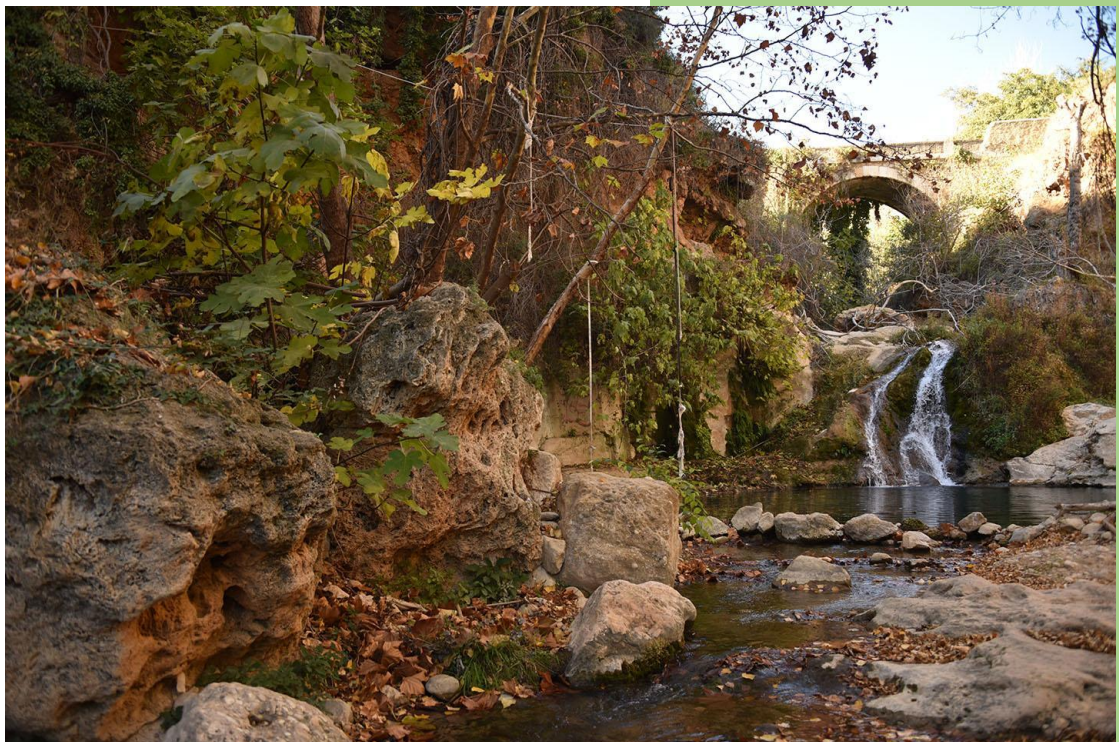


Plan Estratégico de Turismo. BUÑOL



INDICE

| | |
|--|-----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 2 |
| 2. MARCO SITUACIONAL | 3 |
| 2.1. Clima | 4 |
| 2.2 Comunicación- transporte | 4 |
| 2.3 Demografía | 4 |
| 3. ANÁLISIS | 6 |
| 3.1 Análisis de la oferta | 6 |
| 3.2 Análisis de la demanda | 22 |
| 4. CONCLUSIONES DEL PROCESO PARTICIPATIVO | 23 |
| 5. DAFO | 28 |
| 6. MISIÓN | 37 |
| 6.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible | 37 |
| 6.2 Objetivos | 38 |
| 6.3 Objetivos estratégicos | 39 |
| 7. ACCIONES | 41 |
| Estrategia I. Gobernanza - Destino turístico inteligente | 42 |
| Estrategia II. Sostenibilidad | 54 |
| Estrategia III. Creación de producto turístico | 63 |
| Estrategia IV. Digitalización e innovación | 78 |
| 8. PRODUCTOS Y MERCADOS | 93 |
| 9. ONLINE | 99 |
| 10. CALIDAD | 100 |
| 11. INNOVACIÓN E INTELIGENCIA TURÍSTICA | 101 |
| 12. SOSTENIBILIDAD | 102 |
| 13. TABLA RESUMEN | 103 |

1. INTRODUCCIÓN

El Plan se pone en marcha, tomando como referencia el plan de dinamización del producto y siguiendo las directrices y necesidades establecidas en la red de destinos turísticos inteligentes. A través de una serie de encuestas dirigidas a empresas, agentes vinculados al turismo y los ciudadanos, durante el mes de marzo se realiza el DAFO Del municipio.

Desde el punto de vista estratégico, y para facilitar las futuras actuaciones, el Plan se distribuye en cuatro grandes líneas o focos de actuación que actúan de forma general sobre los pilares del destino.

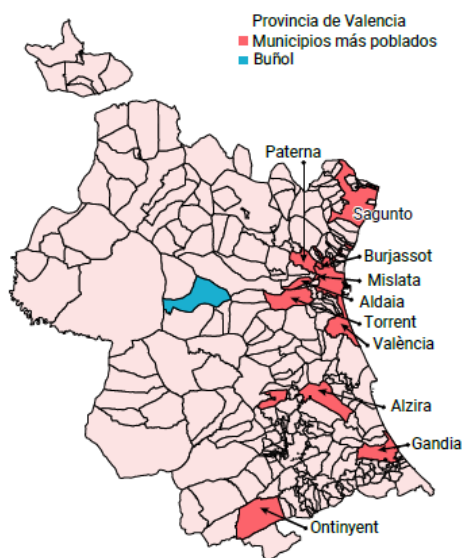
Plan alineado con el plan estratégico de la Comunidad Valenciana:

1. Mejorar, diversificar y potenciar la oferta turística de la CV.
2. Incrementar la calidad, rentabilidad económica y competitividad de la oferta.
3. Acondicionar el territorio turístico y el paisaje en el que se ejerce la actividad.
4. Adecuar el producto a las necesidades de la demanda.
5. Promover la sostenibilidad social, ambiental y el desarrollo local mediante la diversificación y la desestacionalización.
6. Procurar el bienestar de residentes y usuarios de servicios turísticos.
7. Garantizar el derecho de las personas con discapacidad a un turismo accesible e inteligente.
8. Fomentar la colaboración y la cooperación con los agentes sociales a través de su participación.
9. Consolidar y mejorar el empleo en el sector turístico.
10. Incidir en la formación y el fomento de la investigación e innovación turística.

Plan alineado con la estrategia de turismo sostenible de España 2030, en sus diferentes ejes:

- Gobernanza colaborativa.
- Crecimiento sostenible.
- Transformación competitiva.
- Espacio turístico, empresas y personas.
- Producto, Marketing e Inteligencia Turística.

2. MARCO SITUACIONAL



Buñol, es un municipio de 112,4 km² situado en la comarca conocida como “Hoya de Buñol-Chiva” a 347 metros sobre el nivel del mar, distando 40 km de la ciudad de Valencia. Limita al este con la llanura aluvial litoral de l’Horta donde se sitúa el Área Metropolitana de Valencia y al oeste con la meseta de Requena, a la que se accede salvando el puerto de las Cabrillas.

En cuanto al medio físico cabe destacar que se caracteriza por una serie de relieves que están compuestos de materiales calizos

del Jurásico, como la Sierra de las Cabrillas. Su espacio central queda definido como una cuenca vaciada, desde la Era Terciaria, por la acción del río Buñol.

Buñol cuenta con una población aproximada de 9.500 habitantes y la forma de su pirámide poblacional es abultada (característico de las sociedades desarrolladas) donde la base es estrecha debido a que los más jóvenes representan un escaso porcentaje de población con respecto al total motivado a la importante reducción de natalidad durante las últimas décadas.

2.1. Clima

Los rasgos climáticos que presentan son los propios del clima mediterráneo, quedando definido el mismo con veranos cálidos y secos e inviernos moderados. Así, las temperaturas registradas en los meses de verano oscilan entre los 23,1°C y los 26,1°C y en los meses más fríos se obtienen unos valores medios entre los 5,5°C y los 11,3°C, produciéndose debido a las inversiones térmicas heladas alrededor de 15 días al año.

2.2 Comunicación- transporte

El acceso al municipio se puede realizar tanto por ferrocarril (red de cercanías de Valencia) como por carretera (autovía, autobuses urbanos e interurbanos) y además, al situarse próximo a la ciudad de Valencia, se ve beneficiado de las infraestructuras portuarias (puerto de Valencia a 40 km) y aeroportuarias (aeropuerto de Manises a 25 km) de la capital de la Comunidad Valenciana quedando perfectamente comunicado con el resto de poblaciones nacionales e internacionales.

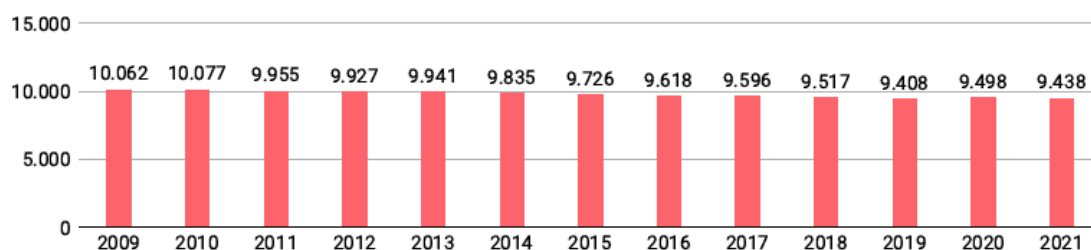
Su principal eje de comunicación es la autovía A-3, vial básica del sistema de comunicación estatal. Desde la autovía parten otras carreteras de segundo orden que permiten el acceso directo entre los municipios de la comarca.

2.3 Demografía

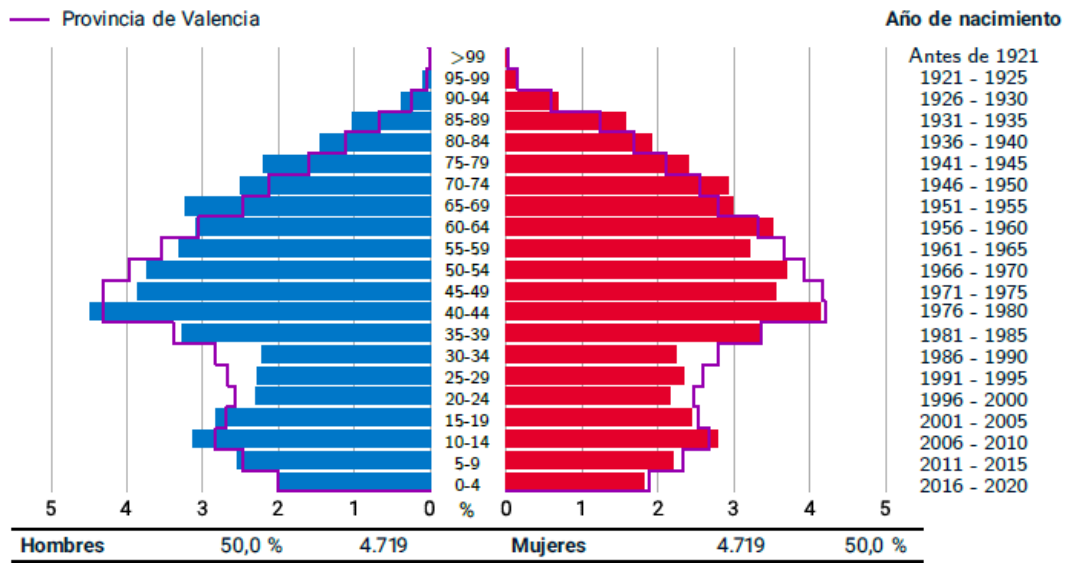
A continuación quedan reflejados los datos en cuanto a evolución de la población, sexo y edad. Indicadores demográficos, indicadores por nacionalidad y movimiento natural de la población. Estos datos han sido extraídos de la ficha municipal del IVE.

