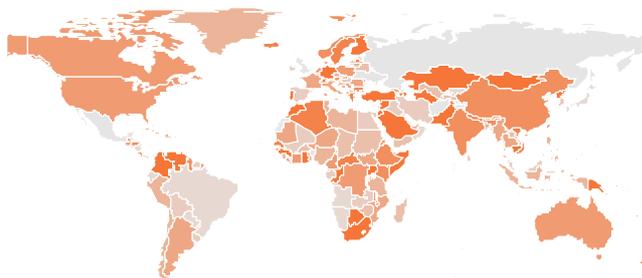
PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Instagram





Audiencia | Segmentación geográfica



	Pais	Seguidores	% Seguidores
	España	4684	70.29
	Italia	228	3.42
	Reino Unido	184	2.76
	Belgica	65	0.98
	Alemania	65	0.98
	Portugal	62	0.93
	Francia	50	0.75



Región	Seguidores	% Seguidores
Comunidad Valenciana	1518	89.24
Comunidad de Madrid	74	4.35
Región de Murcia	50	2.94
Baleares	32	1.88
Cataluña	19	1.12
Andalucía	4	0.24
Castilla-La Mancha	4	0.24



Provincia	Seguidores	% Seguidores
Alicante	1518	89.24
Valencia	74	4.35
Murcia	50	2.94
Barcelona	32	1.88
Madrid	19	1.12
Castellón	4	0.24
Albacete	4	0.24

Se inciden en los datos de Instagram, ya que en la actualidad es el perfil más representativo del destino. Se observa que los seguidores del perfil coinciden con el perfil de visitante a Finestrat.

Promoción actual

La promoción actual del destino viene gestionada por el departamento turístico del Ayuntamiento de Finestrat y ofrece información de carácter general del destino, con el

objetivo de promocionar sus recursos naturales y culturales, así como sus fiestas, gastronomía, comercio y ocio.

La Oficina de Turismo de La Cala está en proceso de certificación con la Q de Calidad Turística.

Dicha Tourist Info, al igual que la oficina del pueblo, ejerce la labor de información y comunicación, online como offline para la promoción del municipio.

Tanto en ella como en su portal web, podemos encontrar los diferentes folletos que brindan la información valiosa, necesaria y atractiva para los visitantes y turistas interesados en explorar la región o el destino. La importancia de los mismos viene dada ya que cumplen varios propósitos importantes, como bien son poder ofrecer información detallada sobre las atracciones, actividades, lugares de interés, eventos y servicios disponibles en el destino. Esto ayuda a los visitantes a planificar su viaje y tomar decisiones informadas sobre qué hacer y ver.

Finestrat cuenta con folletos como callejeros, que ayudan a los turistas a orientarse en el destino y a encontrar lugares de interés, restaurantes, hoteles y otras instalaciones importantes.

Estos folletos son una herramienta efectiva para promover las atracciones turísticas locales, pues impulsan el turismo y fomentan la visita a los lugares que no conocen los turistas. Estos folletos destacan los eventos especiales de Finestrat, así como sus actividades temporales que pueden estar ocurriendo durante la visita de un turista. Esto puede fomentar la participación en eventos locales y mejorar la experiencia del viaje.

Análisis DAFO

Debilidades

- Diferentes núcleos poblacionales dispersos.
- Transporte público deficitario.
- Territorio limítrofe con grandes destinos turísticos, con límites difíciles de acotar.
- Zonas de aparcamiento escasas en la zona de La Cala y el casco histórico.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

- Conservación del casco histórico.
- No hay una segmentación de clientes en la estrategia de promoción y venta de la localidad.
- Limitada oferta de ocio en la localidad, canibalizada por la oferta de los destinos vecinos.
- Falta de concepto unificado de la ciudad como producto turístico por parte del sector privado.
- Las asociaciones empresariales locales no aprovechan las sinergias de trabajar entre ellas y con el equipo de gobierno, perdiendo efectividad el conjunto de acciones realizadas de forma individual por cada asociación empresarial local y las concejalías correspondientes.

Amenazas

- La política urbanística del entorno geográfico (comarca) de Finestrat condiciona la propia imagen turística.
- Fractura social derivado de la no integración de los residentes extranjeros.
- Competencia creciente de los municipios vecinos en los sectores comercial y de servicios.
- Empobrecimiento de la oferta local.
- Pérdida de identidad del municipio.
- Imagen de sostenibilidad de los destinos costeros maduros. Imagen de sostenibilidad de Sol y Playa.
- Efectos del cambio climático en los recursos naturales del destino.

Fortalezas

- El término municipal cuenta con todo tipo de oferta turística.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

- Alta existencia de planificación estratégica en el destino, “PMUS”, “Agenda 2030”, “Plan Director DTI”
- Apuesta por la protección medioambiental en su política urbanística.
- Existencia de recursos naturales de elevado valor ecológico (Puig Campana) y flora y fauna representativa.
- Playa con el distintivo de bandera azul.
- Existencia de infraestructura municipal de promoción: Tourist Info y Concejalía de Turismo.
- Existencia de patrimonio etnológico en el museo local.
- Desarrollo urbanístico equilibrado con relación a las poblaciones de su entorno.
- Municipio con gran cantidad de culturas debido a la existencia de población de diferentes países de origen.
- Localización cercana de los principales mercados de turistas.
- Cercanía al Aeropuerto de Alicante.
- Salida propia autovía AP7.
- Bulevar comercial de referencia en la comarca.
- Modelo DTI completamente implantado.

Oportunidades

- Apuesta por parte del Gobierno local en el desarrollo de servicios de naturaleza turística.
- La orientación hacia el turista supone un aumento de la calidad de vida al ciudadano local, gracias a la implantación de nuevas infraestructuras.
- Aprovechamiento del Campo de Golf para instaurar turismo deportivo/salud.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

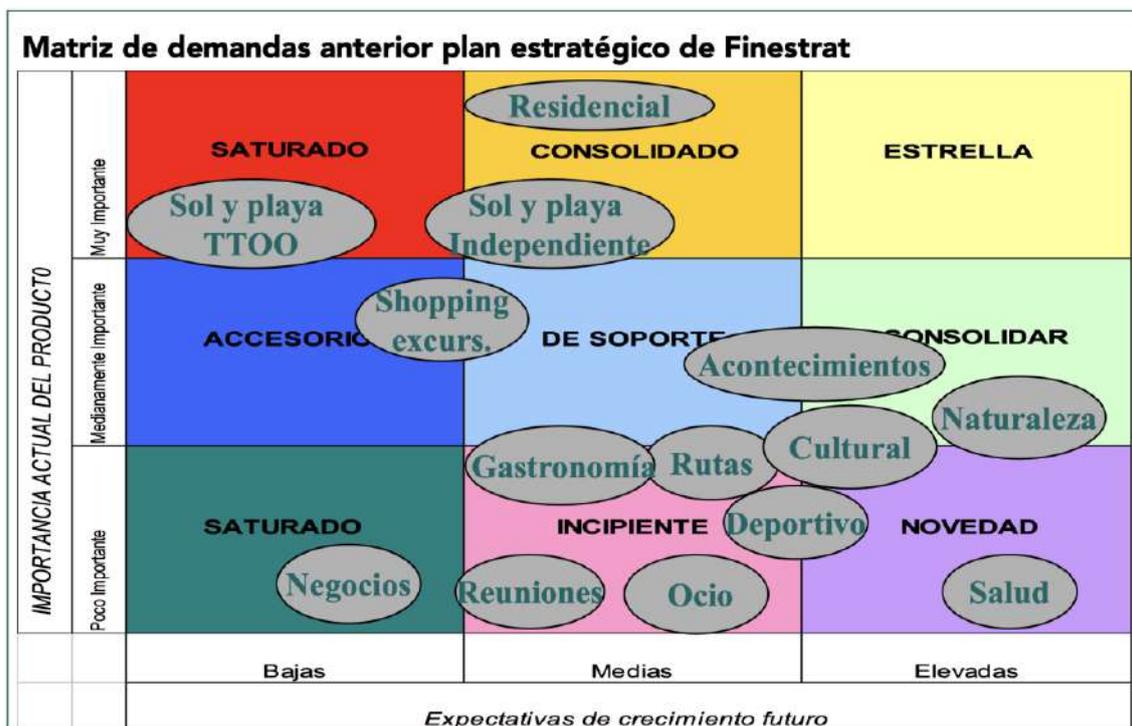
- Diferentes periodos de vacaciones, permite ampliar el número de destinos a visitar para un mismo turista.
- Existe una creciente demanda de turismo de tercera edad y extranjero en la zona.
- La creciente sensibilidad medioambiental abre las posibilidades a la promoción del municipio en cuanto a la naturaleza y el entorno.
- Establecimiento de nuevos productos que ayuden a diversificar la demanda, apoyando la desestacionalización.

Evolución posicionamiento turístico

La motivación principal para visitar el destino siempre ha girado en torno al producto de sol y playa, enriquecido por la oferta complementaria del destino. Finestrat ha trabajado desde su anterior Plan Estratégico de Turismo para consolidar diferentes productos, como el ecoturismo y el turismo deportivo.

Actualmente, estos productos complementarios han ganado peso respecto la anterior revisión, pero deben continuar trabajando para consolidarlos adecuadamente para garantizar una posición competitiva respecto otros mercados.

En la siguiente matriz, analizamos los puntos de partida del anterior plan estratégico de turismo, donde se apostaba por la mejora del modelo de Sol y Playa, y aparecían una serie de productos turísticos a desarrollar dentro del destino.



De los resultados obtenidos, se puede observar cómo el principal producto turístico, instaurado hace décadas en el destino continúa siendo el Sol y Playa. El nivel de atractivo respecto los demás productos turísticos se sitúan por encima.

Mediante las dinámicas y en colaboración con el gobierno municipal, se establecen los diferentes productos turísticos que Finestrat como el turismo familiar, el turismo accesible, el ecoturismo... El destino debe trabajar para posicionar estos productos complementarios al Sol y Playa, tratando de establecerlos en una posición atractiva/referente de mayor calidad.

Productos turísticos a trabajar

Tras el análisis realizado y encontrada la importancia de los diferentes recursos, se prioriza el trabajo necesario para establecer los diferentes productos turísticos que Finestrat tiene que desarrollar.

Estos productos suponen una importancia significativa, debido a que, por diferentes razones, influyen en el atractivo y la competitividad del destino. Estos productos turísticos suponen la generación de ingresos económicos, ya que los visitantes van a pasar más

tiempo en el destino, contribuyendo a la economía local. Asimismo, supone también la creación de empleo, puesto que genera oportunidades de trabajo para los residentes locales.

Los productos turísticos planteados, además, suponen un desarrollo de infraestructura, pues para satisfacer las necesidades de los visitantes, ciertos recursos deben ser adecuados. Asimismo, supone el desarrollo y la promoción del patrimonio cultural y natural, tanto como la identidad local, como el deporte, la cultura y la naturaleza, siempre coexistiendo con el Sol y Playa.

El turismo de sol y playa supone una de las actividades turísticas que se realizan en playas y zonas costeras. Éste es uno de los que más impacto tiene en Finestrat. Además, conlleva diferentes tipologías turísticas complementarias, como el turismo activo, náutico... Este necesita una adecuación al ritmo frenético que los turistas demandan en la zona.

Aunque esta tipología turística ha sido tradicionalmente la preferida por las familias, en los últimos años ha ido perdiendo peso frente a otras opciones como el turismo cultural, el senderismo, el turismo gastronómico y el ecoturismo. Para atraer este tipo de turismo, es crucial ofrecer una oferta completa y atractiva para las familias, con experiencias gratificantes, educativas y seguras. Las familias buscan destinos donde puedan desconectarse de los problemas y disfrutar de tranquilidad y paz durante sus vacaciones. Finestrat debe trabajar también en pro del turismo familiar y accesible.

Turismo deportivo

Pilar de Horadada cuenta con una amplia infraestructura donde poder realizar deporte. Tanto sus instalaciones municipales, carriles bici, playas o los propios espacios naturales, están adaptados para recibir turistas con la finalidad de ejercer actividades deportivas.

Actualmente, Finestrat promociona las diferentes rutas de snorkel o para embarcaciones deportivas como motos de agua, aprovechando las instalaciones del club náutico Torre Horadada.

Esta modalidad ayuda a diversificar la oferta turística, aprovechar los recursos naturales, promover un estilo de vida activo y generar ingresos económicos. Además, atrae eventos deportivos y contribuye al desarrollo sostenible del destino. Esta estrategia puede atraer a una variedad de turistas interesados en deportes acuáticos, al aire libre y en mantenerse activos durante sus vacaciones.

Las condiciones climáticas que Finestrat disfruta puede ayudar a la desestacionalización, pues el disfrute de su entorno en actividades deportivas puede atraer turistas.

Turismo cultural

Para aprovechar el patrimonio cultural de Finestrat y convertirlo en un producto turístico atractivo, es fundamental llevar a cabo una planificación estratégica que destaque las características únicas de la localidad. El producto turístico basado en el patrimonio cultural de Finestrat puede seguir una ruta o circuito turísticos que destaquen los diferentes puntos de interés cultural en el destino. Esto puede incluir una ruta histórica que pase por los diferentes edificios emblemáticos, complementario a una ruta gastronómica que destaque la cocina local. Destaca el arte y la artesanía locales como parte de la experiencia turística, incluyendo la visita a talleres de artesanos, promocionando sus productos artesanales.

Se pueden establecer además programas de educación y talleres que permitan a los visitantes aprender sobre la historia, cultura y las tradiciones locales de Finestrat.

Los productos turísticos centrados en el patrimonio cultural deben ir siempre en concordancia con la normativa actual, como la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.

Ecoturismo

Dicho producto propone el uso y disfrute de las zonas de parajes naturales. Este producto puede ayudar a la conservación de la biodiversidad y la promoción de la sostenibilidad, además de diversificar la oferta turística, educar a los visitantes, generar ingresos económicos y atraer a un público comprometido con la protección del entorno natural. Es esencial planificar cuidadosamente y gestionar el ecoturismo de manera responsable para maximizar sus beneficios y minimizar cualquier impacto negativo.

En Finestrat se pueden establecer diferentes acciones para poder potenciar el uso de los recursos establecidos en el ecoturismo, como Lo Monte, sus rutas o sus costas y playas.

Podemos afirmar que el ecoturismo desempeña una función crucial en el desarrollo sostenible y la preservación del entorno natural de un destino turístico. Contribuye significativamente a la conservación de los ecosistemas marinos, generando conciencia sobre su importancia y promoviendo prácticas de preservación. Además, fomenta la

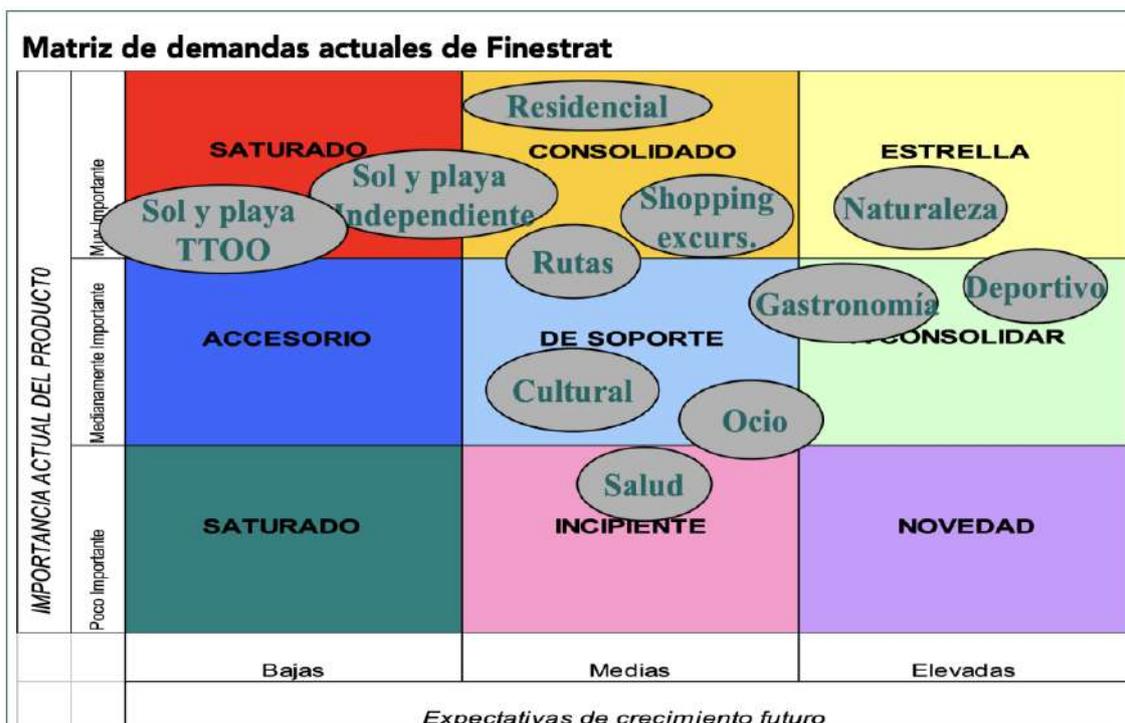
apreciación de la cultura local al ofrecer experiencias auténticas, lo que es altamente valorado por los visitantes internacionales. Asimismo, brinda la oportunidad de conocer la cultura local, la gastronomía tradicional y las iniciativas de sostenibilidad de la comunidad.

Previsión de la evolución post-plan.

La evolución de la situación posterior al plan sitúa nuevos productos, complementarios al Sol y Playa, dinamizando la oferta establecida en el municipio. Esto hace que la percepción del Sol y Playa se consolide todavía más y sea algo más atractivo. El ecoturismo y el turismo deportivo consiguen consolidarse, siendo similarmente atractivos.

El turismo urbano/cultural surge como emergente, pues los actuales recursos culturales toman mayor peso en el motivo para la recepción de turistas. Asimismo, se establece como emergente el turismo accesible. La infraestructura del municipio se adecúa en base a la normativa correspondiente. La propia coyuntura del municipio acentúa la necesidad de la puesta en valor de la accesibilidad en Finestrat.

El turismo de salud, como complemento del eco-turismo y turismo deportivo, aparece también como un producto a desarrollar en los próximos años.



Situación actual estrategia turística Finestrat

Se está trabajando desde hace unos años en la gestión y promoción de una nueva marca del destino, conectada con uno de los puntos diferenciales del municipio con respecto a sus competidores en la comarca. Puede presumir de tener un amplio abanico de oferta turística, desde el sol y playa tradicional, a deporte de montaña y actividades al aire libre, pasando además por tener el bulevar comercial más importante de la comarca con 5 millones de visitantes al año.

Se ha llevado a cabo un importante esfuerzo en aumentar la oferta complementaria y desde el ayuntamiento se han definido nuevos servicios tanto en las playas como en el casco histórico. La ruta “Descubre Finestrat” es un claro ejemplo de estas actuaciones.

El incremento de la oferta complementaria se ha visto reforzado también a través de la construcción del centro BTT con un alojamiento asociado, colocándose como referente a seguir en este tipo de ofertas. Siendo en la actualidad uno de los establecimientos con mayor demanda en el programa de Bono Viatge de la Comunitat Valenciana.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Dentro de la estrategia de incremento de oferta alojativa, continúan de manera constante las altas de viviendas para uso turístico y se está construyendo un nuevo hotel en la zona del bulevar comercial,

La mejora de la conectividad y la movilidad es un tema en el que todavía hay mejoras a realizar y donde se deben dirigir los esfuerzos en los próximos años.