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN

Datos a 1 de enero



POBLACIÓN A 1 DE ENERO DE 2021 POR SEXO Y EDAD



INDICADORES DEMOGRÁFICOS - 2021

| Índice | | Municipio | Provincia | Comunitat Valenciana |
|-----------------------------------|---|-----------|-----------|----------------------|
| Dependencia | $(\text{Pob. } <16 + \text{Pob. } >64) / (\text{Pob. de } 16 \text{ a } 64) \times 100$ | 64,2 % | 53,1 % | 53,8 % |
| Dependencia población <16 años | $(\text{Pob. } <16) / (\text{Pob. de } 16 \text{ a } 64) \times 100$ | 25,6 % | 23,4 % | 23,5 % |
| Dependencia población >64 años | $(\text{Pob. } >64) / (\text{Pob. de } 16 \text{ a } 64) \times 100$ | 38,6 % | 29,7 % | 30,3 % |
| Envejecimiento | $(\text{Pob. } >64) / (\text{Pob. } <16) \times 100$ | 150,6 % | 126,9 % | 128,9 % |
| Longevidad | $(\text{Pob. } >74) / (\text{Pob. } >64) \times 100$ | 50,5 % | 48,8 % | 48,1 % |
| Maternidad | $(\text{Pob. de } 0 \text{ a } 4) / (\text{Mujeres de } 15 \text{ a } 49) \times 100$ | 18,8 % | 17,5 % | 17,9 % |
| Tendencia | $(\text{Pob. de } 0 \text{ a } 4) / (\text{Pob. de } 5 \text{ a } 9) \times 100$ | 80,1 % | 80,6 % | 81,4 % |
| Renovación de la población activa | $(\text{Pob. de } 20 \text{ a } 29) / (\text{Pob. de } 55 \text{ a } 64) \times 100$ | 69,2 % | 76,0 % | 74,9 % |

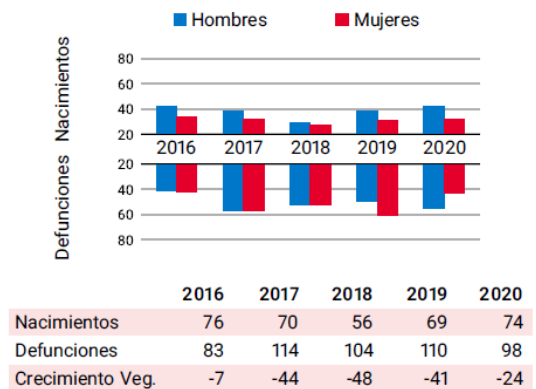
POBLACIÓN POR NACIONALIDAD Y SEXO - 2021

Datos a 1 de enero



MOVIMIENTO NATURAL DE LA POBLACIÓN

Datos a 31 de diciembre



3. ANÁLISIS

3.1 Análisis de la oferta

A) LOS RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS:

1. Castillo de Buñol.

El Castillo se encuentra ubicado en la antigua frontera entre Valencia y Castilla, en una posición estratégica. Situado sobre un promontorio rocoso, entre el barranco del río Buñol y el de Borrunes, está constituido por dos recintos claramente diferenciados. El recinto situado al norte es el que comprendía el espacio militar con la puerta principal integrada en la potente torre portal norte, custodiada por dos torres laterales en los extremos y cerrada por una muralla, configurando una amplia Plaza de Armas. El recinto situado al sur era el de uso residencial de los Señores de Buñol. Estas dependencias se articulaban en torno a una plaza triangular, que conectaba con el primer recinto por un túnel bajo la torre Mayor o del Homenaje. En este recinto se encuentra el antiguo Palacio Mercader, la Iglesia del Salvador y una planta del Palacio Gótico. De este recinto se sale por la torre sur o Torreta, al barrio medieval o del Castillo.

2. Casco antiguo de Buñol

Uno de los recorridos más sugerentes de los que el visitante puede disfrutar es el paseo por el Barrio Medieval o Barrio del Castillo. Bien sea saliendo por la Torreta o Portal sur del Castillo o subiendo desde la Plaza del Pueblo junto al Ayuntamiento nos adentraremos, como retornando imaginariamente a la época medieval, en un entramado de callejas que desembocan en pequeñas plazuelas de paredes encaladas que van componiendo un mosaico de casas que parecen sostener el peñasco del Castillo.

3. Museos

- EL MUSEO ARQUEOLÓGICO: Está situado en el Palacio Mercader, antiguo palacio residencia de los Señores de Buñol desde el S. XIV recientemente restaurado. La colección arqueológica de Buñol recoge restos representativos de los períodos: Paleolítico, Neolítico,

Edad del Hierro y del Bronce así como vestigios de la cultura íbera y romana en Buñol y alrededores.

- **EL MUSEO ETNOLÓGICO:** Está situado en la antigua Iglesia del Salvador del S. XIII, en la zona residencial del Castillo, que durante siglos albergó el panteón de la Familia Mercader. La exposición cuenta con varios espacios que muestran útiles de las labores agrícolas tradicionales, de otras profesiones así como material y menaje doméstico de los últimos siglos. Podemos ver también cómo era una casa del siglo XIX.

4. Cementerio Civil

Nos muestra la importante presencia de la masonería en Buñol desde el siglo XIX hasta la actualidad. Los habitantes de la población y su forma de entender la muerte queda representada en numerosas lápidas, donde se muestra la rivalidad musical de la población, las aficiones de sus vecinos o sus trabajos. No es extraño ver en muchas de las estelas funerarias grabados con escudos de equipos de fútbol, de sociedades musicales, objetos relacionados con el trabajo del finado o emblemas de su filiación sindical o política.

5. Iglesia Parroquial de San Pedro Apóstol

Edificio neoclásico del siglo XVIII. Presidida por la torre campanario de planta cuadrada que se levanta a los pies de la iglesia, su fachada enlucida muestra la portada configurada a partir de pilastras de orden corintio y columnas exentas que sustentan un frontón. El conjunto queda enriquecido con gotas y florones que le sirven de remate.

Posee planta de cruz latina con nave central compuesta por cuatro tramos que se corresponden con las capillas laterales, crucero y cúpula en su centro.

La cubierta del edificio combina la bóveda de cañón para la nave central, las cúpulas gallonadas para las capillas laterales, en ambos casos disponen de lunetos con ventanas, cúpula sobre tambor octogonal rematada con capulín sobre la capilla de la Comunión y cúpula de media naranja con ventanas y decoración interior a partir de casetones.

6. Parque San Luis Bertrán

El paseo de San Luís es un parque urbano situado en el extremo oeste del municipio entre la carretera y mirador del Cuco y el río Buñol. Se trata de un parque de profunda tradición festiva de Buñol ya que en él se suceden multitud de actos y eventos de relevancia cultural, social y lúdica.

En un pausado y refrescante paseo por el parque podemos ver la Ermita de San Luís Beltrán de estilo neogótico remodelada en 1896. Junto a ella podemos admirar las aguas surgentes del manantial muy cerca también de la fuente de San Luís con 4 generosos caños de agua que manan de la pared de toba caliza.

7. Auditorio Municipal

Aprovechando el farallón rocoso de zona del Cuco se construyó en la segunda mitad del S. XX un Auditorio Municipal al aire libre donde se celebran los conciertos musicales del municipio.

8. Molino Galán

El Molino de Galán es un ejemplo de patrimonio preindustrial y símbolo de la importancia que tuvo la industria papelera en el municipio. En el edificio del S. XVIII, se instaló en 1877 la primera máquina de fabricación de papel en España. El edificio fue utilizado, también, para producir energía hidráulica y para moler cereales.

Tiene su origen en 1751, siendo uno de los primeros ejemplos de producción de papel en la localidad. El edificio podría datarse en la primera mitad del S. XIX.

En la actualidad ha sido rehabilitado, destinando sus plantas para diferentes usos: biblioteca, sala de conferencias, salas de exposiciones, instalaciones deportivas, etc. Por su ubicación próxima al Río Buñol conecta con El Parque Fluvial que sirve como zona de recreo y conexión de entornos naturales con zonas culturales.

9. Museo de la Tomatina

El itinerario por el museo empieza con una sala inmersiva de 270 grados donde los visitantes podrán sentir el ambiente de la fiesta que se celebra en las calles de Buñol en agosto, junto con uno del Concierto del Mano a Mano.

El recorrido continúa a través de paneles fotográficos donde se puede ver la evolución de esta fiesta popular. Gracias a una App, que el visitante encontrará en las tablets que se facilitan in situ “Tico la mascota de la Tomatina” nos cuenta la historia de forma entretenida y con la ayuda de la realidad aumentada para que el público más pequeño disfrute de la exposición.

El visitante encontrará la zona de realidad virtual, donde gracias a las gafas se introducirá de lleno en la batalla roja. Una forma de revivir la Tomatina cualquier día del año y sin necesidad de salir manchado de zumo de tomate.

10. Parque Fluvial

FASE 1: Un agradable paseo por un moderno parque que ha permitido la recuperación y transformación del lecho del río Buñol, desde el Parque de San Luis hasta el emblemático edificio del Molino Galán.

FASE 2: Se centra en la recuperación del Barranco de los Mudos como nuevo espacio verde de circulación peatonal que relacione los distintos espacios urbanos que tiene lugar a lo largo de su recorrido

11. Fiesta de “La Tomatina”

Fue declarada en 2002 Fiesta de Interés Turístico Internacional por la Secretaría General de Turismo de España, es considerada como una de las fiestas más importantes y singulares de la Comunidad Valenciana. Posiciona a Buñol en el mapa siendo reconocido a nivel mundial.

12. Bandas de Música

El municipio se sitúa entre las máximas exponentes del panorama bandístico de la Comunitat Valenciana y de España, con reconocimientos en multitud de certámenes

nacionales y mundiales de bandas. En la actualidad Buñol cuenta con más de 300 músicos profesionales repartidos por la geografía española e internacional, fruto de años de trabajo conjunto entre sus dos Sociedades Musicales, La Armónica y la Artística, con más de 135 años de historia, y su Conservatorio Municipal.

Sus dos sociedades musicales ofrecen un alto nivel de actividad formativa y de programación. Se tratan de bandas de proyección y reconocimiento internacional. Más de 200 músicos de Buñol viven de la música y para la música, ocupando puestos en las mejores bandas y orquestas e impartiendo clases en escuelas y conservatorios de toda España.

Ambas bandas cuentan con infraestructura propia: el Palacio de La Música, auditorio del C.I.M. La Armónica, concebido para la audición de música principalmente, con capacidad para 500 espectadores. El Teatro Montecarlo, majestuoso edificio sede de la S.M. La Artística con capacidad para 900 espectadores.

13. Conservatorio Municipal San Rafael de Buñol,

Buñol se distingue por tener una gran actividad musical, derivada del continuo trabajo de las dos sociedades musicales y su labor educativa y por la función formativa del Conservatorio Municipal San Rafael de Buñol, que imparte enseñanza profesional y que complementa el vivero de ambas bandas de música.

Dicho conservatorio está ubicado en un Chalet de estilo modernista de principios del siglo XX en el que se sitúa el conservatorio de música profesional San Rafael, actual, de propiedad municipal, es un edificio emblemático para la población. Es un edificio de varias plantas, en el interior se puede observar el suelo original hidráulico de estilo modernista o “art decó” en muy buen estado de conservación.

14. Concierto Mano a Mano

El “Mano a Mano”, fue declarado “fiesta de Interés Turístico Autonómico” en 2014. En 2022, se celebra su 47ª edición, es un evento musical bandístico, en el que, todos los años, de forma excepcional colaboran las dos bandas pertenecientes a la localidad de Buñol: La Artística y la Armónica. Cada una, participa con más de 150 músicos en escena y más de 100 años de tradición. En dicho concierto, se defienden obras de un alto grado interpretativo.

El Mano a Mano es hoy en día un referente en el panorama musical, ya que cuenta con dos grandes sociedades: la Sociedad Musical La Artística y el Centro Instructivo Musical La Armónica, dos de las máximas exponentes bandísticas, ambas galardonadas en certámenes, tanto nacionales como mundiales (Certamen Mundial de Bandas de Kerkrade, Holanda).

15. Bienal de Música

La Bienal de Música de Buñol, es un festival consolidado que se celebra los años pares, durante el mes de julio. En 2022, realizó su decimosexta edición. En él se dan cita una amplia variedad de estilos y agrupaciones que incluyen música clásica, jazz, blues, flamenco, folk, música de cámara, orquesta...; así mismo, da cabida a géneros como la danza, el teatro y todo tipo de manifestaciones artísticas afines a la música.

Durante casi un mes, la localidad de Buñol se llena de música en diversos espacios como el auditorio de música al aire libre, con capacidad para más de dos mil personas, el singular castillo medieval del S.XIV, el Conservatorio Profesional, los parques y plazas del municipio...

A lo largo de sus casi treinta años de andadura, la Bienal ha contado con la presencia de grandes artistas de talla internacional como Michel Camilo, Maurice André, Sara Baras, Teresa Berganzá, Capella de Ministrers, Spanish Brass, Ara Malikian, Cañizares...

Y todo ello contando con la participación de dos de las bandas de música con mayor prestigio a nivel mundial, las dos sociedades musicales locales: la S. M. La Artística y el C.I.M. La Armónica.

16. Bienal de Artes y Festival de Par en Part

En 2019, se celebró la VII edición de la Bienal. El festival surge ante la idea de darle un nuevo impulso a la Bienal de arte de Buñol de una manera renovada, asumiendo un formato actualizado de puertas abiertas, fomentando el intercambio entre público y arte y ampliando su proyección nacional e internacional. En 2015, la Bienal retomó su actividad tras un impasse de casi cuatro años y consiguió una amplia movilización social en el espacio urbano de Buñol. Sus calles se convirtieron en un hervidero de ideas y proyectos que posicionaron el arte local, nacional e internacional presentes en el evento. Buñol se convirtió en una gran galería de arte. De Par en Part nace de una tradición

asentada para acercarse a las nuevas tendencias en eventos artísticos. Este formato de festival ofrece la oportunidad de presentar de manera directa tanto el trabajo como la metodología de la creación artística. Es en definitiva, una manera de mostrar aquello que hay detrás de las obras, para contribuir a la valorización del arte. En las ediciones anteriores, se mostraba el arte a través de las calles, y se abrían las puertas de viviendas de nuestra localidad. Podrías encontrar artistas pintando en edificios o sobre lienzos, conferencias, esculturas o disfrutar de las tapas exclusivas de nuestros bares amigos. Hay murales, exposiciones, casas, talleres, calles, personas. Se ofrecen visitas guiadas de la mano de guías locales y de los organizadores del festival por las intervenciones efímeras y murales así como el espectáculo cerámico que ofrece la asociación de amas de casa de Buñol. Y para degustar la oferta gastronómica local, la iniciativa se completa con la ruta de la tapa, a la que se suman los bares y restaurantes que colaboran con el festival.

El punto de inflexión en un evento bienal donde parecen haber cobrado renovada importancia la estimulación del trabajo sociocultural, la reflexión teórica y el papel transformador de las artes visuales en el entorno rural.

De Par en Part desarrolla un programa de interacción no solo estético, sino también ético, lúdico e interdisciplinario. Gran parte de los proyectos que se presentan contribuyen a transformar estos ejes en corredores artísticos e involucran no sólo a las artes plásticas, sino al teatro, la música, la danza, el diseño, la fotografía, la realización audiovisual, las tradiciones culturales y otras manifestaciones cuya asociación contribuye a revitalizar diferentes espacios públicos.