Dentro de la estrategia DTI, el área de marketing online cobra especial importancia. La falta de recursos propios es una de las debilidades que tendrá que solventar el futuro plan director DTI.

Se detallan a continuación, los principales retos y objetivos que han marcado la estrategia turística en los últimos años:

RETOS	Mejorar el acceso, el uso y la calidad de las TIC
OBJETIVOS	Mejora de conectividad, como la implantación de conexión de banda ancha y la instalación de sensores que permitan la recogida de datos en tiempo real para optimizar la toma de decisiones y adaptar los productos o servicios turísticos a las necesidades de los visitantes.

RETOS	Poner la tecnología al servicio del residente y del turista
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">- Mejorar el acceso, el uso y la calidad de las TIC.- Promoción de un turismo innovador, basado en los recursos culturales y territoriales, mediante el uso de las TIC.- Modernización de la Web municipal de turismo con un programa de turismo digital.- Mejora de la conectividad, a través de implantación de conexión de banda ancha.

RETOS	Generación de nuevos productos y servicios turísticos
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Generar contenidos turísticos digitales - Crear paquetes turísticos diversificando la oferta, para su difusión online como complemento en la web municipal

RETOS	Conocer las necesidades de los turistas y los ciudadanos en tiempo real
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Renovación tecnológica y digital de la Administración electrónica. - Creación plataforma multiservicio - App móvil servicios públicos y recursos turísticos - Portal web servicios públicos - Portal web Centro Histórico

RETOS	Conservar y proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Proyectos e intervenciones de regeneración ambiental y adecuación de itinerarios y rutas turísticas - Plan de mejora de calidad del aire: <ul style="list-style-type: none"> a. Cinturón Verde en el perímetro para la mejora paisajística y ambiental b. Actuaciones para la mejora de los servicios públicos y del alcantarillado en espacios degradados

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

	<p>c. Adecuación de solares y su destino como parques urbanos</p> <ul style="list-style-type: none">- Redacción de un Plan de Movilidad Urbana Sostenible.- Proyectos de reurbanización, peatonalización, control y gestión del tráfico de entornos urbanos con actuaciones de mejora de accesibilidad.- Construcción de tramos de carril bici
--	--

RETOS	Favorecer el paso a una economía de bajo nivel de emisión de carbono en todos los sectores.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">- Plan de mejora del alumbrado eléctrico público- Plan de Rehabilitación con mejora de eficiencia energética de los edificios de equipamientos públicos.

Plan de acción Finestrat DTI

Líneas estratégicas y actuaciones: hoja de ruta Finestrat DTI

Paralelamente al desarrollo del presente plan estratégico de turismo, en el destino, se está trabajando en la implantación y ejecución del plan director DTI 2020-2023.

A continuación, se resumen las líneas de trabajo que plantea este plan director.

Dentro del modelo DTI-CV:

1. Modernización de la administración local.
2. Mejora de la conectividad y sensorización del territorio.
3. Implementación de sistemas de información en tiempo real.
4. Generación de productos y servicios turísticos innovadores.
5. Digitalización y virtualización de los recursos turísticos.
6. Mejora en el posicionamiento online y comercialización de productos turísticos.
7. Fomento de la innovación y el emprendimiento turístico.

Ejes de actuación



GOBERNANZA
Estructura de gestión turística
<ul style="list-style-type: none">• Modernización de la administración local• Creación ente gestor estrategia DTI (oficina técnica, Smart office)
Estrategia y operativa turística
<ul style="list-style-type: none">• Plan director de Destino Turístico Inteligente• Fomento colaboración público-privada

SOSTENIBILIDAD	
Eficiencia energética	
	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de mejora del alumbrado eléctrico público • Plan rehabilitación con mejora de eficiencia energética de los edificios de equipamientos públicos
Sostenibilidad de atractivos y empresas turísticas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de mejora de calidad del aire • Regeneración ambiental y adecuación de itinerarios y rutas turísticas • Cinturón verde en el perímetro para la mejora paisajista y ambiental • Actuaciones para la mejora de los servicios públicos y del alcantarillado en espacios degradados • Adecuación de solares y su destino como parques urbanos
Planeamiento urbano	
	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo Plan General Urbano sostenible
Cambio climático	
	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación de la estrategia a los ODS de la ONU • Plan de medidas contra el cambio climático
Recogida y tratamiento de residuos	
	<ul style="list-style-type: none"> • Sensorización de la recogida de basuras • Optimización en el uso del agua
Optimización en el uso del agua	
	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento de la reutilización del agua • Sensorización de los sistemas de abastecimiento de agua

ACCESIBILIDAD	
Accesibilidad turística integral	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la accesibilidad en itinerarios y rutas turísticas

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

- Proyectos de reurbanización, peatonalización, control y gestión del tráfico de entornos urbanos con actuaciones de mejora de accesibilidad
- Creación de productos turísticos específicos

Movilidad sostenible

- Redacción Plan de Movilidad Urbana Sostenible
- Adecuación de itinerarios urbanos-ciclistas desde el núcleo urbano a los colegios, con criterios de peatonalización y seguridad en las rutas, especialmente desde barrios desconectados
- Construcción de tramos de carril bici

Promoción del turismo accesible

- Generar material promocional específico
- Adaptación de los puntos y sistemas de información
- Sensibilización en torno al turismo accesible

INNOVACIÓN

Transformación digital

- Mejorar el acceso, el uso y la calidad de las TIC
- Renovación tecnológica y digital de la Administración electrónica

Gestión de la innovación

- Participación en proyectos de I+D+i
- Creación de un Smart lab
- Fomento de proyectos emprendedores

CONECTIVIDAD

Conectividad en destino

- Implantación de banda ancha y WIFI en el destino
- Mejora cobertura móvil

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

- App móvil servicios públicos y recursos turísticos
- Portal web servicios turísticos
- Portal web Centro Histórico

Sensorización del territorio

- Plan de sensorización recursos turísticos
-

SISTEMA DE INFORMACIÓN

Inteligencia

- Creación plataforma multiservicio
- Apertura de datos para impulsar el desarrollo económico y social

Marketing online

- Modernización de la web municipal de turismo con un programa de turismo digital
- Plan de Marketing online y de social media marketing
- Generación contenidos turísticos digitales
- Creación paquetes turísticos diversificando la oferta, para su difusión online como complemento en la web municipal

PROYECTOS EN MARCHA

ÁREA 1 PROMOCIÓN ECONÓMICA

Turismo	
Proyectos en marcha	Mejora ruta descubre Finestrat Digitalización recursos turísticos 360º
Nuevas propuestas	<p>MEJORA POSICIONAMIENTO MARCA “FINESTRAT”</p> <p>Finestrat, por las acciones que está llevando a cabo durante estos últimos años, se está convirtiendo en un referente, tanto a nivel provincial, autonómico y nacional. Se apuesta por un incremento de las acciones de comunicación y gestión de marca. Por ello se plantea llevar a cabo el desarrollo de un plan de marketing y comunicación del municipio, tanto desde un enfoque turístico como de un enfoque municipal.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <p>Desarrollo estrategia comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión perfiles sociales del ayuntamiento • Gestión de la comunicación corporativa • Posicionamiento web proyecto Smart destination • Información actualizada para residentes y visitantes • Cuadro de mando con informes sobre situación • Seguimiento de las acciones de promoción <p>OFICINA TURÍSTICA DTI</p> <p>Ofrecer una oficina turística con la última tecnología, es requisito imprescindible para un destino que trabaja en clave DTI. Las políticas de digitalización del territorio deben tener un reflejo en las sedes municipales. La Tourist Info es la puerta de entrada habitual del visitante al destino, por lo que debe estar alineada con la estrategia DTI. Dotar a ese espacio con la última tecnología es clave para empezar a gestionar desde el primer momento la experiencia del turista en el territorio.</p>

	<p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de realidad aumentada • Uso de realidad virtual • Mejora de la experiencia de los visitantes • Centro de atención al visitante interactivo • Servicio digital 24/7 • Edificio accesible
--	---

1.3. Emprendimiento	
Proyectos en marcha	Fomento del emprendimiento y laboratorio de pruebas en el modelo DTI
Nuevas propuestas	<p>FOMENTO EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN</p> <p>Disponer de un ecosistema de emprendimiento, que facilite la investigación, la innovación y la puesta en marcha de proyectos pilotos en el territorio será otro de los objetivos clave en la estrategia DTI para los próximos años.</p> <p>Facilitar la puesta en marcha de empresas con base tecnológica permitirá a Finestrat liderar proyectos innovadores exportables a otros destinos.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <p>Fomento emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo creación startups • Laboratorio de pruebas en el territorio • Cursos de formación • Colaboración con universidades y centros tecnológicos • Puesta en marcha de proyectos pilotos • Proyectos de referencia a nivel europeo

Área 2: Transformación digital territorial

2.1. Ciberseguridad y despliegue del 5G	
Proyectos en marcha	Mejora de la conectividad partidas rurales Mejora de la conectividad bulevar comercial
Nuevas propuestas	<p>MEJORA CONECTIVIDAD BULEVARD COMERCIAL</p> <p>El bulevar comercial es uno de los ejes económicos del municipio, las acciones en clave DTI que se promuevan, deben ir encaminadas a la mejora de servicios públicos y facilitar la colaboración público-privada.</p> <p>Uno de los aspectos clave es la mejora de la conectividad en la zona comercial, que planteen el uso de ese espacio clave en el municipio, como un centro comercial abierto enfocado al disfrute y ocio de los visitantes.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de tecnología 5G • WIFI Pública gratuita • Uso de sensores inteligentes • Señalética accesible • Información en tiempo real • Estrategias de inbound marketing • Espacio accesible

2.2. Turismo inteligente	
Proyectos en marcha	Montaña Inteligente “Puig Campana” Tarjeta ciudadana
Nuevas propuestas	<p>PROYECTO MONTAÑA INTELIGENTE “PUIG CAMPANA”</p> <p>El entorno natural del Puig Campana tiene un especial interés para el proyecto de destino turístico inteligente.</p>

	<p>Seguir fomentando el uso de soluciones tecnológicas en este entorno natural es una de las principales líneas de acción para los próximos años y continuar siendo un referente en la implantación de soluciones tecnológicas en espacios naturales.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de sensores medioambientales • Control contaminación atmosférica • Mejora en aviso de incendios • Balizas inteligentes de señalización • Uso de drones para ayuda en rescates <p>CENTRO DE INTERPRETACIÓN "PUIG CAMPANA"</p> <p>Dentro de la estrategia de montaña inteligente, se plantea la creación de un centro de interpretación en la zona de la Font del Molí que contará con la última tecnología para acercar el entorno natural del Puig Campana, tanto a personas que por problemas de accesibilidad no puedan disfrutar de la montaña, como para aquellas que deseen conocer todo lo que les ofrece el paraje natural.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de realidad aumentada • Uso de realidad virtual • Mejora de la experiencia de los visitantes • Centro de interpretación medio ambiental • Aula de formación • Arquitectura sostenible • Edificio accesible <p>PLATAFORMA DTI</p> <p>Finestrat después de las acciones emprendidas, ya empieza a disponer de sensorítica que generan datos que hay que analizar.</p> <p>Disponer de una plataforma de ciudad con los verticales necesarios (turismo, urbanismo, basuras, alumbrado, WIFI público, etc.) es primordial para conocer en tiempo real la situación del municipio.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuadro de mando integral • Sistema abierto • Gestión del Big Data • Interacción con el ciudadano/visitante • Fomento administración electrónica
--	---

--	--

Área 3: infraestructura y agenda urbana

3.1. Zona pueblo	
Proyectos en marcha	Despliegue fibra óptica
Nuevas propuestas	<p>MEJORA CONECTIVIDAD CASCO HISTÓRICO Y ZONAS RURALES</p> <p>Una de las demandas más habituales de los residentes es ver reflejadas las acciones que se ejecutan en clave DTI en sus lugares de residencia. Mejorar la conectividad y servicios en aquellas zonas del municipio donde no se dispongan de suficientes recursos ha de ser una de las acciones prioritarias para los próximos meses/años.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de tecnología 5G • WIFI Pública gratuita • Uso de conexión por satélite • Señalética accesible • Información en tiempo real • Espacio accesible

3.5. Movilidad Urbana Sostenible	
Proyectos en marcha	Redacción PMUS
Nuevas propuestas	<p>MEJORA DE LA MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD</p> <p>Desarrollar acciones que permitan mejorar la movilidad y accesibilidad dentro del territorio es</p>

	<p>primordial para poder conseguir mejorar los indicadores DTI del municipio.</p> <p>Mejorar la interacción con el ciudadano y visitante, dotarle de nuevos servicios o funcionalidades a través de soluciones tecnológicas o físicas (como la tarjeta ciudadana) deben desarrollarse a lo largo de los próximos años.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mejora del transporte público• Uso de transporte sostenible• Mejora de la movilidad bulevar-playa• Mejora de la movilidad bulevar-urbanizaciones-pueblo• Mejora de la accesibilidad• Acceso instalaciones municipales tarjeta ciudadana• Fidelización bulevar comercial - tarjeta ciudadana
--	---

Enfoque de los productos turísticos de Finestrat

Tras el análisis realizado y encontrada la importancia de los diferentes recursos, se prioriza el trabajo necesario para establecer los diferentes productos turísticos que Finestrat tiene que desarrollar.

Estos productos suponen una importancia significativa, puesto que, por diferentes razones, influyen en el atractivo y la competitividad del destino. Estos productos turísticos suponen la generación de ingresos económicos, debido a que los visitantes van a pasar más tiempo en el destino, contribuyendo a la economía local. Asimismo, supone también la creación de empleo, ya que genera oportunidades de trabajo para los residentes locales.

Los productos turísticos planteados, además, suponen una apuesta firme por la mejora y desarrollo de infraestructura específica, pues para satisfacer las necesidades de los visitantes, ciertos recursos deben ser adecuados. Asimismo, supone el desarrollo y la promoción del patrimonio cultural y natural, tanto como la identidad local, trabajando diferentes ejes como el “turismo de Sol y Playa”, el “turismo deportivo/activo”, el “ecoturismo”, el “turismo gastronómico”, el “turismo urbano”, el “turismo de compras”.

Propuestas líneas de acción

Área Productos

- Turismo de Sol y Playa:
 - Turismo familiar
 - Turismo accesible
- Turismo deportivo:
 - Deportes Náuticos
 - Buceo

- Golf
- BTT
- Trail
- Eco-turismo:
 - Senderismo
 - Cicloturismo
- Turismo de urbano.
 - Turismo cultural/patrimonial
- Turismo de compras.
 - Bulevar comercial
- Turismo gastronómico
 - Incremento oferta gastronómica

Área Gobernanza

- Plan de acción anual, integrado en el plan estratégico
- Ampliación del plan de marketing
- Seguimiento y evaluación del turismo de Finestrat

Área Sostenibilidad

- Proyectos de apoyo a empresas para incorporar políticas de sostenibilidad, cálculo de la huella de carbono
- Campañas de concienciación:

- Posedonia
- Miradores de interpretación de la naturaleza
- Uso eficiente del agua
- Acciones de diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje
- Estudios de capacidad de carga en entornos naturales
- Recuperación y adecuación de zonas verdes:
 - Estudios de capacidad de carga

Área Accesibilidad

- Mejoras transporte urbano
 - Plan de coordinación
- Accesibilidad a los recursos turísticos
 - Implementación plan de accesibilidad (turismo)
- Producto turismo inclusivo
- Potenciación playas accesibles

Área de Marketing Online

- Plan de acción anual
- Fomento de la Marca turística
- Proyección internacional
- Bulevar comercial:
 - Acciones de promoción

Área Inteligencia y Conectividad

- Proyectos previstos de diferente índole:
 - Actualizaciones páginas web (turismo)
 - Plataforma de comercio (áreas comerciales)
 - Totems interactivos
 - Instalación cubo 3D inmersivo
- Generación de espacios turísticos con experiencias inmersivas (Realidad aumentada, virtual, 3D, etc.)

Área Innovación

- Acciones para potenciar la innovación y el emprendimiento:
 - Puesta en marcha centro de iniciativas turísticas
 - Acciones de formación
 - Acciones de innovación
 - Espacio Coworking/Vivero de empresas
- Acuerdos universidades y centros de investigación:
 - Potenciar este tipo acuerdos
- Acuerdos con organizaciones supramunicipales

Productos turísticos

Definir y fomentar los productos turísticos de Finestrat es el principal objetivo del presente plan estratégico de turismo. Definir un desarrollo sostenible y mantenido en el tiempo de la industria turística es de vital importancia. Existen razones clave para hacerlo:

Definir productos turísticos implica identificar y desarrollar una variedad de experiencias y atracciones en el destino. Esto permite diversificar la oferta turística y atraer a una

gama más amplia de visitantes con diferentes intereses, lo que reduce la dependencia de un único tipo de turismo y mejora la resiliencia ante crisis o cambios en la demanda.

Destacar productos turísticos únicos o inexplorados puede hacer que un destino sea más atractivo en comparación con la competencia, como por ejemplo el turismo de bodas, o el turismo aeronáutico. Esto puede ayudar a atraer turistas y competir de manera efectiva en el mercado turístico global.

Al definir productos turísticos específicos, el destino Finestrat puede dirigirse a segmentos de mercado especializados, como el turismo náutico, el turismo cultural, el turismo gastronómico, el turismo de compras entre otros. Esto permite una comercialización más efectiva y la satisfacción de las necesidades de nichos de mercado.

La creación de productos turísticos bien diseñados y auténticos puede proporcionar a los visitantes experiencias memorables. Esto no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también fomenta el boca a boca positivo y la fidelización de los turistas.

Al promover productos turísticos específicos, un destino puede guiar la distribución de turistas a lo largo y ancho del área, evitando la congestión en puntos turísticos saturados y distribuyendo los beneficios económicos de manera más equitativa.

La identificación de productos turísticos conlleva el desarrollo de infraestructura y servicios relacionados. En el caso de Finestrat, durante de los últimos años se ha estado trabajando activamente en la mejora de carreteras, carriles bicis y senderos, la construcción de instalaciones turísticas y la capacitación de personal, lo que beneficia tanto a los turistas como a la comunidad local. En los próximos años se debe intensificar este esfuerzo en post de la mejora de la calidad del destino y la percepción de dicha mejora por parte de los turistas y residentes.

Definir productos turísticos es esencial para la planificación estratégica a largo plazo de un destino. Ayuda a las autoridades locales y a los actores del turismo a establecer objetivos claros y a alinear sus esfuerzos para lograr un desarrollo turístico sostenible.

Una vez definidos, los productos turísticos se pueden promocionar de manera efectiva en campañas de marketing, tal y como se contempla más adelante en las fichas de actuación. Esto facilita la comunicación de los atractivos y las experiencias que ofrece el destino a nivel nacional e internacional.

Al definir productos turísticos, se pueden establecer indicadores y métricas para evaluar su éxito, aquí la aplicación del modelo DTI, en el que Finestrat es un destino de referencia a nivel nacional, cobra especial importancia. Esto permite un monitoreo constante y la adaptación de estrategias según sea necesario para mejorar el rendimiento turístico del destino.