En consecuencia, el festival ha ido ocupando con fuerza el espacio público para que el arte se convierta en un acto cotidiano de interacción entre los creadores y los habitantes de Buñol. De Par en Part podría convertirse así en otro de los festivales de puertas abiertas de referencia en la Comunidad Valenciana. El eje temático central del evento se enmarca en un discurso naturalista y medioambiental. El éxito reiterado de las ediciones anteriores añade un motivo más para volver al pueblo de Buñol, quizás más reconocido por la Tomatina y por la belleza de sus entornos naturales.

Dado la situación sanitaria actual, toda esta oferta se adaptará a las circunstancias de la pandemia y estaremos preparados para realizar modificaciones y adaptaciones del formato.

17. Buñol Actúa Programación cultural anual que se puede conocer a través de la iniciativa municipal, "Buñol actúa", La promoción de dicha programación se realiza a través de redes sociales y cartel mensualmente. Soportes de difusión que también presentan la programación de las diferentes asociaciones de la ciudad.

18. Puente del Roquillo

El Paraje el Roquillo, es un referente para la población, dependiendo de la época del año, puede ser más espectacular si cabe por la caída de las hojas o tras lluvias fuertes.

Dentro del Paraje del Roquillo, encontramos la fuente del Roquillo - decorada con azulejería valenciana-, el puente y la balsa. La historia de este lugar también va ligada, sin duda alguna, al ferrocarril, donde desde antiguo se habilitó acceso a la zona y se instalaron merenderos hoy desaparecidos -la Quintana y la Mota- con motivo de la construcción del puente para el paso de trenes.

19. Cueva Turche

La Cueva Turche es uno de los espacios naturales más interesantes de Buñol. Su lago y cascada que se precipita desde lo alto de la pared de rocas ofrece un reconfortante espectáculo natural. Es un conjunto geológico de gran belleza y fuerza paisajística formado por un lago enmarcado en un gran anfiteatro de roca, y que posee un área de pic-nic dotada de infraestructura. Paraje idóneo para tomar un refrescante baño estival. En determinadas épocas, cuando existen abundantes lluvias, podemos disfrutar viendo cómo cae la cascada desde una altura de 60 metros. Se accede por la carretera CV-425, dirección Alborache.

20. Parque del Planell

El parque Planell destaca por su extensión. Este cuenta con una amplia zona verde, un lago y equipamiento deportivo por lo que se pueden disfrutar de las más diversas actividades en él. A dicho parque se accede a través de la Avda. Maestro Guzmán Cárcel.

21. Microrreserva “El Fresnal”

El Río Mijares nace en una zona de importante valor medioambiental: El Fresnal, que como su nombre indica alberga una importante población de esta especie y que junto a las Moratillas y la Fuente De la Umbría es uno de los últimos reductos de bosque mediterráneo de interior de la Comunidad Valenciana. Desciende hasta la aldea de Mijares perteneciente al término de Buñol y muy cerca cede sus aguas en el río Magro. Situado a unos 20 km de Buñol, está considerado como uno de los últimos reductos de lo que en otra época fuera la rica y prolífica vegetación mediterránea de interior. Un paraje de 204 hectáreas presentando debido a sus características geológicas y orográficas, un microclima húmedo que ha permitido conservar excelentes bosques de fresnos de flor acompañados de un rico y diverso estrato arbustivo.

22. Nacimiento y Aldea de Mijares

El acceso al nacimiento del río, se realiza a través de la carretera local que conduce desde Yátova hasta Hortunas, tomando el desvío señalado a la Aldea de Mijares . El punto conocido como “Nacimiento del río Mijares” es el lugar donde las aguas de este río vuelven a emerger tras desaparecer -excepción hecha de los años lluviosos- antes de alcanzar la aldea de Mijares. El paisaje fluvial que envuelve al río Mijares está rodeado de masas boscosas y sus aguas cristalinas apenas reciben aportes urbanos. Presenta tramos llanos entre zonas de huerta, cubiertos por un bosque de ribera bastante bien conservado, con tramos de aguas bravas, encajados entre rocas con abundantes pozas naturales.

Por la zona discurre el sendero de gran recorrido GR-7 y también podemos ver la Casa del Coronel, un albergue y centro de interpretación pendiente de rehabilitación.

23. Fuente Umbría y Moratillas

Pegada a El Fresnal, a modo de prelude del frondoso bosque que nos espera, se encuentra el paraje de la fuente de La Umbría. Entre sus atractivos posee una fuente de altura, de aguas gélidas y cristalinas, una buena y acertada infraestructura de servicios pensada para el goce de un día de campo: barbacoas, bancos, mesas de piedra y asientos de madera perfectamente dispuestos. Un tanto más al oeste, también podremos disfrutar del área de recreo y acampada de Las Moratillas. Se trata de un enclave convertido en microrreserva con una extensión de 7 '9 hectáreas. Está situado en el Fresnal

de Buñol, en el barranco que lleva este nombre. Próximas a la fuente de Umbría se hallan la de la Mina, Roser y Seca, pozo y fuente del Collado Umán, de Ganaderos y de la Simona. Todas ellas dependientes del sistema de drenaje del río Mijares a su paso por el término de Buñol.

Se puede acceder por el PRV-190 desde Buñol y enlazar con el GR-7 que recorre toda la zona.

Siguiendo la pista forestal, en lo alto de la sierra, encontramos las Moratillas, una antigua finca forestal con una zona de acampada y área recreativa, rodeada de un denso y bien conservado bosque mediterráneo.

24. Río Juanes y Charco Mañán

Situado entre los términos de Buñol y Yátova, el río Juanes es un riachuelo de montaña que en apenas 2 km de recorrido nos ofrece una excelente y variada muestra de paisajes agrestes y coloristas modelados por la acción erosiva de sus aguas durante millones de años.

Sus aguas cristalinas y cantarinas nos llevarán por parajes espectaculares como la Cueva de las Palomas; una vez en el término de Buñol, sigue su curso entre pozas y charcas de aguas cristalinas, entre las que destaca el Charco Mañán. Aguas abajo y brincando por senderos que se cuelan entre una vegetación típicamente mediterránea de adelfas, mirtos y carrizos llegamos al mirador de Turche que domina la oquedad geológica de la Cueva que lleva su nombre.

Podemos acceder por el sendero PRV-192 de Alborache por la curva de la Fuente del Mico.

25. La Condesa

Situado junto a la carretera, que nos lleva de Buñol al Collado Umán, se encuentra el área recreativa y la Fuente de Eventos más importantes.

26. Parque de Borrunes

El Parque de Borrunes, también llamado Paseo de las Delicias, es un lugar gratamente acogedor, donde su exuberante vegetación induce al recreo de la vista, produciendo una agradable sensación de paz y tranquilidad al visitante. El paraje nos evoca viejas tradiciones, como la de las mujeres se acercaban a lavar la ropa y también la lana de las ovejas, bien para destinarlas a la fabricación de los hilos que posteriormente darían paso a los tejidos, o bien para la fabricación de los colchones. Precisamente, una de estas causas es la que determinó que hasta su primera remodelación, realizada en el año 1844, siendo alcalde de Buñol Don José Criado no se conociese el lugar por el nombre de Borrunes, sino por el de "Borriones", ya que así se le llamaba a las lanas de oveja destinadas a la confección de los colchones.

27. Río Buñol, La Jarra, Puente Natural y Carcalin

El Río Buñol nace en siete Aguas y atraviesa el término de Buñol desde el noroeste en dirección sureste formando lagos como la zona de la Jarra y los Peñones, formando más arriba una cueva llamada El puente Natural, que puede ser atravesado en épocas de sequía y está lleno de estalactitas y estalagmitas. En toda esta zona, el río va encajonado entre grandes paredes de piedra que hacen la delicia de los aficionados a la escalada, espeleología y senderismo, todo ello señalizado con mapas y carteles.

Partiendo del Paseo de San Luis, río arriba, podemos realizar una interesante excursión por el barranco del río Buñol conocido como Carcalín, en algunos tramos bastante encañonado, con un primer tramo apto para toda la familia y a partir de la poza que se conoce como la Jarra, empieza un tramo más complicado no exento de cierto riesgo para aquellos que deseen disfrutarlo.

28. Rutas y senderos

- **RUTA DE LA MÚSICA** La ruta de la música permite la interpretación e información del patrimonio y la historia musical de Buñol mediante paneles y señalización con realidad aumentada que amplía información al espectador. Esta ruta puede realizarse a pie y están enfocadas para todo tipo de público.
- **RUTA DE LAS FUENTES.** Es una ruta urbana que recorre las fuentes más importantes del municipio sin salirse del casco urbano.

- **ALTO JORGE – BARRANCO CARCALÍN (RÍO BUÑOL).** Distancia: 10,5 KM. Duración: 3h.30 m. Dificultad: Media. Tipo de marcha: Circular. Partida: Parque San Luis. Es una ruta muy popular en Buñol con vistas preciosas y abundantes .Se inicia en el Paseo de San Luis de Buñol. Subimos por unas escaleras, que hay al lado del Auditorio de Música hasta salir a una carretera que nos lleva a la Fuente del Roquillo. Subimos por una senda, después de cruzar el riachuelo. Entre pinadas y buenas vistas, llegamos al Alto Jorge. Desde aquí bajamos hasta el cauce del río Buñol, donde podremos apreciar unas grandes panorámicas. Cruzamos el barranco y desde aquí ya iremos a la izquierda por el PR-CV 190, hasta Buñol. A partir de ahí seguiremos las marcas amarillas y blancas. Pasaremos por las áreas de escalada de Cueva Grande-Corral de Cabras y descenderemos para llegar a la zona de los baños de La Jarra llegando nuevamente al paseo de San Luis.

- **SLCV-166 RUTA DEL AGUA.** Distancia: 7,2 KM. Duración: 2,30h. Dificultad: Media. Tipo de marcha: Circular. Partida: Parque San Luis.

La ruta circular que conecta los puntos de mayor interés paisajístico y turístico Dicha ruta circular tiene el punto de inicio en el Parque de San Luis recorre el Parque Fluvial, continuamos las marcas verdes hacia la parte de arriba de la Cueva de Turche, descendemos dirección a la Cueva Turche para volver otra vez a el Parque de San Luis.

- **EL CAMINO DE SANTIAGO DESDE VALENCIA.** El camino Real a Castilla era el empleado por los peregrinos que se dirigían a Santiago desde la ciudad de Valencia durante los siglos XV, XVI, XVII. Dicho camino comenzaba en Valencia y discurre por Chiva, Buñol y Requena e iba dirección a Cuenca. Buñol es el final de la segunda etapa e inicio de la tercera. El recorrido de Buñol empieza por la Avd. Blasco Ibáñez, C/ Condes de Buñol, baja por C/ Florida Blanca, el Castillo de Buñol hasta la plaza del pueblo, Iglesia S. Pedro Apóstol, dirección Parque S. Luis y continuar dirección Monte La Cruz para dirigirse hasta Siete Aguas. Esta ruta está incluida en el listado de Caminos a Santiago en España de la Federación de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago.

29. Espeleología.

El carácter calizo y kárstico del paisaje de la Hoya de Buñol ha favorecido secularmente la creación de innumerables sumideros, dolinas y simas extendidas por toda la comarca. Barranco Puente Natural Carcalin: El nivel de este barranco es de iniciación siendo el plato fuerte el divertido descenso de la Cueva de Carcalin, con un lago en su interior.

30. Escalada.

La Hoya de Buñol dispone de unas 300 vías de escalada repartidas en 6 sectores.

Las áreas más importantes son:

- La Jarra en el barranco de Carcalín, donde domina el 6º grado junto a las más fáciles, siempre en deportiva. Hay unas 80 vías en este sector.
- El Puente Natural, en el mismo barranco, con unas 20 vías para deportiva.
- Ventamina, en el barranco del Baladrar junto a la A-3, diversas vías de más 30 m en deportiva y clásica.
- Roma. Se puede acceder por el río Buñol, aguas arriba hasta los mojones con señales cerámicas.

Para resumir, se ha confeccionado una tabla en la que se enumeran los recursos y atractivos turísticos municipales que son categorizados en cuatro grandes bloques, como son:

- A - Atractivo Natural o paisajístico
- B - Atractivo histórico, monumental o artístico
- C – Música y cultura popular
- D - Fiestas y acontecimientos programados

Asimismo, se ha realizado una jerarquización de los recursos consistente en una valoración cualitativa de los mismos con la finalidad de ponderar la capacidad de los recursos turísticos de atraer flujos de visitantes desde diferentes áreas geográficas que se muestran a continuación:

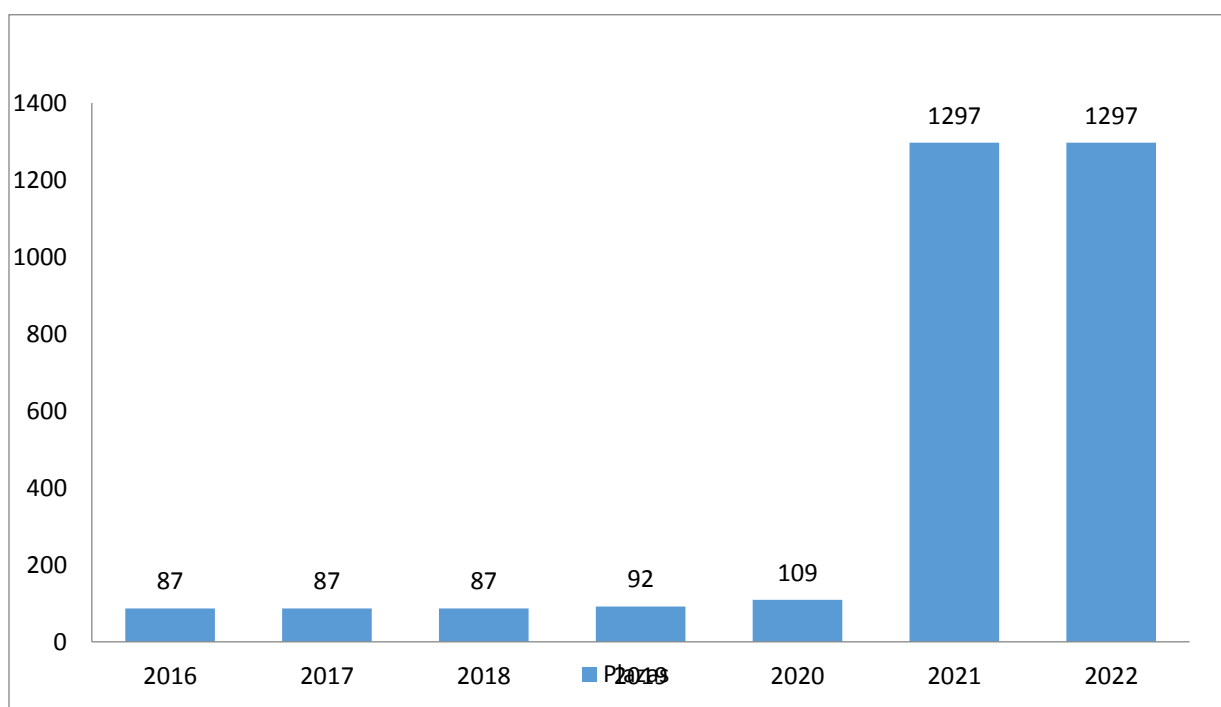
- Jerarquía 1 - Complementa a otros atractivos
- Jerarquía 2 - Atractivo a nivel comarcal/regional
- Jerarquía 3 - Atractivo a nivel nacional
- Jerarquía 4 - Atractivo a nivel internacional

| Nombre del recurso | Tipo | Valoración |
|--|------|------------|
| 1. Castillo de Buñol | B | 4 |
| 2. Casco antiguo de Buñol | B | 2 |
| 3. Museos del Castillo | B | 3 |
| 4. Cementerio | B | 4 |
| 5. Iglesia Parroquial de San Pedro Apóstol | B | 2 |
| 6. Parque de San Luis Bertrán | B | 2 |
| 7. Auditorio | B | 3 |
| 8. Molino Galán | B | 1 |
| 9. Museo de la Tomatina | B | 2 |
| 10. Parque Fluvial | A | 1 |
| 11. La Tomatina | D | 4 |
| 12. Bandas de Música | D | 4 |
| 13. Conservatorio Municipal S. Rafael | D | 1 |
| 14. Concierto Mano a Mano | D | 3 |
| 15. Bienal de Música | D | 3 |
| 16. Bienal de Artes y festival de Par en Part | D | 2 |
| 17. Buñol Actúa | D | 2 |
| 18. Paraje del Roquillo | A | 1 |
| 19. Cueva Turche | A | 2 |
| 20. Parque el Planell | A | 1 |
| 21. Microrreserva "El Fresnal" (Buñol) | A | 3 |
| 22. Río Mijares y Buñol (Buñol) | A | 2 |
| 23. Fuente de la Umbría y Moratillas | A | 3 |
| 24. Río Juanes y Charco Mañán | A | 2 |
| 25. La Condesa | A | 2 |
| 26. Parque de Borrunes | A | 2 |
| 27. Río Buñol, la Jarra, puente natural y Carcalin | A | 3 |
| 28. Rutas y Senderos | A | 3 |
| 29. Espeleología | A | 3 |
| 30. Escalada. | A | 3 |

B) LA OFERTA HOTELERA

La tipología de alojamiento que encontramos en Buñol podemos dividirlo en dos tipos: residencial y no residencial. Por un lado encontramos un total de 605 viviendas residenciales (utilizadas para estancias vacacionales, ya sea de corta o larga duración) mientras que por otro lado encontramos el no residencial.

El alojamiento turístico (no residencial) cuenta con un total de 1.297 plazas distribuidas entre diversas clases y categorías de alojamiento. En 1996, la infraestructura de alojamiento turístico era escasa y, en general, de baja calidad. Posteriormente se empezaron a crear plazas de alojamiento turístico-comercial.



Buñol dispone de 1297 plazas de alojamiento, 67 distribuidas en hoteles, 1214 en alojamiento rural y 16 en viviendas turísticas.

El Hotel Condes de Buñol de dos estrellas tiene 26 plazas y, por último, la Posada Venta Pilar dispone de 41 plazas hoteleras.

En alojamiento rural, el Campamento la Serrana se divide en Albergue Juvenil con una capacidad de 62 personas en el albergue, 160 plazas en cabañas de madera y 950 plazas en tres zonas de acampada. Buñol dispone de 4 casas rurales todas de alquiler íntegro Casa Rural El Castillo dispone de 10 plazas, La Casa de la Abuela 1 y 2, de 10 plazas. Casa

Cervantes 22 con 11 plazas y Ca la Motrila con 5 plazas y Casa Turche con un total 16 plazas divididas en dos casas independientes.

Viviendas turísticas disponemos de 16 plazas distribuidas en Casa la Abuela I y II.

C) OFERTA GASTRONÓMICA

Se caracteriza por una gastronomía típica del interior como el arroz con bledas conocido como arroz ayuno, arroz con costillas de cerdo o la olla podrida, también destaca el embutido.

Algunos restaurantes ofrecen dichos platos típicos como Bar Rosales y Venta Pilar.

A continuación enumeramos los restaurantes que ofrecen servicios de menú diario incluido los fines de semana:

- Restaurante La Acacia
- Venta Pilar
- La Tomatina Como en Casa
- Rosales
- Bar la Boheme

D) OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA

En Buñol, en la actualidad se encuentran 5 empresas realizando actividades en torno a los principales recursos turísticos, 2 en el entorno natural y 3 en el casco urbano. Para ellos contamos con un calendario para que todas sean coordinadas y desde Buñol es Turismo lanzar la promoción.

[Cata de Vinos + Visita Guiada](#)

[Memorias de una guerra](#)

[Visita al cementerio Masónico de Buñol](#)

[Conoce el Castillo y saborea Buñol](#)

[Visita Guiada Castillo Buñol «Protagonista y Testigo»](#)

[Tomatina, Castillo y mucho más...](#)

[Cuentos de la Vieja: Visita Guiada Familiar](#)

Ruta Fluvial «Molinos Papeleros»

Barranquismo en la Cueva de Turche

Itinerario 4x4 Malacara + Senderismo El Fresnal

ITINERARIO EN 4x4 POR TODA LA SIERRA MALACARA

Senderismo y Rapel Barranco Monedi

3.2 Análisis de la demanda

En cuanto a la demanda en la Oficina de Turismo se ha realizado en base a los datos recogidos en la oficina de turismo de Buñol. Un 93% son de origen nacional, de estos el 85% su origen es la Comunidad Valenciana y un 15% del resto del territorio nacional.

En cuanto al turismo internacional, este representa un 7%, destacando por su origen Francia y Reino Unido.

Los productos más demandados son rutas senderistas, Cueva Turche, el Castillo de Buñol y las actividades culturales que se realizan a lo largo del año.

En estos datos no se contemplan los turistas que vienen a la Tomatina, en esta, el perfil del visitante es mayoritariamente extranjero un 68%, la procedencia más significativa es de Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Japón, Corea del Sur, India.

ANÁLISIS ONLINE

Buñol es Turismo se reactiva después de la pandemia, ha conseguido volver a consolidarse como destino turístico y reactivar tanto las actividades turísticas como el número de visitantes que se había visto afectado por la pandemia. La apuesta por la campaña turística realizada en este último ejercicio por la concejalía de turismo que pasa tanto por la adecuación de parajes y digitalización de la oferta cultural ha dado sus frutos y así lo demuestran los datos obtenidos.

Por un lado el portal web turismolahoya.buñol.es ha obtenido en este último año más de 40.000 visitas, donde se encuentran todas las actividades turísticas e información relevante del municipio.

En números, Buñol es Turismo ha lanzado alrededor 150 propuestas durante el último ejercicio, todas ellas muy bien acogidas por el público. Evidentemente, a mayor actividad; mayor interés. Esta apuesta por el turismo de la localidad lleva siendo trabajada con consciencia desde hace años y pese a grandes inconvenientes producidos por la pandemia las cifras siguen sólidas y demuestran la consolidación turística de la localidad. Para lograr estos excelentes resultados se ha potenciado la presencia en redes sociales. En este punto, cerca de tres millones de personas han visto los contenidos promocionales de Buñol a través de Facebook o Instagram. Las visitas a Buñol no son una mera estadística. Todas y cada una de las personas que se han personado en la población han disfrutado de sus incontables encantos y han interactuado con los comercios, bares y restaurantes locales, con el consiguiente beneficio para todos y cada uno de ellos.

4. CONCLUSIONES DEL PROCESO PARTICIPATIVO

Los Agentes implicados en el proceso participativo son:

- Equipo interdepartamental del Ayuntamiento de Buñol, departamento de urbanismo, turismo, comercio, secretaría, contratación, informática y desarrollo local.
- Asociación de comerciantes, a través de sus diversas secciones turismo, servicios y hostelería.
- Mesa Agentes locales del Sector público - privado de turismo, en la que participan las empresas de actividades turísticas y alojamiento.
- Buinsa, como empresa pública del Ayuntamiento de Buñol (desarrollo local).
- Asociaciones culturales, como las bandas de música, comisión defiende el castillo, comisiones de eventos (Bienal música, Tomatina, Bienal de Artes Plásticas y Festival de Par en Part).
- Residentes.

La participación se ha basado en:

- Jornadas, por una parte para la presentación del inicio del plan e implicar a los residentes en la elaboración del mismo.

- Grupos de trabajo basadas en temática cultural, natural, eventos con asociaciones como las bandas de música, comisiones deporte, defiende el castillo, grupo Tensa (deporte naturaleza).
- Encuestas realizadas a residentes y turistas y otra a empresas turísticas (actividades, restauración y alojamiento) donde cabe destacar la falta de implicación de la población local.
- Reuniones de la mesa de turismo (público-privado) análisis de los resultados, propuesta de objetivos, análisis de los recursos.

DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DEL PROCESO PARTICIPATIVO

El plan de acción deriva de:

El Plan Urbano de Actuación Municipal (PUAM) del municipio de Buñol, el cual ha sido desarrollado en el segundo semestre de 2021. Este documento, de carácter estratégico local, define las líneas de actuación en un futuro inmediato del municipio e incorpora los objetivos de la Agenda 2030 en las prioridades futuras respecto a obras y servicios en la agenda urbana municipal.

Este avanza en el diseño de municipio más habitable, justo, inclusivo, saludable, inteligente y sostenible, recopilando y revisando la información existente, identificando las principales problemáticas del municipio con los diferentes agentes sociales y ciudadanía, con el objeto de definir las áreas de actuación prioritarias.

Además se ha tomado como comienzo el plan Estratégico de turismo elaborado en 2008 y sus posteriores ajustes, así como el plan de dinamización turística y el Plan de competitividad turística que lleva implementándose en el municipio desde hace 10 años.

El grupo impulsor del plan formado por el Ayuntamiento de Buñol, Asociación de Empresarios de Buñol y empresas turísticas, para la elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Buñol toma como referencia el Plan Urbano de Actuación Municipal (PUAM), los presupuestos participativos y el Plan de Movilidad Sostenible (este último en desarrollo)

La elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística se inicia con el Plan Urbano de Actuación Municipal (PUAM) del municipio de Buñol. Documento de carácter estratégico local, que define las líneas de actuación en un futuro inmediato del municipio e incorpora los objetivos de la Agenda 2030 en las prioridades futuras respecto a obras y servicios en la

agenda urbana municipal. Este desarrolló un proceso participativo que orienta su estructura y propuestas del que parte el plan de sostenibilidad turística y este se sustenta de los resultados de los procesos participativos del PUAM y de los diagnósticos obtenidos en las encuestas específicas de turismo realizadas a empresas, asociaciones, residentes y visitantes y de las reuniones mantenidas con los agentes turísticos.

Se elabora el diagnóstico de forma participativa, incluyendo a los actores más relevantes del municipio. Se han realizado varios encuentros y encuestas para garantizar la máxima participación ciudadana en esta fase del proceso. Se mantienen reuniones con los agentes implicados para identificar la problemática, necesidades, retos. Se definen los objetivos según los resultados obtenidos y se realizan las propuestas de actuación que son consensuadas con el Ayuntamiento.