Se definen a continuación los principales productos en los que va a trabajar Finestrat en los próximos años:

Productos turísticos propuestos:

01. Turismo de Sol y playa	
Justificación de la actuación	
<p>El estudio de los productos turísticos, la mejora de los actuales, la disposición de nuevos nichos de mercado y el aprovechamiento de los mismos es necesario para establecer un turismo inclusivo y sostenible en todos sus acometidos. Este producto surge destinado a las familias.</p> <p>El turismo de sol y playa supone una de las actividades turísticas que se realizan en su playa. Éste es uno de los que más impacto tiene en Finestrat, ya que durante estos últimos años ha sido su principal recurso turístico. Además, conlleva diferentes tipologías turísticas complementarias, como el turismo activo, náutico... Este necesita una adecuación al ritmo frenético que los turistas demandan en la zona.</p>	
Objetivos de la actuación	
<p>a) La mejora y el adecuamiento de la zona de La Cala de Finestrat, contenedor necesario de toda actividad que en ella pueda transcurrir.</p> <p>b) Arreglos para mejorar la experiencia turística, proporcionando arena, duchas y aseos en perfecto estado.</p> <p>c) Invertir en infraestructuras para mejorar la accesibilidad y comodidad en las playas. Apostando por el posicionamiento de La Cala como una de las playas más accesibles de la provincia de Alicante.</p> <p>d) Turismo accesible: establecer bajo el amparo de la normativa pertinente la adecuación del mayor número de recursos posible.</p> <p>e) Incrementar la eficacia de los equipos de limpieza, la iluminación y la señalización en los paseos marítimos.</p> <p>f) Puesta en marcha de servicios adicionales a través de la implantación de soluciones tecnológicas.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ocupación hotelera ▪ Satisfacción del turista ▪ Calidad del agua 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grado accesibilidad destino ▪ Facilidad de acceso a la playa ▪ Efectividad de la promoción
ODS vinculados	
	

02. Turismo Náutico y deportivo

Justificación de la actuación

El turismo deportivo surge como complementario al turismo de Sol y Playa, así pues, tiene una gran influencia en el destino. Supone la diversificación del anterior producto para una tipología de turista más activo.

Objetivos de la actuación

a

a) Promoción actividades náuticas, buscando un equilibrio entre los servicios ofrecidos y la capacidad de carga de La Cala de Finestrat.

b) Incremento de la oferta empresarial en el sector náutico.

c) Promocionar las existentes actividades turísticas y deportivas para atraer a nuevos turistas.

d) Establecer conexiones de transporte público con diferentes puntos de la zona turística, facilitando el acceso a las experiencias que se encuentren en diferentes puntos del destino.

e) Establecer alianzas estratégicas con clubes y federaciones deportivas para promover Finestrat como un destino deportivo de referencia. Patrocino y organización de eventos.

f) Potenciar el golf y el BTT, pues estos permiten además desestacionalizar la demanda, permitiendo mantener la actividad turística en meses de menor afluencia de turistas.

Principales interesados

Nivel de prioridad

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de eventos deportivos ▪ Participación de atletas ▪ Satisfacción de espectadores 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impacto económico ▪ Ocupación hotelera ▪ Cobertura mediática
ODS vinculados	
	

03. Eco-Turismo

Justificación de la actuación

El ecoturismo desempeña una función crucial en el desarrollo sostenible y la preservación del entorno natural de Finestrat, siendo el paraje natural del Puig Campana el máximo referente. Contribuye significativamente a la conservación de los ecosistemas marinos y de montaña, al generar conciencia sobre su importancia y promover prácticas de preservación. Además, fomenta la apreciación de la cultura local al ofrecer experiencias auténticas, lo que es altamente valorado por los visitantes internacionales. Asimismo, brinda la oportunidad de conocer la cultura local, la gastronomía tradicional y las iniciativas de sostenibilidad de la comunidad.

Objetivos de la actuación

- a)** Desarrollar y promocionar rutas sostenibles, mejorando senderos locales y el PR-CV 289.
- b)** Educar ambientalmente al visitante, ofreciendo programas educativos y guías turísticas que informen a los visitantes sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y la biodiversidad local.
- c)** Ofrecer una variedad de actividades relacionadas con el ecoturismo, la visita a los parajes naturales, la degustación de alimentos locales y la participación en eventos culturales.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

d) Establecer colaboración con diferentes organizaciones, promoviendo alianzas con organizaciones locales, regionales e internacionales que promuevan el ecoturismo sostenible y la conservación.	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas a áreas naturales ▪ Asistencia a la educación ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grado sostenibilidad del destino ▪ Cumplimiento de normativas ambientales
ODS vinculados	
	

04. Turismo Gastronómico	
Justificación de la actuación	
Finestrat dispone de una gran oferta gastronómica, potenciar y mejorar dicha oferta será uno de los principales objetivos.	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Aumentar la oferta gastronómica para que los turistas encuentren una mayor variedad de opciones para comer. Crear nuevas opciones gastronómicas y promover la cocina local para atraer a los turistas.</p> <p>b) Incentivar a los restaurantes para que se incorporen a programas de gestión de calidad turística como SICTED, Q, S de sostenibilidad.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de restaurantes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colaboración con chefs locales

<ul style="list-style-type: none"> Promoción gastronómica 	<ul style="list-style-type: none"> Certificaciones gastronómicas en el destino
ODS vinculados	
	

05. Turismo de compras	
Justificación de la actuación	
<p>Finestrat se ha convertido en el centro comercial de la comarca. Las principales marcas comerciales a nivel nacional e internacional están ubicadas en el bulevar comercial del municipio. Mejorar la experiencia del turista se marca como requisito imprescindible en la política turística del destino para los próximos años.</p>	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Desarrollar y promocionar servicios en el bulevar comercial.</p> <p>b) Mejora de la infraestructuras.</p> <p>c) Ofrecer una actividades complementarias al visitante.</p> <p>d) Establecer colaboración con el tejido empresarial del bulevar comercial.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> Número de visitantes Número de empresas establecidas 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de satisfacción Cumplimento de normativas ambientales
ODS vinculados	
	

06. Turismo Urbano	
Justificación de la actuación	
<p>El estudio de los productos turísticos, la mejora de los actuales, la disposición de nuevos nichos de mercado y el aprovechamiento de los mismos es necesario para establecer un turismo inclusivo y sostenible en todos sus acometidos. El turismo urbano se basa en los pilares de la capacidad de atracción de oferta de productos de ocio, o negocios, además de estar condicionado por el entorno urbano/natural y de la vida local. La puesta en valor del casco histórico de Finestrat será uno de los principales objetivos.</p>	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Profundizar la Gobernanza en el destino.</p> <p>b) Puesta en valor del casco histórico.</p> <p>c) Posicionar al destino en las nuevas tendencias de mercados turísticos. (nómadas digitales...) y optimizar la escena urbana como recurso turístico.</p> <p>d) Fomento eventos culturales y musicales para la atracción de nuevos turistas, con objetivo de fidelizar al visitante.</p> <p>e) Apuesta por la sostenibilidad del modelo turístico, conociendo el impacto de la huella de carbono de las actividades turísticas, culturales y de ocio en el destino. Contribuir a la reducción y compensación de emisiones de CO2.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> Nº de visitantes Satisfacción visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción e impacto Percepción turista
ODS vinculados	

Gobernanza

La gobernanza turística se ha convertido en un elemento crucial en la gestión de destinos turísticos en todo el mundo. En un contexto en el que la industria del turismo ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas, la gestión eficaz de los destinos se ha vuelto fundamental para garantizar un desarrollo sostenible y beneficios duraderos tanto para los residentes como para los visitantes.

La gestión de San Javier como destino turístico debe tener en cuenta los siguientes factores, que permitan garantizar la sostenibilidad del modelo turístico en el medio y largo plazo:

La gobernanza turística implica la colaboración entre múltiples partes interesadas, como gobiernos locales, empresas turísticas, comunidades locales y organizaciones sin fines de lucro. Esta colaboración permite una mejor coordinación de esfuerzos para abordar los desafíos y oportunidades que presenta el turismo, como la preservación del entorno, la seguridad, la infraestructura y la promoción del destino.

La gestión de destinos turísticos sostenibles es esencial para garantizar que las generaciones futuras puedan disfrutar de los mismos recursos y atractivos. La gobernanza turística facilita la implementación de prácticas sostenibles al establecer regulaciones, estándares y políticas que promueven la protección del medio ambiente, la cultura local y el bienestar de la comunidad.

La gobernanza turística involucra a las comunidades locales en la toma de decisiones relacionadas con el turismo. Esto no solo les brinda voz en el desarrollo de su destino, sino que también les permite beneficiarse económicamente del turismo y mantener su identidad cultural.

Una gestión adecuada del destino a través de la gobernanza turística puede mejorar la calidad de los servicios turísticos y la experiencia del visitante. Esto, a su vez, hace que el destino sea más competitivo en el mercado turístico global.

La gobernanza turística también desempeña un papel importante en la preparación y gestión de crisis, como desastres naturales o emergencias de salud pública. Una estructura de gobernanza sólida puede ayudar a coordinar respuestas efectivas y minimizar el impacto negativo en el turismo y la comunidad.

La gobernanza turística puede garantizar que la promoción del destino se realice de manera responsable y auténtica, evitando la sobreexplotación y el turismo masivo que pueden dañar la calidad de vida de los residentes locales y la experiencia del visitante.

La gestión adecuada del turismo a través de la gobernanza puede contribuir a la diversificación económica de una región, reduciendo su dependencia de una sola industria y creando oportunidades para el desarrollo de otros sectores.