Estas son las acciones finales recogidas en el PUAM que están relacionadas con el área turística:

| | |
|---|--|
| Favorecer la rehabilitación de casas e infraestructuras en la zona del Castillo y su entorno. | Asesoría técnico-jurídica para el acceso a ayudas y apoyos económicos para la rehabilitación de viviendas alineado con el Plan Director aprobado, a través del ARRUS (Áreas de Regeneración y Renovación Urbana) |
| Mejorar la limpieza y conservación de los parques y zonas verdes del municipio. | Revisar la gestión del servicio y reciclar recursos. |
| Plan de mejora urbana | Resolver las deficiencias en la trama urbana (cruces, señalización, etc.) a través del PMUS. |
| Zonas de aparcamiento | Incorporar nuevas zonas de aparcamiento a través del estudio del Plan Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) |
| Catálogos de bienes y espacios protegidos (CEBP) | Redactar el catálogo de bienes y espacios protegidos del municipio de Buñol |
| Accesibilidad física | Derribo y adecuación casas del Castillo |
| Accesibilidad Torre Castillo | Mejorar el acceso a la Torre del Castillo |
| Información de nuevos recursos | Señalización de los nuevos recursos implantados (turismo, accesibilidad, infraestructuras, urbanismo, etc.) |
| Análisis de los espacios naturales: Umbría, Condesa y Moratillas | Incentivar la conciencia ambiental y las acciones de conservación a través la puesta en marcha de programas de educación ambiental: <ul style="list-style-type: none"> *Uso de espacios para coordinar actividades * Organización/Coordinación de acciones de voluntariado ambiental. * Organización de charlas con contenido medioambiental o de conservación. * Desde el ayuntamiento, coordinarse con el colegio para apoyar que se trabajen aspectos medioambientales de interés para el municipio. |
| Inventariar los espacios naturales del municipio. | Analizar los espacios naturales (los accesos, señalización y dotación de papeleras, y contenedores en las zonas recreativas del término municipal, prestando especial atención a aquellas vinculadas al recurso agua.) |

| | |
|--|--|
| Proyecto de recuperación y conservación de las fuentes | Análisis, mejora y conservación de las fuentes de agua históricas del municipio |
| Fomentar la instalación y/o creación de empresas diversas en el municipio. | Asesoría técnico-jurídica para implantación de empresas y acceso a ayudas y apoyos económicos. |
| Análisis de las necesidades de empleo | Analizar los puestos de trabajo más demandados en el municipio y abrir una bolsa de formación para mejorar las capacidades laborales en estas temáticas. |
| Revisión y actualización del Plan de Actuaciones de Desarrollo Turístico | Mejorar la estrategia turística específica para el municipio, que dé respuesta a la necesidad de desarrollo económico que ofrece el turismo, basado en un desarrollo sostenible y alineado con el Plan director de Turismo de la Mancomunidad de la Hoya de Buñol. |
| Red de comercios y restaurantes | Crear una red que fomente la organización con el objetivo de crear un catálogo de comercios y restauración |
| Corredor verde del territorio Municipal | Plan de limpieza y conservación y Plan de mantenimiento |
| Parquin caravanas | El desarrollo del parquin supone la obra de adecuación y los automatismos y cámaras de vigilancia |
| Nueva estrategia turística | Revisión de la estrategia de Marketing Online promocional para que incorpore de manera transversal los mensajes clave y el enfoque sostenible en el turismo |
| Sendero Circular Carcalín | Homologación del sendero circular Carcalín |
| Cursos de formación turística | Desarrollar e impartir formación turística a la ciudadanía |
| Sistemas automáticos de información | Implantar un sistema de recogida de información: Smart office, alertas e información, recogida de datos, opinión turística, Chatbot. |
| Vigilancia y seguridad | Instalación de cámaras de vigilancia en el Castillo, Ayuntamiento, Edif. Portal y Centro de control) |
| Materiales informáticos Sala Inmersiva | Desarrollo de contenidos para la sala inmersiva e incorporación de material para la sala |
| Turismo online | Creación de videos 3D: reconstrucción del Castillo y de las Colonias Blasco Ibáñez |
| Accesibilidad digital | Incorporar a la web las audioguías del Castillo y adaptar la accesibilidad web, protocolo WAI y la norma UNE 139803:2001 |

5. DAFO

PATRIMONIO CULTURAL Y URBANO

| Puntos fuertes | Puntos débiles |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Existencia patrimonio histórico-monumental de gran riqueza, base para la creación de productos turísticos de contenido cultural. ● Existencia del castillo, recurso histórico de primer nivel, escenario de numerosos hechos históricos, y actualmente el espacio con programación cultural continúa. ● Conservación de monumentos por medio de proyectos de restauración y puesta en valor con contenidos culturales. ● Existencia de figuras de protección para los recursos patrimoniales de Buñol: BIC y Bienes de Relevancia Local. ● Existencia de flujos turísticos centrados en el casco histórico a través de las rutas urbanas. ● Buenas comunicaciones con Valencia, Madrid... cercanía de la A-3 que cruza el municipio de y favorece el conocimiento de la población y la llegada de visitantes. ● Adhesión en clubs de producto que añaden un valor a la imagen de los recursos y productos ofrecidos al visitante (Crea Turisme, Club de Producto la "Red de Castillos y Palacios de España"...) ● Existencia Comisión de Castillo y Subcomisión de Museos ● Existencia de espacios de valor paisajístico en el núcleo urbano como son los parques de Urios, San Luís, Borrunes y cauce del río | <ul style="list-style-type: none"> ● Degradación de algunas partes del casco histórico, casas en ruinas y falta de adecuación. ● Solares y viviendas deshabitadas en el castillo y en el casco histórico, que produce un gran impacto negativo y sensación de inseguridad al visitante ● Falta de sensibilidad de la población ante el valor de su patrimonio. ● Falta de áreas de aparcamiento y señalización. ● Falta sensibilidad patrimonial a la hora de realizar intervenciones en los recursos patrimoniales. ● Despoblación del casco antiguo ● Falta de accesibilidad universal ● Los frentes recayentes al barranco degradados, tanto los paramentos edificados que los configuran como los espacios verdes que lo delimitan. ● El equipamiento de calles y plazas del casco antiguo no cuenta con mobiliario urbano, pavimentación y equipamiento adecuado y los espacios urbanos de la fortaleza se hallan muy desvirtuados. ● Las infraestructuras urbanas del casco antiguo precisan una renovación. ● Existen problemas de accesibilidad, derivadas de las particulares condiciones |

| | |
|---|--|
| <p>Buñol, que ofrecen recorridos peatonales y pueden ser el escenario de diferentes actuaciones y eventos a lo largo del año.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Existen una serie de miradores. ● Existencia de transporte público que rodea todo el casco urbano, y puede ser aprovechado para visita turística. ● El parque fluvial ofrece nuevas posibilidades de conexión peatonal y crea un precioso recorrido para paseantes y ciclistas y áreas de esparcimiento en enclaves privilegiados. ● La situación estratégica de la ciudad, su historia, su patrimonio alrededor del agua, sus fiestas y gastronomía, son recursos representativos de la ciudad, que actúan como nexo de unión de la misma y que pueden servir de referencia para ser reconocida. ● La Tomatina, una de las fiestas más reconocidas a nivel internacional, posiciona a Buñol en el mapa, recibiendo una afluencia masiva de visitantes el día de la celebración ● La gastronomía típica de interior, es un recurso muy apreciado por los visitantes a Buñol, que aprovechan la estancia para adquirir productos típicos de la zona. ● Existencia de Música, eventos musicales y raíces musicales, como el Mano a Mano, declarado fiesta de interés turístico autonómico, y la Bienal de Música ● Existe un equipamiento museístico que alberga una colección museográfica de arqueología de Buñol. ● La administración local considera la cultura | <p>orográficas del terreno.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Hay problemas de mal olor y residuos sólidos en las calles del casco antiguo. ● Ausencia de espacios de venta de artesanía típica y merchandising de Buñol. ● Ausencia de iniciativas de puesta en valor de la gastronomía. ● Ausencia de coordinación público-privada para dar a conocer la gastronomía en Buñol ● Falta proyección turística de la Música. |
|---|--|

| | |
|--|--|
| <p>y la conservación del patrimonio recursos de riqueza, lo que motiva la continua inversión en la misma.</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Existencia de asociaciones musicales importantes, que disponen de centros capaces de albergar eventos. | |
| <p>RIESGOS AMENAZAS</p> | <p>OPORTUNIDADES</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ●Existencia de destinos de turismo rural con conjunto histórico también muy importante, capaces de crear producto turístico más potente. ●El elevado esfuerzo inversor que requiere la creación de productos turísticos de contenido cultural mediante la puesta en valor de elementos patrimoniales, comporta el coste de rehabilitación y el de la aplicación de nuevas tecnologías museográficas, necesarias para constituir ofertas de ocio vacacional ●Sobreexplotación de los recursos del casco histórico y de la ciudad, lo que puede repercutir negativamente ●Abandono del entorno ●El tratamiento del espacio urbano y de los monumentos con intervenciones de poca calidad reduce el interés de los espacios y edificios más emblemáticos de la ciudad. ●Si no se planifica de forma coordinada la restauración del castillo y de los espacios urbanos de la fortaleza se perderán conexiones y elementos de interés que se deberían integrar en las actuaciones. ●De crear espacios con fecha de caducidad, que no tienen planificación de programación cultural continúa, que no | <ul style="list-style-type: none"> ●Homogeneizar los frentes de toda la zona del río Buñol, adecuando fachadas y mejorando la visión de la zona ●La apuesta municipal por impulsar el turismo y el patrimonio como herramientas estratégicas del desarrollo económico de la ciudad y con un criterio unitario. ●Mejorar la accesibilidad con el objetivo de atraer residentes al casco antiguo ●Los espacios de la fortaleza ofrecen la oportunidad de convertirse en un modelo de espacio público de esparcimiento y ocio, abierto tanto a los propios ciudadanos como a los visitantes y las actuaciones que se realicen deben tener el objetivo de potenciar el interés del recinto y dotar al conjunto de nuevos valores ambientales acordes a su importancia monumental. ●El alumbrado del recinto del castillo exterior e interior, debería tratarse de forma especial en estos proyectos pudiendo añadir nuevos valores y ofrecer recorridos nocturnos. ●En el subsuelo del castillo hay una serie de estructuras antiguas enterradas que podrán ser integradas en las actuaciones futuras y podrán aportar datos sobre la fortaleza. |

| | |
|---|--|
| <p>inviertan en investigación y en desarrollo cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear espacios dirigidos sólo al público local, o al público muy especializado alejándose del interés social. ● La inversión sea superior al rendimiento económico y que los centros supongan solo gastos ● Planificar la creación de equipamientos sin tener en cuenta los gastos asociados, su financiación y su gestión. | <ul style="list-style-type: none"> ● Cohesionar las rutas existentes mejorando la imagen ● Crear centros interpretativos que tengan su importante historia, sus leyendas y sus anécdotas como hilo argumental. ● Crear un centro de interpretación de la Música de Banda, primero en la Comunidad Valenciana. ● Potenciar la gastronomía ● De crear un espacio referencia en el castillo, castillo vivo, espacio museístico vivo, capaz de ser referencia en gestión de recursos, dinamización, programación de eventos continuos, atracción de visitantes. |
|---|--|

PATRIMONIO NATURAL

| PUNTOS FUERTES | PUNTOS DÉBILES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Existencia de patrimonio natural muy importante: el río Buñol, que conforma el barranco Carcalín, y las zonas de la Jarra, el puente Natural, Roma y la Silla; el río Mijares, donde se puede ver el Queixal, y el espacio recreativo de las Moratillas, y el río Juanes, con la Cueva Turche, son los más importantes y visitados. ● Existencia de senderos homologados de pequeño y de largo recorrido que permiten visitar todo el municipio y que se conectan y entrelazan con el resto de la comarca. ● Lugares habilitados para la práctica de deportes de aventura: disponen de | <ul style="list-style-type: none"> ● La existencia de recursos paisajísticos de gran interés y de un entorno apto para el desarrollo de deportes de aventura no ha generado el desarrollo de un producto turístico ● Inexistencia de empresas locales de turismo activo y de aventura. No hay servicios guiados de interpretación de la naturaleza ● Dificil acceso a los parajes naturales. ● Necesidad de vehículos 4x4 para acceder a algunas zonas naturales. ● Ausencia de espacios de punto de encuentro para deportistas, donde quedar, aparcar el coche, y avituallarse de lo |

| | |
|--|---|
| <p>rocódromo y 40 vías abiertas en el barranco Carcalín para la práctica de la escalada, instalaciones a lo largo del río Juanes, para la práctica del barranquismo, y cuevas para la práctica de la espeleología.</p> | <p>necesario para la práctica del deporte.</p> |
| <p>RIESGOS AMENAZAS</p> | <p>OPORTUNIDADES</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Falta implantación de programas de gestión medioambiental del destino tanto el ámbito empresarial como municipal ● De no planificar, ni realizar estudios del impacto en los espacios naturales que supondría el turismo y que desaparezcan especies, y fauna de su hábitat natural ● Masificación de espacios naturales y posterior degradación | <ul style="list-style-type: none"> ● Creación nueva infraestructuras ● Ampliación red de senderos ● Fomentar el emprendimiento entre las asociaciones locales ● Creación de un corredor verde, siendo el Río Buñol el eje principal que vertebra el territorio y cohesiona las señas de identidad del municipio |

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

| | |
|---|--|
| <p>PUNTOS FUERTES</p> | <p>PUNTOS DÉBILES</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ● La cercanía a Valencia y las buenas comunicaciones existentes (A3-RENFE) dotan a Buñol de un público objetivo muy numeroso en cuyos hábitos de consumo se incluye el excursionismo para disfrutar de cultura, naturaleza, gastronomía y actividades deportivas ● Existencia oficina turismo integrada en la Red Tourist Info ● Buñol puede ofrecer cultura, ambiente rural, paisaje, y gastronomía de interior a 30 min. de la ciudad | <ul style="list-style-type: none"> ● Escaso número de plazas de alojamiento reglado y concentración de las mismas en subsector hotelero y alojamiento rural ● No existe alojamiento en camping, albergue, apartamento turístico,... ● Bajo nivel de ocupación media los fines de semana (50%) ● Bajo nivel de consumo turístico del visitante actual durante su corta estancia ● La saturación de la oferta de restauración local, especialmente entre semana hace que los clientes se desplacen en ocasiones a |

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ●Existencia de un sector industrial que genera demanda en servicios turísticos (alojamiento y restauración) ●Existencia de establecimientos de restauración reconocidos que atraen público los días festivos ●Existencia de un segmento importante de clientes de empresa vinculados a la actividad industrial de la zona y a las obras, que pernoctan de lunes a jueves. ●Presencia de turismo escolar y de grupos entre semana con motivación cultural (Castillo, bandas de música, cementera). ●Presencia de aficionados a la escalada, bicicleta de montaña, barranquismo y espeleología que acuden los fines de semana a practicar deporte. ●Presencia en época estival de turismo residencial incrementa sustancialmente el público objetivo de los servicios de restauración y comerciales de la ciudad ●Gran reconocimiento de Buñol a nivel internacional gracias a la Tomatina, declaradas Fiestas de Interés Turístico Internacional, que ha permitido identificar a la ciudad en todo el mundo. ●Renombre nacional en círculos culturales por la presencia de La Armónica y La Artística, dos bandas de música que gozan de gran prestigio en su género a nivel nacional. ●Buñol posee enclaves de gran interés para la práctica de deportes de aventura (La Jarra, escalada. Río Juanes, barranquismo. Puente natural, espeleología) ●El recurso más visitados de la web turística es el castillo | <p>localidades cercanas (Chiva)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Las estancias en alojamientos turísticos responden a otras motivaciones ●Excesiva vinculación de las pernoctaciones turísticas y de la producción en restauración a causas externas al turismo y al propio destino (polígono industrial, eventos, etc.) ●La oferta comercial no tiene, ni es su funcionamiento ni en su contenido, una orientación turística (horarios y productos de interés turístico) ●No se ha configurado una oferta gastronómica diferenciada de cocina autóctona (de serranía) en la restauración local. ●No se consigue alargar la estancia de los turistas alrededor de la celebración de la Tomatina. ●Desconocimiento público del patrimonio y agenda cultural y natural, que Buñol tiene, tanto a nivel de población como de agentes turísticos de la CV. ●Falta de oferta atractiva para prolongar las pernoctaciones ●Falta de oferta gastronómica ●Falta de oferta comercial los fines de semana. ●La población local no desea implicarse en el desarrollo del turismo ●Accesos al transporte público mejorables. ●Que el sector empresarial y comercial no vea en el turismo un activo de desarrollo turístico y no apueste por invertir en él o por adaptar sus negocios al turismo. ●Falta de profesionales en el sector. |
|---|---|

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● La información más solicitada en la Tourist Info es el sendero de la Ruta del Agua y la Cueva Turche ● Existencia de material impreso ● La creación de la Web y redes sociales ha sido la herramienta que nos ha permitido mejorar la promoción turística. | |
| <p>RIESGOS AMENAZAS</p> | <p>OPORTUNIDADES</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Rechazo del turismo por parte de los residentes ● La apertura de alojamientos, restaurantes u otros servicios de interés turístico de mayor calidad en otros destinos del entorno pueden beneficiarse de los excursionistas de Buñol ● El desarrollo de ofertas de ocio cultural de interés en destinos del entorno del área metropolitana de Valencia entraría en competencia con la oferta de excursionismo en Buñol ● El incremento del turismo de fines de semana en los hábitos de los residentes de Valencia y su área metropolitana (estancias en destinos situados a una distancia media) reduciría el público objetivo de la oferta de excursionismo de Buñol ● Una falta de adecuación de los servicios turísticos existentes al nivel de calidad esperado por el visitante puede repercutir negativamente en la imagen turística de la ciudad. ● La propagación de incendios en los entornos naturales de la población causarían un daño irreparable a la venta de | <ul style="list-style-type: none"> ● De crear nuevos alojamientos que den respuesta a segmentos de mercado que vienen actualmente y no encuentran alojamiento adecuado a sus necesidades ● De generar ingresos en comercios y restauración procedentes del consumo de excursionistas y turistas. ● De que emprendedores locales apuesten por la creación de negocios vinculados al sector turístico (organización de actividades de turismo activo y servicios asociados a las mismas) ● Diferenciar Buñol gracias a la promoción de eventos singulares como la Tomatina, Concierto del Mano a mano, la Bienal de Música y el Festival de Par en Part ● La promoción del turismo de interior en las políticas turísticas provinciales, autonómicas y nacionales. ● Aumento del interés en residentes de áreas urbanas de salir de excursión los fines de semana ● Gran crecimiento del turismo vacacional en la ciudad de Valencia, interesado en hacer excursiones a sitios de interés cercanos. |

| | |
|--|---|
| <p>Buñol como destino de turismo activo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La falta de seguridad en la práctica de los deportes de aventura puede causar accidentes y repercutir negativamente en la imagen de la ciudad. | <ul style="list-style-type: none"> ● La innovación digital abre nuevas posibilidades para el desarrollo de estrategias de microsegmentación. ● Los estudios de oferta y demanda permiten acotar los mercados de interés de los productos. |
|--|---|

GOBERNANZA TURÍSTICA

| PUNTOS FUERTES | PUNTOS DÉBILES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Existencia de concejalía de turismo en el organigrama municipal ● Existencia de personal técnico cualificado en gestión cultural con competencias en la programación cultural del destino que ejerce de guía local bajo petición (para grupos organizados) ● Existencia de una empresa pública (Buinsa) con personal técnico cualificado para la búsqueda de financiación y gestión de proyectos de contenido turístico ● Antecedentes en materia de planificación turística en la comarca con motivo del desarrollo de programas europeos ● Apuesta municipal por impulsar el turismo y el patrimonio cultural y natural como herramientas estratégicas de diversificación de la economía local. ● Dinamismo en la obtención de financiación externa para la ejecución de inversiones destinadas a la mejora del entorno urbano ● Existencia de una asociación de comerciantes | <ul style="list-style-type: none"> ● Falta de coordinación con niveles supramunicipales de gestión turística y con las poblaciones vecinas. ● No existe a nivel local ninguna estructura de gestión mixta para la gestión del turismo local. ● Falta de un sistema automatizado de información turística ● El impulso al desarrollo turístico liderado desde el ámbito comarcal a través de fondos europeos no ha conseguido consolidar una actividad turística representativa en Buñol. ● El fuerte desarrollo industrial habido en Buñol en las últimas décadas ha eclipsado la economía local, dejando de lado la potencialidad turística. ● La población local no percibe la potencialidad turística que el destino tiene y la proyección turística que tuvo la ciudad a mediados de los 70 (La Suiza valenciana) ha quedado en el olvido. ● El turismo no es percibido hoy como una actividad que genere beneficios económicos a Buñol ya que la oferta turística existente no vive actualmente de los turistas |

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de inversiones significativas en patrimonio cultural (restauración castillo) y patrimonio natural (parque fluvial por el río Buñol) • Existencia de colectivos sociales vinculados a la música de banda con gran reconocimiento constituyen una buena base sobre la que plantear el desarrollo de actividades culturales con potencialidad para atraer turismo. • De convertir a Buñol en un referente del excursionismo rural-cultural para los residentes en Valencia y su área metropolitana, hábito de consumo muy extendido en las ciudades. | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de asociacionismo y cooperación empresarial. • Escasa participación ciudadana en la gestión turística |
| <p>RIESGOS AMENAZAS</p> | <p>OPORTUNIDADES</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • La falta de cooperación público-privada en la gestión turística impediría la configuración de un producto turístico coherente, ya que el sector público no puede actuar en todas las esferas que conforman la oferta turística del destino (alojamiento, restauración, comercios, servicios turísticos) • El elevado esfuerzo inversor para la puesta en marcha de iniciativas públicas requiere la captación de financiación externa que de no materializarse haría inviable la ejecución completa de los mismos. • La creación de un producto turístico light que no se posicione como referente en el mercado no tendrá capacidad de generar fórmulas de gestión rentables y acabará siendo una carga para las arcas municipales • La falta de credibilidad de la población local sobre la potencialidad turística del destino y la voluntad de que haya una apuesta municipal firme por desarrollar turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • De configurar el producto musical como producto potencial • Utilización de nuevas tecnologías en la gestión turística nos permitirá conseguir un destino turístico más accesible y sostenible • El poder mediático de la Tomatina tiene capacidad de generar un efecto multiplicador de gran repercusión para la difusión y promoción turística no solo de otros valores locales, sino a nivel internacional • Ejecución de Plan Estratégico Apuesta por una estrategia turística a medio y largo plazo. • Ejecución del Plan Director DTI. • Desarrollo de Buñol como Dti • Empleo progresivo de nuevas herramientas DTI para la mejora de la gobernanza local. • Mayor concienciación sobre el desarrollo sostenible y respeto de los valores medioambientales, tanto por residentes |

| | |
|--|---|
| | <p>como por turistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad del sector turístico de apostar por la digitalización • Progresiva interiorización de la tecnología en la oferta turística del destino. • Necesidad de monitorizar actividad turística por parte de la Concejalía de Turismo. • Concienciar a los residentes y empresariado local • Conseguir participación activa de los empresarios en las iniciativas turísticas para ofrecer un destino de calidad • Apostar por la formación continua de los sector público-privado • Modernizar la oficina de turismo para hacerla accesible y sostenible |
|--|---|

6. MISIÓN

6.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible

- Objetivo 1: Poner fin a la pobreza.
- Objetivo 2: Hambre cero
- Objetivo 3: Salud y bienestar
- Objetivo 4: Educación de calidad
- Objetivo 5: Igualdad de género
- Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento
- Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante
- Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
- Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras
- Objetivo 10: Reducción de las desigualdades
- Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles
- Objetivo 12: Producción y consumo responsable

- Objetivo 13: Acción por el clima
- Objetivo 14: Vida submarina
- Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres
- Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas
- Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos

6.2 Objetivos

El Plan Estratégico tiene como principal objetivo impulsar el proceso de transformación en un Destino Turístico Inteligente, alineando la estrategia turística alrededor del producto natural y cultural, en los que se integren factores sociales, económicos y medioambientales, contribuyendo a mejorar el posicionamiento turístico del municipio y la competitividad del sector, favoreciendo la generación de empleo, el incremento de la calidad de la experiencia turística en el destino, la calidad de vida de los residentes y fortalecer la gobernanza colaborativa.

El objetivo del Plan es crear un modelo de desarrollo turístico sostenible potenciando el turismo de proximidad, desarrollando rutas y actuaciones ligadas al patrimonio natural - cultural, impulsando la movilidad sostenible, una gestión más eficiente de la ciudad como destino turístico, diversificar y desestacionalizar la oferta del municipio. Todo ello para avanzar en la competitividad y la consolidación de Buñol como un destino de calidad, sostenible, con la participación ciudadana y los agentes del sector como principales actores

Objetivos generales

1. Impulsar el turismo neutro e inclusivo
2. Potenciar el turismo de naturaleza como un recurso económico del municipio, a través de la diversificación y mejora de la oferta turística: Paraje Natural, mejora de la oferta de alojamiento, información de rutas y mapas, etc.; así como fomentando los eventos deportivos y culturales al aire libre.
3. Potenciar la vida cultural, tanto para residentes como para visitantes, basándose en la puesta en valor de los recursos locales - históricos, patrimoniales e inmateriales - en una oferta diversificada de calidad.

4. En el caso de Buñol, no cabe duda, y así lo confirma el estudio realizado, que el Castillo, los eventos musicales, las rutas de naturaleza constituyen los recursos de interés turístico más importante que la ciudad posee, y es precisamente ahí dónde el Plan se plantea actuar, con el fin de convertir en un reclamo de interés turístico cultural-natural de primer orden, con atractivo suficiente para lograr atraer flujos turísticos durante todo el año.

5. Impulsar el modelo de la movilidad sostenible ligada al turismo, no contaminante y saludable, y a su vez potenciar la vida cultural, tanto para residentes como para visitantes, basándose en la puesta en valor de los recursos locales - históricos, patrimoniales e inmateriales - en una oferta diversificada de calidad.

6. Desarrollar de una actividad turística sostenible, que integre la sostenibilidad económica, social y medioambiental donde la participación ciudadana y de los agentes del sector jugarán un papel fundamental

7. Impulsar una actividad turística donde la digitalización y profesionalización del sector, a través de las nuevas tecnologías, nos lleven a consolidar y comercializar el destino de calidad obteniendo una interacción directa con el turista.