Eficacia en la gestión del destino turístico implica el establecimiento de objetivos claros y medibles, así como la evaluación constante de los resultados. Esto permite a los gestores del destino y a las partes interesadas ajustar sus estrategias y políticas según sea necesario para lograr los mejores resultados en términos de desarrollo sostenible, calidad de la experiencia del visitante y beneficios económicos para la comunidad.

La coherencia es esencial para evitar conflictos y garantizar que las políticas y acciones relacionadas con el turismo no contradigan otros objetivos y políticas de desarrollo. Deben estar alineadas con las metas generales de la comunidad y ser coherentes con la preservación de la cultura local y el medio ambiente.

Acciones propuestas:

07. Plan de acción anual de turismo e inclusión en el plan estratégico de Finestrat.

Justificación de la actuación

El turismo reúne las condiciones ideales para formar parte de la Agenda Urbana, debido a la transversalidad del propio ejercicio y de las áreas del destino en las que incide. Se debe establecer también una planificación anual para conocer el grado de realización de las actuaciones en el plazo concretado.

Objetivos de la actuación

<p>a) Elaboración de un plan de acción anual de turismo (planificación estratégica).</p> <p>b) Redacción de documento de compromiso con el desarrollo turístico del destino. Publicación del documento en la web municipal.</p> <p>c) Ampliación y desarrollo del turismo en el plan estratégico del territorio (Agenda Urbana 2030 Finestrat).</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Turismo y Playas, Cultura	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2023 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración del plan de acción anual de turismo ▪ Nº indicadores plan acción anual de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ % de indicadores cumplidos del plan de acción anual de turismo ▪ Redacción del documento de compromiso y publicación
ODS vinculados	
	

08. Ampliar el plan de marketing turístico y digital

Justificación de la actuación

Establecer un plan de marketing turístico y digital es esencial para Finestrat, puesto que desarrollará la promoción de este, estableciendo la estrategia turística del destino, que marque las líneas de desarrollo de la comercialización y la promoción. Incluir una estrategia de marca Finestrat para mejorar la definición y posicionamiento de la misma, con un manual de identidad de marca y la guía de uso del logotipo.

Objetivos de la actuación

- a)** Establecer acciones de marketing turístico digital: formar constantemente al personal asignado actualmente. Establecer estrategias SEO-SEM.
- b)** Integrar los diferentes productos turísticos en las políticas de comercialización y promoción. Desarrollo de nuevos productos innovadores y sostenibles. Establecer un catálogo definido. Promoción durante todo el año. Publicitar oferta de productos y servicios sostenibles.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

<p>c) Envío de comunicaciones periódicas a los principales mercados emisores de turistas, en su idioma. Mantener actualizado al visitante o potencial visitante.</p> <p>d) Difusión de las acciones en materia de sostenibilidad. (indicadores)</p> <p>e) Programas de promoción y sensibilización en materia de accesibilidad. (indicadores)</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Turismo y Playas, Cultura	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2023 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de acciones establecidas ▪ Nº de cursos/año del personal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de productos turísticos en el catálogo ▪ Nº de nuevos productos turísticos en el catálogo
ODS vinculados	
	

09. Seguimiento y evaluación del turismo de Finestrat

Justificación de la actuación

Realizar un adecuado seguimiento y una correcta evaluación de Finestrat es necesario ya que indicará si el camino que se está siguiendo es el adecuado, se conocerá el grado de retorno económico para justificar las inversiones y se conocerá la opinión de diferentes stakeholders respecto la actividad turística en el destino.

Objetivos de la actuación

- a)** Establecer un seguimiento de la demanda turística y los recursos más visitados para llevar a cabo la política adecuada y tomar decisiones, acordes al estado de cada recurso.
- b)** Monitorización de acciones de fomento del turismo, analizando el impacto y el retorno de la inversión ejecutada.
- c)** Establecer encuestas para conocer la opinión de los residentes sobre el turismo y el sector.
- d)** Comunicar datos y análisis vinculados a la actividad turística.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Turismo y Playas, Cultura	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2023 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de recursos con seguimiento ▪ Nº de recursos sobre los que se aplican nuevas políticas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de acciones analizadas para impacto y retorno ▪ Nº de respuestas encuesta opinión
ODS vinculados	
	

Accesibilidad

La accesibilidad turística se refiere a la capacidad de garantizar que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas, tengan la posibilidad de disfrutar plenamente de las experiencias turísticas.

Infraestructura Accesible:

Adaptación de Espacios. Garantizar que las instalaciones turísticas, como hoteles, restaurantes, atracciones y medios de transporte, estén diseñadas y adaptadas para ser accesibles a personas con discapacidades.

Transporte Accesible:

Vehículos Adaptados. Proporcionar opciones de transporte público y privado que estén adaptadas para personas con movilidad reducida, como autobuses accesibles, taxis adaptados y estaciones de tren con facilidades para discapacitados.

Información Accesible:

Comunicación Inclusiva. Asegurar que la información turística esté disponible en formatos accesibles, como braille, grandes letras, audio y formatos electrónicos para garantizar que sea comprensible por todos.

Tecnología Asistencial:

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Uso de Tecnología. Integrar tecnologías asistenciales, como aplicaciones móviles y dispositivos de asistencia, que faciliten la navegación y la participación en actividades turísticas para personas con discapacidades.

Formación del Personal:

Concienciación y Formación. Capacitar al personal turístico en la atención a personas con discapacidades, fomentando la sensibilidad, la empatía y el conocimiento necesario para ofrecer un servicio inclusivo.

Espacios Públicos Accesibles:

Calles y Plazas Adaptadas. Diseñar espacios públicos, calles y plazas que sean accesibles para personas con discapacidades, garantizando rampas, pasarelas y aceras adecuadas.

Alojamientos Adaptados:

Habitaciones Accesibles. Ofrecer habitaciones de hotel y alojamientos que estén adaptados para personas con discapacidades, con características como puertas amplias, baños accesibles y otros elementos necesarios.

Destinos Turísticos Inclusivos:

Planificación Urbana Inclusiva. Integrar la accesibilidad desde la fase de planificación urbana para que los destinos turísticos sean accesibles para todos desde su concepción.

Actividades Recreativas Inclusivas:

Opciones Recreativas para Todos. Asegurar que las actividades recreativas y de ocio ofrecidas en el destino sean inclusivas, proporcionando opciones para personas con diferentes capacidades.

Señalización Accesible:

Señalización Clara y Legible. Implementar señalización clara y legible en todo el destino, utilizando símbolos universalmente comprensibles y brindando información en varios formatos.

Políticas y Normativas:

Cumplimiento de Normativas. Asegurarse de que las políticas y normativas locales y nacionales estén alineadas con estándares de accesibilidad turística y se apliquen de manera efectiva.

Consultas y Participación:

Involucramiento de la Comunidad. Involucrar a la comunidad local, incluyendo a personas con discapacidades, en el proceso de planificación y toma de decisiones para garantizar que las necesidades de todos sean consideradas.

Acciones propuestas:

10. Impulso a la accesibilidad actual	
Justificación de la actuación	
La accesibilidad es necesaria para establecer un turismo universal para todos los usuarios. Además, supone un nicho de mercado pues actualmente hay pocos destinos adelantados en accesibilidad. Finestrat ya cuenta con espacios accesibles, pero se tiene que perfeccionar y regular.	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Impulsar a programas de ayuda</p> <p>b) Identificación de infraestructuras de emergencia accesible. Inclusión de la accesibilidad en la evaluación de los protocolos de emergencia. Elaboración de protocolos de accesibilidad ante riesgos sanitarios y situaciones excepcionales.</p> <p>c) Establecer una oficina de accesibilidad, dotada de medios humanos, técnicos y económicos. Creación de la comisión municipal de la accesibilidad.</p> <p>d) Elaborar un inventario de accesibilidad de los diferentes recursos del destino. Diagnosticar la accesibilidad en los recursos turísticos, tratando de diagnosticar al menos el 80% de los recursos. Poder establecer una cadena con todos sus recursos accesibles: planificación, transporte, alojamiento, restauración...</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de empresas que establecen las ayudas ▪ Establecimiento comisión accesibilidad ▪ Incremento de visitantes con movilidad reducida 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de infraestructuras analizadas ▪ Creación inventario accesibilidad ▪ Tasa uso inventario
<p>ODS vinculados</p>	
	

Innovación

Un destino como Finestrat que trabaja intensamente en la aplicación del modelo DTI, es por naturaleza un espacio abierto a la innovación, que la promueven de forma activa a través de la búsqueda de soluciones en los distintos ámbitos de actuación. Estamos pues, ante un aspecto transversal.

En el ámbito turístico, se entiende la innovación como ese concepto bajo el que abordar procesos de renovación de destinos consolidados, los cuales pueden aprovechar las oportunidades que ofrecen las TIC para diferenciarse de otros destinos, y al mismo, para destinos emergentes les permite generar productos o servicios que antes no se habían ofrecido a los visitantes. Algunos de los aspectos a tener en cuenta en la innovación turística serán:

Los destinos turísticos consolidados, como es el caso de Finestrat, a menudo enfrentan la competencia de otros destinos similares. La innovación les permite destacarse y diferenciarse de manera significativa. Esto puede atraer a nuevos segmentos de mercado y mantener el interés de los visitantes habituales.

La innovación en la oferta de productos y servicios turísticos puede dar como resultado experiencias únicas para los visitantes. Esto puede incluir actividades, rutas, servicios personalizados y propuestas inusuales que hacen que los destinos sean más atractivos y memorables.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ofrecen numerosas oportunidades para mejorar la experiencia del turista. La innovación en este ámbito puede incluir

aplicaciones móviles, realidad virtual, realidad aumentada y plataformas en línea que facilitan la planificación y la navegación en el destino.

La innovación permite a los destinos diversificar su oferta turística. Esto puede incluir la creación de nuevos productos, la incorporación de actividades de aventura, deportes, cultura, gastronomía y más. Una oferta diversa atrae a una variedad de visitantes.

Los destinos emergentes pueden utilizar la innovación para desarrollar productos y servicios que atraigan a mercados que anteriormente no habían considerado visitar la región. Esto ayudará a expandir la base de turistas y diversificar la economía local.

La innovación aumenta la competitividad de un destino en el mercado turístico global. Los destinos que constantemente innovan pueden mantenerse relevantes y atractivos para los turistas, incluso en un mercado en constante cambio.

La innovación turística puede impulsar el desarrollo económico local al crear nuevas oportunidades comerciales, aumentar la demanda de servicios y fomentar la inversión en infraestructura y tecnología.

La innovación puede contribuir a la gestión sostenible del turismo al promover prácticas respetuosas con el medio ambiente, la cultura local y las comunidades. Esto ayuda a garantizar que el turismo sea beneficioso a largo plazo para el destino.

Acciones propuestas:

11. Estrategia o plan de innovación en Finestrat

Justificación de la actuación

La innovación es un campo clave para ser un destino inteligente, puesto que muestra la factibilidad que tiene el destino para mostrarse receptivo frente nuevas tecnologías, aplicando esta siempre la sostenibilidad económica y medioambiental al destino. La estrategia o el plan que debe seguir Finestrat debe elaborar un diagnóstico y una priorización de la puesta en marcha de la innovación en el territorio. La innovación mejora la coordinación entre áreas.

Objetivos de la actuación

a) Establecer acciones que se estén llevando a cabo o se vayan a llevar a cabo en Finestrat. Diagnóstico y priorización de necesidad innovadoras, iniciativas innovadoras, establecer una metodología de trabajo...

- b)** Fomento a través de licitaciones. Establecer canales de diálogo entre proveedores, puesto en marcha de centro de iniciativas turísticas (hubs de innovación).
- c)** Fomentar la implantación de sistemas de gestión en empresas u organismos: formación, auditorías...
- d)** Organización de encuentros con finalidad innovadora, conectando empresarios instituciones, centros de investigación... Temporalidad anual.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Urbanismo	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Alto	2024 a 2026

Indicadores propuestos

- Nº de iniciativas innovadoras
- Incremento en la implantación de tecnologías inteligentes
- Participación de los encuentros
- Nº de canales de dialogo establecidos

ODS vinculados



12. Asignación de presupuesto específico a la innovación

Justificación de la actuación

Es aconsejable contar con una partida presupuestaria que sea estable, previsible con antelación y de carácter plurianual, evitando tener que concretar un presupuesto específico cada vez que surgen las oportunidades de proyectos. De esta forma es más probable que los proyectos de innovación respondan a las necesidades reales del destino y puedan ser ejecutados al 100%.

Objetivos de la actuación

- a)** Establecer presupuesto anual para la Innovación en Finestrat.
- b)** Búsqueda de oportunidades reales y generación de ideas, formación, captación del personal, implementación de herramientas de apoyo.
- c)** Inversión, coordinación y control.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Alta

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

Presupuesto	Plazo temporal
Alto	2024 a 2025
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consolidación presupuesto ▪ % presupuesto invertido ▪ Retorno de la inversión (ROI) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herramientas de apoyo establecidas ▪ Aumento anual de la financiación
ODS vinculados	
	

13. Plan de Innovación Social y percepción de la innovación

Justificación de la actuación

La innovación social se refiere al proceso de desarrollo e implantación de nuevas soluciones a desafíos sociales, ambientales, etc., mediante el uso de fórmulas más colaborativas e inclusivas que satisfagan mejor las necesidades reales de las personas. Debe tener como objetivo promover la colaboración y participación activa de los ciudadanos, haciéndoles parte activa de la solución de sus propios problemas, y crear sinergias entre las entidades locales y la sociedad alrededor de los posibles cambios sociales.

Objetivos de la actuación

- a)** Establecer un concurso de ideas ciudadanas. Elección de ideas por comité especializado en cada área, estudiando viabilidad. Concurso público de selección final de ideas. Ejecución de las ideas ganadoras. Fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones de su territorio. Establecimiento anual.
- b)** Establecer encuestas sobre la percepción de innovación. Conocer ventajas de la innovación, compatibilidad, presión social, complejidad, riesgo percibido...

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Alto	2024 a 2026
Indicadores propuestos	

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación del plan ▪ Nº de respuestas en encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participación concurso de ideas
<p>ODS vinculados</p>	
	

Conectividad

La tecnología desempeña un papel fundamental en el desarrollo y la gestión de Finestrat como destino turístico inteligente. Un DTI utiliza tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia de los visitantes, optimizar la gestión de recursos y promover el desarrollo sostenible. A continuación, se describe la importancia de la tecnología en un destino turístico inteligente:

La tecnología puede proporcionar a los visitantes información en tiempo real sobre atracciones, eventos, servicios y actividades disponibles en el destino. Aplicaciones móviles, realidad aumentada, códigos QR y dispositivos wearables son ejemplos de tecnologías que pueden ayudar a los turistas a navegar y aprovechar al máximo su estancia.

Las soluciones tecnológicas, como sistemas de gestión de destinos, permiten una planificación y gestión más eficientes de los recursos turísticos, como el tráfico, la infraestructura, el agua y la energía. Esto ayuda a evitar la congestión, minimizar el impacto ambiental y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.

La tecnología puede desempeñar un papel crucial en la seguridad de los turistas y la gestión de crisis. Sistemas de monitoreo, cámaras de seguridad, sistemas de alerta temprana y aplicaciones de emergencia pueden garantizar la seguridad de los visitantes y la rápida respuesta ante situaciones de emergencia.

Las redes sociales, las plataformas en línea y las estrategias de marketing digital son herramientas esenciales para promover un destino turístico inteligente a nivel nacional e internacional. La tecnología permite llegar a un público más amplio y diversificado, lo que puede aumentar la visibilidad del destino y atraer a más turistas.

La tecnología permite la recopilación y el análisis de datos sobre el comportamiento de los visitantes dentro del destino y las tendencias turísticas. Estos datos son valiosos para la toma de decisiones estratégicas por parte de la gobernanza turística y la adaptación de políticas turísticas en tiempo real.

La tecnología puede ayudar a impulsar prácticas turísticas sostenibles al monitorear y reducir el consumo de recursos naturales y energía, así como minimizar la generación de residuos. Además, puede promover la educación ambiental y cultural entre los visitantes.

La tecnología también puede mejorar la accesibilidad para personas con discapacidades, lo que permite que un destino sea más inclusivo y atraiga a un público más amplio.

Un destino turístico inteligente que adopta tecnologías innovadoras tiende a ser más competitivo en el mercado turístico global, atraer inversiones y fomentar la innovación local.

Acciones propuestas:

14. Implantación de sistemas tecnológicos para la conectividad	
Justificación de la actuación	
Finestrat debe contar con sistemas tecnológicos que permitan al destino monitorear en tiempo real el estado del destino de una forma adecuada y eficiente. Además, la implantación de dichos sistemas ayudará al turista a tener una estancia más confortable,	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Existencia de Wi-Fi público y gratuito en la Tourist Info, recursos turísticos más visitados, en alojamientos y restaurantes,</p> <p>b) Implementación de sistemas de recogida de datos: monitorización de entornos naturales, gestión de movilidad en carriles bici/patinetes, estado parkings públicos... App o Web para conocer el estado de zonas con sensores.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Alto	2024 a 2026
Indicadores propuestos	

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de puntos Wi-Fi establecidos ▪ Creación portal de datos abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de sensores de movimiento ▪ Nº de sensores medioambientales ▪ Nº de cámaras establecidas
ODS vinculados	
	

Inteligencia

La inteligencia turística se refiere a la capacidad de recopilar, analizar y utilizar datos de manera estratégica para mejorar la toma de decisiones en el sector turístico. Los aspectos más importantes de la inteligencia turística incluyen:

Recopilación de Datos:

Fuentes Variadas. La inteligencia turística implica recopilar datos de diversas fuentes, como encuestas, redes sociales, sistemas de reservas, comentarios de clientes y datos demográficos.

Análisis de Datos:

Análisis Predictivo. Utilizar herramientas de análisis predictivo para anticipar tendencias y comportamientos futuros del mercado turístico. Esto permite a los destinos y empresas adaptarse proactivamente a las demandas cambiantes.

Segmentación del Mercado:

Identificación de Segmentos. Segmentar a los turistas en grupos específicos según sus preferencias, comportamientos y perfiles demográficos. Esto facilita la personalización de servicios y estrategias de marketing.

Tecnologías de la Información:

Uso de Tecnología Avanzada. Incorporar tecnologías como inteligencia artificial, big data, análisis de texto y aprendizaje automático para procesar grandes volúmenes de datos y obtener información valiosa.

Monitoreo de la Experiencia del Cliente:

Feedback en Tiempo Real. Implementar sistemas para monitorear la experiencia del cliente en tiempo real, permitiendo ajustes rápidos y mejoras continuas en los servicios turísticos.

Gestión de Destinos:

Planificación Estratégica. Aplicar la inteligencia turística en la planificación estratégica de destinos, considerando la capacidad de carga, sostenibilidad ambiental y las expectativas de los visitantes.

Colaboración y Cooperación:

Intercambio de Información. Fomentar la colaboración entre actores clave en el turismo, como agencias gubernamentales, empresas turísticas y comunidades locales, para compartir datos e impulsar estrategias más efectivas.

Seguridad y Sostenibilidad:

Gestión de Riesgos. Utilizar la inteligencia turística para evaluar riesgos y gestionar crisis, así como para promover prácticas turísticas sostenibles y responsables.

Marketing Personalizado:

Ofertas Personalizadas. Emplear la inteligencia turística para personalizar ofertas y experiencias, brindando a los visitantes opciones que se alineen con sus preferencias individuales.