6.3 Objetivos estratégicos

Se plantea como opción estratégica de desarrollo turístico el desarrollo de un producto cultural-natural que permita al municipio posicionarse como un destino de referencia del turismo de interior de la provincia de Valencia, "articulando un producto de calidad, accesible, sostenible, innovador basado en subproductos temáticos. Los objetivos del Plan Estratégico de Turismo son los siguientes:

- Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística
- Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento
- Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo
- Sensibilizar a los residentes sobre la importancia social y económica del turismo y su papel como anfitriones, promoviendo la convivencia entre turistas y residentes, así como

la calidad de acogida del destino atendiendo los principios de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana

- Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general, a los agentes sociales (sindicatos, asociaciones de vecinos, colectivos de transporte público de pasajeros, etc.) y a otros sectores productivos
- Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que contribuye a su revalorización y conservación.
- Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos.
- Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes.
- Facilitar el acceso a la información turística.
- Mejorar el transporte público y favorecer la movilidad sostenible
- Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes
- Mejorar la accesibilidad física y tecnológica
- Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales
- Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos.
- Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras.
- Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores.
- Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística.
- Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción.
- Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios.
- Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida.
- Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones
- Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista
- Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción.
- Definir estrategias colaborativas con el sector privado.
- Implantar el modelo DTI
- Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual
- Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística

7. ACCIONES

| RESUMEN DE ACTUACIONES | | | |
|---|--|---|--|
| GOBERNANZA | SOSTENIBILIDAD | CREACIÓN DE PRODUCTO | DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN |
| <p>G.1 Gestión DTI</p> <p>G.2 Conectividad</p> <p>G.3 Desarrollo de acciones de mejora de la accesibilidad tecnológica de recursos.</p> <p>G.4 Plan mejora de la calidad en destino</p> <p>G.5 Programa de Impulso a la participación ciudadana</p> | <p>S.1. Campaña información y sensibilización turística del patrimonio natural y cultural</p> <p>S.2. Impulso a la movilidad sostenible.</p> <p>S.3. Plan de formación continua para la profesionalización y digitalización del sector público – privado</p> <p>S.4. Gestión sostenible de los recursos turísticos</p> | <p>CP.1. Plan de mejora del Castillo y su entorno</p> <p>CP.2. Plan de impulso del producto musical</p> <p>CP.3. Plan de consolidación del producto natural</p> <p>CP.4. Infraestructuras y equipamientos turísticos locales</p> <p>CP.5. Fomento de la oferta comercial y la gastronomía</p> <p>CP.6. Tomatina</p> | <p>DI.1. Marketing online</p> <p>DI.2. Modernización Oficina de Turismo</p> <p>DI.3. Digitalización de recursos</p> <p>DI.4. Consolidación de la agenda de eventos</p> |

Estrategia I. Gobernanza - Destino turístico inteligente

| G.1 GESTIÓN DTI | |
|--------------------------|---|
| Estrategia I. Gobernanza | |
| ODS | <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Facilitar el acceso a la información turística. • Mejorar la accesibilidad física y tecnológica • Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. |

| | |
|----------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista • Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. • Implantar el modelo DTI • Trabajar la Agenda 2030 y los ODS en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>Buñol se ha adherido a la red de destinos turísticos inteligentes de la Comunidad Valenciana, integrada en la red nacional gestionada por Segittur. El Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur), a través de la Oficina DTI-CV, es el organismo encargado de la coordinación de la Red.</p> <p>La adhesión a dicha red, evidencia la necesidad de trabajar en el desarrollo de Buñol como destino turístico inteligente. Para conseguir el objetivo y obtener unos resultados eficaces es necesario llevar a la cabo las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnóstico DTI y elaboración del Plan Director DTI 2. Creación de la Smart office 3. Coordinación público - privada de todos los agentes implicados en el sector 4. Implantación Sistema de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes que nos permita: la recogida, el análisis y la difusión de la información del destino para mejorar la toma de decisiones en la gestión turística, unificar las herramientas de gestión de la información turística y ofrecer a la población local y a los turistas toda la información disponible en tiempo real. 5. Desarrollo del Big Data |
| <p>AGENTES IMPLICADOS</p> | <p>Concejalía Turismo + Equipo interdepartamental + Buinsa + agentes del sector turístico</p> |

| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--------------------|--|--------|--------|--------|-------|
| COSTE DE EJECUCIÓN | 9.000€ | 2.000€ | 2.000€ | 2.000€ | 2.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | | | Alta |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Redacción de un Plan DTI • Nº de indicadores puestos en marcha • Resultados de los indicadores | | | | |

| G.2 CONECTIVIDAD | |
|--------------------------|--|
| Estrategia I. Gobernanza | |
| ODS | Objetivo 3: Salud y bienestar Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras Objetivo 10: Reducción de las desigualdades Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos |

| | |
|---------------------------|--|
| | <p>los agentes implicados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Facilitar el acceso a la información turística. • Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos. • Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODS en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>1. Revisión, mantenimiento y modernización de la señalización direccional e interpretativa.</p> <p>Se han identificado problemas de señalización a dos niveles: por una parte, de las vías de acceso principales al municipio. Es necesario que haya una señalización en las vías principales al menos a los principales servicios turísticos tanto públicos como privados para que los turistas los encuentren de forma clara y para que potencie que otros turistas potenciales puedan acceder a contratar sus servicios.</p> <p>Para una correcta interpretación del patrimonio tanto cultural como natural, ante la ausencia de guías turísticos, una alternativa es la señalética interpretativa, además de la señalética direccional para hacer accesible el destino al turista.</p> <p>No obstante, hay que recordar que las señales y los paneles, al estar en exterior pueden deteriorarse con el paso del tiempo o sufrir actos vandálicos. Además, es necesario renovar y modernizar los soportes para adaptarnos al nuevo escenario digital, para ellos se propone dos soluciones que habrá que valorar según su ubicación: Uno los Códigos QR, que requieren de la lectura voluntaria del visitante que debe de tener un lector de códigos instalado en sus dispositivos móviles. Otra baliza son los Beacons, que emiten una señal bluetooth que es captada por los dispositivos móviles, siempre que tengan activados el bluetooth.</p> <p>2. La señalización tradicional deberá de estar dotada de nuevas tecnologías para que sea inteligente de los recursos implantados (turismo, accesibilidad, infraestructuras, urbanismo, etc...) como QR o beacons y</p> |

| | | | | | |
|---------------------------|--|-------|-------|-------|-------|
| | <p>facilitar información turística multimedia a los visitantes in situ.</p> <p>-A) Códigos QR La tecnología de códigos QR es sin lugar a dudas la más extendida y la que ha conocido una mayor difusión, también para su aplicación en el turismo. Actualmente todos los dispositivos móviles incluyen la instalación de aplicaciones de lectura de códigos QR por defecto. La facilidad en la generación de un código QR ha propiciado, en muchos casos, la utilización de esta tecnología sin disponer de un sistema que permitiera: gestionar y actualizar la información y sobre</p> <p>B) Beacons. Los Beacons son dispositivos electrónicos basados en una novedosa tecnología bluetooth de baja energía (BLE) que ayudan a los terminales móviles a entender su emplazamiento y los recursos y servicios que lo rodean con un grado de precisión elevado, permitiendo con ello la creación de un ecosistema de información turística inteligente. Los beacons permiten al turista no tener que acercarse a su smartphone a la señal física, sino que a una distancia de 20 metros de cualquier señal identificada como "señal inteligente" pueden escanear y consultar la información que esta señal transmite al usuario. El mismo sistema cloud que gestiona y sirve la información para QRs, también debe de ser válido para gestionar la información que se ofrece al usuario a través de los Beacons, con tecnología responsive para su adaptación en múltiples dispositivos.</p> <p>La señalización inteligente además de permitir interactuar al usuario, debe de tener la capacidad de conectarse a softwares que, permita recabar los datos del usuario; nombre, edad, nacionalidad, hora de visita, gustos, intereses, estilo de vida, etc.</p> | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de turismo e informática | | | | |
| PLAZO EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 1.500 | 1.500 | 1.000 | 1.000 | 1.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | | | Alta |

| | |
|--------------------|---|
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° cambios efectuados • N° recursos adaptados • N° de señalización adaptada • N° de señales actualizadas, • N° de nuevas señales instaladas |
|--------------------|---|

G.3 DESARROLLO DE ACCIONES DE MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD TECNOLÓGICA DE RECURSOS.

Estrategia I. Gobernanza

| | |
|------------------|---|
| ODS | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo • Facilitar el acceso a la información turística. • Mejorar la accesibilidad física y tecnológica • Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos. • Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. • Apostar por un turismo inclusivo adecuando los productos y servicios |

| | | | | | |
|---------------------------|---|-------|-------|------|-------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores. • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODS en la gestión turística | | | | |
| DESCRIPCIÓN | <p>La accesibilidad universal, en el municipio, es una necesidad ante la cual nos encontramos. La accesibilidad física, debido a la orografía del terreno, es un problema difícil de solucionar. Pero gracias a las nuevas tecnologías, planteamos una serie de acciones que nos permitirá avanzar para satisfacer unas las necesidades reales, y atender las demandas de los colectivos con diferentes capacidades para potenciar esta igualdad de oportunidades:</p> <p>Aplicar el manual de buenas prácticas de turismo accesible elaborado por Turisme Comunitat Valenciana en colaboración con Predif: adaptar guías y material ad-hoc, informar y sensibilizar a los establecimientos de la normativa de accesibilidad, formar al empresariado turístico en diversidad funcional, etc.</p> <p>ACCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de la accesibilidad • Plan de accesibilidad • Elaborar guía multidiomas. • Guía de recursos turísticos accesibles • Accesibilidad del portal de turismo. | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de Turismo + Concejalía de Urbanismo + Concejalía Obras y servicios + Concejalía de Informática | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 1.000 | 9.000 | 7.000 | | 2.000 |

| | | | |
|------------------------|---|-------|--|
| NIVEL PRIORIDAD | | Media | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° cambios efectuados • N° recursos adaptados • N° de señalización adaptada | | |

G.4. PLAN MEJORA DE LA CALIDAD EN DESTINO

Estrategia I. Gobernanza

| | |
|------------------|--|
| ODS | <p>Objetivo 4: Educación de calidad</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales • Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos. |

| | |
|---------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. • Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores. • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista • Definir estrategias colaborativas con el sector privado. • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODS en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p><u>ACCIONES</u></p> <p>Implantación del SICTED (Sistemas de Calidad Turístico Español en Destinos)</p> <p>El Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino – SICTED es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo, con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). Utiliza una metodología que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico con una nueva concepción de los resultados esperados, un enfoque hacia la mejora continua y una actitud de recuperación y puesta en valor de los recursos y del espacio. Las acciones que se deben de llevar a cabo para la adhesión al SICTED son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulario de adhesión • Formación Gestores SICTED • Una vez adherido el destino al SICTED se realizará una presentación a las empresas turísticas y a los departamentos del Ayuntamiento. Es importante mejorar las infraestructuras y servicios públicos que inciden |

| | | | | | |
|---------------------------|--|-------|-------|-------|-------|
| | <p>directa o indirectamente en el turista en la adecuada prestación de los servicios. La apuesta por la calidad permite la modernización de los establecimientos y la implantación de nuevas tecnologías, entre otros, que elevan la competitividad y la cualificación de las entidades públicas.</p> <p>Para impulsar dicha calidad planteamos las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificación de las Oficina de turismo (UNE, ISO, etc.). • Implantación y seguimiento de estándares de calidad en fiestas de interés turístico del municipio • Creación de indicadores que ayuden a establecer líneas de mejora en equipamientos e infraestructuras en espacios considerados como turísticos. • Iniciar solicitud obtener el reconocimiento legal colección museográfica permanente. • Creación de sello y certificación de buenas empresas de las empresas del sector turístico de Buñol • Junto con la asociación de comerciantes crear una marca para potenciar el comercio local y el turismo del municipio favoreciendo las buenas prácticas con el fin de llegar a certificar el SICTED | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de Turismo + Buinsa + Concejalía de Informática + Concejalía de Comercio | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 5.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | | | Alta |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Datos obtenidos por los informes de seguimiento de la experiencia turística en Buñol, (Quejas y sugerencias, propuestas de mejora) <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de certificados de calidad • Evaluación de la evolución de la calidad percibida | | | | |

G5. PROGRAMA DE IMPULSO A LA PARTICIPACION CIUDADANA

Estrategia I. Gobernanza

| | |
|-------------------------|--|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 4: Educación de calidad</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a los residentes sobre la importancia social y económica del turismo y su papel como anfitriones, promoviendo la convivencia entre turistas y residentes, así como la calidad de acogida del destino atendiendo los principios de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana • Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general, a los agentes sociales (sindicatos, asociaciones de vecinos, colectivos de transporte público de pasajeros, etc.) y a otros sectores productivos • Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que contribuye a su revalorización y conservación. • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes |

| | | | | | |
|---------------------------|---|------|------|------|------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Definir estrategias colaborativas con el sector privado. • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística | | | | |
| DESCRIPCIÓN | <p>La gobernanza de un destino turístico debe ser siempre multilateral, teniendo en cuenta las necesidades y aportaciones del ente público, pero también de las empresas, la población local y los propios turistas.</p> <p>ACCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de datos abiertos de turismo: Publicación en el portal Web del destino de los documentos de interés para la ciudadanía como planes vigentes, proyectos propuestos, presupuestos, agendas ODS en turismo y memorias relativas a la gestión turística. • Calendario de reuniones comisión de Turismo • Gestionar la solicitud de ayudas y becas a la formación profesional de trabajadores del sector turismo residentes en el municipio. • Incorporar acciones de consulta y participación ciudadana a los procesos de desarrollo de los planes que ordenan la actividad turística del municipio, como presentaciones públicas, talleres, concursos de ideas, etc. | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de turismo + Concejalía de comercio y empleo + Concejalía de participación ciudadana + Agentes implicados del sector + Asociaciones | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| NIVEL PRIORIDAD | Media | | | | |

| | |
|--------------------|---|
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° datos incorporados <ul style="list-style-type: none"> • N° reuniones • N° consultas |
|--------------------|---|