Promoción y Comercialización:

Estrategias de Marketing Eficientes. Desarrollar estrategias de marketing más efectivas basadas en datos para promocionar destinos turísticos y atraer a segmentos específicos de turistas.

Adaptación Continua:

Aprendizaje Continuo. Establecer un ciclo de retroalimentación constante para aprender de las experiencias pasadas y ajustar estrategias y servicios de manera continua.

Privacidad y Ética:

Manejo Ético de Datos. Garantizar el cumplimiento de normas éticas y de privacidad en el manejo de datos turísticos, protegiendo la información de los visitantes de manera adecuada.

Acciones propuestas:

15. Implantación de sistemas integración de datos en abierto	
Justificación de la actuación	
Los datos en abierto permiten al destino obtener información de calidad procesada para poder encauzar las acciones que requiera el destino, adaptándose a las diferentes situaciones en las que se pueda encontrar Finestrat y su evolución.	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Obtención de datos de calidad.</p> <p>b) Publicación de los datos. Análisis de los mismos. Establecimiento de nuevas acciones o corrección de las existentes.</p> <p>c) Uso de la información para aplicar políticas de regulación de espacios, conocer el grado de uso de zonas, determinas inversión y retorno...</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Alto	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cantidad de datos obtenidos ▪ Calidad de los datos obtenidos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas del portal de datos ▪ Uso de los datos obtenidos
ODS vinculados	
	

Información

Una estrategia de información turística efectiva en un destino debe cumplir con varios aspectos fundamentales para brindar una experiencia integral y satisfactoria a los visitantes. Aquí hay algunos aspectos clave:

Accesibilidad y Disponibilidad:

En línea y Offline. Asegurar que la información esté disponible tanto en plataformas en línea como fuera de línea para adaptarse a las preferencias y necesidades de todos los turistas, independientemente de su acceso a internet.

Contenido Relevante y Actualizado:

Atracciones Turísticas. Proporcionar información detallada sobre las atracciones turísticas, eventos, actividades y servicios disponibles en el destino. Mantener esta información actualizada regularmente para reflejar cambios y novedades.

Mapas y Orientación:

Mapas Detallados. Suministrar mapas detallados del destino que incluyan ubicaciones de interés, rutas turísticas y servicios esenciales para facilitar la orientación de los visitantes.

Multilingüismo:

Información en Varios Idiomas. Ofrecer información en múltiples idiomas para adaptarse a la diversidad de los visitantes internacionales y mejorar la accesibilidad.

Interactividad y Tecnología:

Plataformas Interactivas. Implementar tecnologías interactivas, como aplicaciones móviles, realidad aumentada o códigos QR, para brindar una experiencia más participativa y atractiva.

Asesoramiento Personalizado:

Atención al Cliente. Proporcionar servicios de atención al cliente, ya sea en persona, por teléfono o a través de chat en línea, para responder a consultas específicas y brindar asesoramiento personalizado.

Información Práctica:

Transporte y Alojamiento. Incluir información práctica sobre opciones de transporte, alojamiento, restaurantes y servicios esenciales para facilitar la planificación y la estancia de los visitantes.

Sostenibilidad y Seguridad:

Consejos de Seguridad. Ofrecer información sobre prácticas seguras y sostenibles, así como medidas de seguridad en el destino para garantizar una experiencia turística positiva y responsable.

Eventos y Actividades:

Calendario de Eventos. Mantener un calendario actualizado de eventos y actividades en el destino para que los turistas puedan participar en experiencias locales y culturales.

Feedback y Evaluación:

Mecanismos de Retroalimentación. Establecer mecanismos para recopilar comentarios de los visitantes y utilizar esta retroalimentación para mejorar continuamente la calidad de la información y los servicios turísticos.

Colaboración Interinstitucional:

Coordinación con Actores Locales. Colaborar estrechamente con actores locales, como empresas turísticas, gobiernos locales y organizaciones comunitarias, para garantizar la coherencia y la eficacia de la información proporcionada.

Marketing y Promoción:

Promoción del Destino. Integrar estrategias de marketing y promoción para destacar los aspectos únicos y atractivos del destino, atrayendo así a un mayor número de visitantes.

Acciones propuestas:

16. Implantación de sistemas para la información
Justificación de la actuación
<p>El establecimiento de sistemas de información ejerce para ayudar a los turistas a mantenerse informado en todo momento, antes, durante y después del viaje. Mejora la percepción del destino significativamente</p> <p>La señalética Smart facilita los procesos de promoción e interpretación de los recursos o lugares a visitar y favorece la interacción y la información de contenidos que quizás de otra forma fuese complicado acceder a ellos.</p>
Objetivos de la actuación

<p>a) Códigos QR, beacons con información del recurso, NFC en pulseras para niños en playas... Implementación hardware IoT.</p> <p>b) Pantallas interactivas (Totems) brindando información al turista 24/7</p> <p>c) Creación de un inventario digital de los recursos turísticos naturales y culturales. Establecer experiencias inmersivas (Realidad aumentada, virtual, 3D, etc.) de los recursos del inventario. Minimizar impacto en los recursos.</p> <p>d) Digitalización marquesinas bus, brindando tiempo real de espera e información turística.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Alto	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de pantallas interactivas ▪ Uso de las pantallas interactivas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción de la calidad
ODS vinculados	
	

Sostenibilidad

Nos encontramos frente al aspecto más crucial en la formulación de la estrategia turística de Finestrat: su sostenibilidad como destino turístico. En este contexto, la sostenibilidad se refiere a la capacidad del destino para satisfacer las necesidades de los visitantes actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para hacer lo propio. Implica una gestión equilibrada de los aspectos económicos, sociales y ambientales del turismo. Algunos puntos clave abordados en la sostenibilidad de un destino turístico incluyen:

Preservación de Recursos Naturales: La sostenibilidad implica la salvaguardia de los recursos naturales, como la flora, fauna, ecosistemas, agua y aire. Esto se traduce en la implementación de prácticas de turismo responsable, incluyendo la gestión de residuos,

conservación de áreas protegidas y fomento de la biodiversidad. Esto adquiere especial relevancia para Finestrat, dada la importancia del paraje natural del Puig Campana.

Desarrollo Beneficioso para la Comunidad: La búsqueda de un desarrollo no solo beneficioso para la industria turística, sino también para la comunidad local. Esto implica la generación de empleo local, distribución equitativa de beneficios económicos y el respeto por la cultura y tradiciones locales.

Gestión de la Capacidad Turística: La sostenibilidad también aborda la gestión adecuada de la capacidad del destino para recibir turistas, evitando la sobreexplotación y la congestión. Establecer límites en la capacidad de carga de espacios naturales y promover un turismo de calidad sobre la cantidad son enfoques esenciales, con la tecnología desempeñando un papel crucial en este aspecto.

Preservación Cultural: La preservación de la cultura, patrimonio y tradiciones locales es fundamental en un destino turístico sostenible. Esto implica fomentar el respeto por la cultura local, involucrar a la comunidad en decisiones turísticas y evitar la comercialización excesiva de la cultura.

Turismo Responsable: La sostenibilidad se vincula con la promoción de un turismo responsable y ético. Los visitantes deben ser alentados a respetar el entorno natural y cultural, seguir pautas éticas y contribuir positivamente a la comunidad local.

Uso Eficiente de Recursos: La sostenibilidad también abarca el uso eficiente de la energía y otros recursos, como agua y materiales de construcción. La adopción de tecnologías y prácticas sostenibles en la gestión de la infraestructura turística es esencial.

Medición y Evaluación Constante: Para garantizar la consecución de los objetivos de sostenibilidad, es vital medir y evaluar de forma continua los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo en el destino. La definición de indicadores para implementación y seguimiento forma parte integral de las acciones en este plan estratégico.

Acciones propuestas:

17. Medidas sostenibles en Finestrat

Justificación de la actuación

Estas medidas son necesarias para tratar de establecer el destino como un destino sostenible medioambientalmente, generando además una imagen “verde” del municipio, ayudando a que la propia gestión del turismo sea más sostenible.	
Objetivos de la actuación	
<p>a) Cálculo de la presión humana en Finestrat. Conocer el impacto del turismo en la zona y los recursos. Mover flujos turísticos en caso de necesario.</p> <p>b) Impulsar certificaciones de Sostenibilidad y Calidad en los recursos y las empresas, tipo ISO 14001, Biosphere, SICTED, Q de calidad, Huella de Carbono...</p> <p>c) Establecer una estimación de la población flotante mensual, también en eventos concretos o actividades.</p> <p>d) Actualización periódica de los sistemas de indicadores de sostenibilidad, con la ayuda de la participación pública. Publicación en la web turística. Incorporar los indicadores del sistema ETIS y/o del observatorio de sostenibilidad de la OMT.</p> <p>e) Difusión de las acciones en materia de sostenibilidad.</p>	
Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presión humana los recursos ▪ Establecimiento sistema de indicadores 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de empresas turísticas con certificaciones de sostenibilidad
ODS vinculados	
	

18. Concienciación y promoción de la sostenibilidad en Finestrat
Justificación de la actuación
Promocionar los recursos y concienciar tanto a turistas y residentes sobre el valor sostenible y la importancia turística de estos.
Objetivos de la actuación

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2023-2026

- a) Bonificación y promoción para favorecer el acceso de la población a residentes. Promoción de los espacios e instalaciones.
- b) Campañas de concienciación sobre sostenibilidad orientadas a residentes.
- c) Mantener informados a residentes y turistas sobre las actuaciones responsables en materia de sostenibilidad. Publicar las actuaciones conseguidas.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2024 a 2026

Indicadores propuestos

- Nº de publicaciones de promoción de sostenibilidad
- Percepción de calidad y sostenibilidad de los usuarios

ODS vinculados