Estrategia II. Sostenibilidad

| | |
|--|--|
| S.1 CAMPAÑA LOCAL INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL | |
| Estrategia II. Sostenibilidad | |
| ODS | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a los residentes sobre la importancia social y económica del turismo y su papel como anfitriones, promoviendo la convivencia entre turistas y residentes, así como la calidad de acogida del destino atendiendo los principios de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana • Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general, a los agentes sociales (sindicatos, asociaciones de vecinos, colectivos de transporte público de pasajeros, etc.) y a otros sectores productivos • Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que |

| | |
|---------------------------|--|
| | <p>contribuye a su revalorización y conservación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>La hospitalidad de los residentes hacia los turistas es una parte fundamental. De la hospitalidad recibida depende en gran parte la satisfacción de los turistas. Se pretende concienciar a la población local y al resto de sectores económicos sobre la importancia y oportunidad del turismo en el municipio y sus oportunidades. Un desarrollo turístico sostenible repercute en la economía local mejorando la calidad de vida.</p> <p>Se ha detectado en ciertos sectores de la población, que el turismo genera molestias, sobre todo derivado del uso intensivo de algunos recursos. Para modificar esta percepción, es necesario realizar acciones de sensibilización de la población local, mostrando que el turismo sostenible es una actividad muy positiva, que genera numerosos beneficios en el territorio.</p> <p>A este fin se plantea poner en marcha un Plan de Sensibilización del Turismo que informe y conciencie positivamente sobre la importancia del turismo como beneficio en la economía y para reforzar la identidad social y cultural. Las campañas de sensibilización local y fomento de la hospitalidad contribuyen en el desarrollo del municipio y ayudan a consolidar una gobernanza turística real</p> <p>La cooperación entre el sector público-privado, así como los residentes, será esencial para tomar decisiones y establecer estrategias con el fin de lograr el desarrollo sostenible del turismo a largo plazo. Acciones para llevar a cabo:</p> <p><u>ACCIONES A REALIZAR:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acciones de divulgación, formación y de concienciación dirigida a la población local y sector turístico y comunidad educativa 2. Promocionar fiestas inclusivas y acciones especiales para que residentes y turistas puedan participar de los |

| | | | | | |
|---------------------------|---|-------|-------|-------|-------|
| | <p>eventos locales en igualdad de condiciones.</p> <p>3. Organización de actividades en colaboración con las concejalías pertinentes para divulgar los valores culturales y naturales del destino como por ejemplo concursos infantiles y para adultos de fotografía y pintura, realización de visitas guiadas por el destino turístico dirigidas a la población residente. Ejemplo jornadas: Jornadas Turista en tu pueblo (2019)</p> <p>4. Organizar eventos culturales y ferias de comercio para el impulso de los productos locales y de temporada (artesanías, gastronomía, productos agroalimentarios...) en los que participen las empresas, asociaciones y denominaciones de origen. Los eventos pueden organizarse en temporada baja para reducir la estacionalidad.</p> <p>5. Organizar actividades en colaboración con asociaciones cívicas para implicar a la población residente y visitantes en el mantenimiento y limpieza de espacios públicos, playas, parques, etc.</p> <p>6. Realizar campañas de sensibilización dirigidas a turistas, focalizada en temas como el respeto por las costumbres del destino, la limpieza, el tiempo de descanso, y remitir los comportamientos incívicos.</p> | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de turismo + Concejalía de igualdad + Concejalía de educación | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | Media | | | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° de sesiones informativas <ul style="list-style-type: none"> • N° de asistentes • N° sesiones de formación | | | | |

S.2 IMPULSO MOVILIDAD SOSTENIBLE

Estrategia II. Sostenibilidad

| | |
|-------------------------|--|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento</p> <p>Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 12: Producción y consumo responsable</p> <p>Objetivo 13: Acción por el clima</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Facilitar el acceso a la información turística. • Mejorar el transporte público • Mejorar y favorecer la movilidad sostenible • Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes • Mejorar la accesibilidad física y tecnológica • Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales |

| | | | | | |
|---------------------------|---|-------|-------|-------|-------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Definir estrategias colaborativas con el sector privado. • Implantar el modelo DTI <p>Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística</p> | | | | |
| DESCRIPCIÓN | <p><u>ACCIONES:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impulso del turismo neutro, para compensar el impacto 2. Incorporar aparcabicicletas en recursos turísticos 3. Incorporar nuevas zonas de aparcamiento a través del estudio del Plan Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) Los aparcamientos, deberán estar correctamente señalizados y dotados de seguridad ante vandalismo o robos y gestionados a través de una APP informativa que monitoriza en tiempo real las plazas de aparcamiento disponibles. Esta acción debe estar señalizada e ir acompañada de información del municipio y sus principales recursos turísticos. | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de Urbanismo + concejalía de servicios + concejalía de turismo | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 3.000 | 3.000 |
| NIVEL DE PRIORIDAD | Media | | | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Nº plazas creadas/ampliadas • Frecuencia de uso de los espacios de parking • Beneficio económico generado por estacionamiento | | | | |

S.3 PLAN DE FORMACIÓN CONTINUA PARA LA PROFESIONALIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

Estrategia II. Sostenibilidad

| | |
|-------------------------|--|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 4: Educación de calidad</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. |

| | |
|---------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista • Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. • Definir estrategias colaborativas con el sector privado. • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>La formación continua es una de las claves del desarrollo turístico del destino. Se deben identificar las necesidades formativas de las empresas y profesionales de turismo del territorio para ofrecer cursos que se adecúen a sus necesidades reales.</p> <p>El sector turístico cambia continuamente y exige a los profesionales de esta actividad mantenerse actualizados y desarrollar nuevas competencias. De esta forma, para que un destino turístico pueda ser competitivo y ofrecer a la demanda turística el mejor servicio, es necesario proponer un Plan de Formación Continua Anual dirigido a las empresas turísticas de la localidad. En ocasiones estas formaciones no tienen la afluencia de asistentes deseada, puesto que las empresas turísticas deben dedicar gran parte de su tiempo al funcionamiento de su negocio.</p> <p>ACCIONES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se propone la elaboración y ejecución de un Plan Formativo Anual tanto de forma presencial como telemática. De esta forma, los cursos formativos podrán ser aprovechados por un mayor número de empresas turísticas. 2. En colaboración con la entidad competente correspondiente, activar programas de alfabetización digital de emprendedores locales en turismo: formación, asistencia técnica a empresarios en habilidades digitales y labs de innovación. |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|-------|-------|-------|-------|
| | 3. Impulsar la adhesión al Código Ético de las empresas del municipio 4. Impulsar la participación del sector turístico local, así como asociaciones y actividades relacionadas, en clubes de producto impulsados por Turisme Comunitat Valenciana desde el programa CreaTurisme. | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de educación + Concejalía de empleo + Concejalía de turismo | | | | |
| MOMENTO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | | | Alta |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° cursos de formación • N° empresas club productos | | | | |

S.4 GESTIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Estrategia II. Sostenibilidad

| | |
|------------|---|
| ODS | Objetivo 3: Salud y bienestar Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras |
|------------|---|

| | |
|---------------------------|--|
| | <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 12: Producción y consumo responsable</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Mejorar el transporte público • Mejorar y favorecer la movilidad sostenible • Mejorar la accesibilidad física y tecnológica • Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores.. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| DESCRIPCIÓN | <p><u>ACCIONES:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instalación de cámaras de vigilancia en el Castillo, Ayuntamiento, Edif. Portal y Centro de control 2. Proyecto de recuperación y conservación de las fuentes del municipio. 3. Inventariar los espacios naturales del municipio. Analizar los espacios naturales (los accesos, señalización y dotación de papeleras, y contenedores en las zonas recreativas del término municipal, prestando especial atención a aquellas vinculadas al recurso agua. 4. Plan de Gestión sostenible de recursos patrimoniales, espacios de calidad ambiental, etc. |
| AGENTES IMPLICADOS | <p>Concejalía de Urbanismo + concejalía de servicios + concejalía de turismo</p> |

| | | | | | |
|---------------------------|---|-------|-------|-------|-------|
| PLAZO EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 35.000 | 6.000 | 7.000 | 6.000 | 6.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | Media | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° de recursos evaluados • N° acciones acometidas para la mejora de la sostenibilidad, | | | | |

Estrategia III. Creación de producto turístico

| | |
|---|--|
| CP.1 PLAN DE MEJORA DEL CASTILLO Y SU ENTORNO. | |
| Estrategia III. Creación de producto turístico | |
| ODS | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes |

| | |
|---------------------------|---|
| | <p>implicados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Mejorar y favorecer la movilidad sostenible • Mejorar la accesibilidad física y tecnológica • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Definir estrategias colaborativas con el sector privado. • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>El Castillo, es un Bien de Interés Cultural con categoría de Monumento, declarado como BIC EN 1997, es capaz de atraer turismo movido por el interés cultural y patrimonial que genera las diferentes opciones que nos presenta, favorecidas por su ubicación en el centro del municipio, ofreciendo alternativas para todo tipo de público. Las acciones previstas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puesta en valor a la Torre Mayor • Derribo de Casas del Castillo • Plan de embellecimiento y mejora del Casco Antiguo • Mejora de la iluminación en edificios emblemáticos <p>Las acciones previstas ofrecen nuevas oportunidades de negocio, mejoran la calidad de vida de los residentes y mejoran la accesibilidad al recurso en sí. Conseguiremos dinamizar un barrio y así evitar la</p> |

| | | | | | |
|---------------------------|--|------|--------|---------|--------|
| | <p>degradación del patrimonio. Con la puesta en valor de la Torre y su apertura al público, tanto visitantes como residentes, se benefician de una mejor accesibilidad al medio, permitirá un disfrute emocional inconsciente.</p> <p>El Castillo de Buñol es una de las señas de identidad del municipio, y a su vez es un recurso singular ya que es el único en la comarca que conserva su estructura y dispone de una programación y actividades turísticas. Uno de los pocos castillos que uno de los pocos castillos que se mantiene habitado.</p> | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de urbanismo + Concejalía de turismo + Comisión del Castillo | | | | |
| PLAZO EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | | | 75.000 | 100.000 | 55.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | | | Alta |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Demanda generada <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de satisfacción de la demanda • Nivel de satisfacción de la oferta vinculada a los recursos <ul style="list-style-type: none"> • Uniformidad de señalética en el destino • Grado de homogeneidad del mobiliario urbano • Grado de implantación de la marca turística | | | | |

CP.2 PLAN DE IMPULSO DEL PRODUCTO MUSICAL

Estrategia III. Creación de producto turístico

| | |
|-------------------------|---|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 4: Educación de calidad</p> <p>Objetivo 5: Igualdad de género</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que contribuye a su revalorización y conservación. • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes |

| | |
|----------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>Buñol es conocido a nivel internacional por sus bandas de música. Estas a lo largo del año realizan ciclos de conciertos, ensayos... El objetivo es poner en valor y crear nuevos productos experienciales relacionados con la música, donde estudiantes o amantes de la música deseen integrarse en el mundo de las bandas, formando parte en los ensayos, desfiles, actuaciones adquiriendo conocimientos musicales y viviendo experiencias inmersivas.</p> <p><u>Acciones a realizar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidación de la Ruta de la Música, nuevos productos basados en experiencias musicales (integración en las bandas) • Declarar fiestas de interés turísticos del municipio la celebración del día de cada banda musical a la candidaturas para la declaración de las fiestas locales como Fiestas de Interés Turístico de la Comunitat Valenciana según el procedimiento previsto en el Decreto 119/2006 de 28 de julio, e incluso como Fiestas de Interés Turístico a nivel nacional • Intercambios de alumnos con escuelas e instituciones con el fin de nutrir de experiencias y generar futuras oportunidades |
| <p>AGENTES IMPLICADOS</p> | <p>Concejalía de cultura + concejalía de turismo + Bandas de música</p> |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|-------|-------|------|------|
| MOMENTO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 2.000 | 4.000 | | | |
| NIVEL PRIORIDAD | | | Media | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° de sesiones informativas <ul style="list-style-type: none"> • N° de asistentes • N° de experiencias turísticas creadas | | | | |

CP.3 PLAN DE CONSOLIDACIÓN PRODUCTO NATURAL

Estrategia III. Creación de producto turístico

| | |
|------------|---|
| ODS | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento</p> <p>Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 12: Producción y consumo responsable</p> <p>Objetivo 13: Acción por el clima</p> <p>Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres</p> |
|------------|---|

| | |
|---------------------------|--|
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Mejorar y favorecer la movilidad sostenible • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>El Río Buñol, ofrece la posibilidad de ser el nexo de unión entre la naturaleza, el agua y todo el patrimonio cultural, un buen ejemplo de esto es el parque fluvial crea la conexión peatonal entre el Parque de San Luis y el Molino Galán. Se pretende el contacto y la relación con el medio ambiente, así como realizar actividades en el medio natural de forma creativa y responsable y que los visitantes conozcan el valor del medio natural a través de la actividad física, la importancia de contribuir a su protección y mejora e interpretar el entorno (fauna, flora, geología, gentes...)</p> <p><u>Acciones a realizar:</u></p> <p>1. Creación del Corredor Verde Municipal. La infraestructura verde minimiza estos impactos y planifica mejor el territorio, entre las zonas urbanas y periurbanas, son zonas de transición con el medio más natural. Esta infraestructura verde permite procesos de regeneración natural y económica, incluyendo el desarrollo local, la mejora de la salud. Se pretende conseguir una mejora de la conectividad, tanto en medio urbano como periurbano, conectando las diversas rutas urbanas del municipio como la ruta de la música, de las fuentes,</p> |

| | | | | | |
|---------------------------|--|--------|---------|---------|------|
| | de los parques, recursos patrimoniales, el castillo, museo de La Tomatina, con las rutas de senderos como ruta del agua, PRL 190, en línea con la Agencia Europea de Medioambiente que indica que, en el proceso de desarrollo de una estrategia de infraestructura verde, deben incluirse los entornos colindantes. 2. Homologación del Sendero Alto Jorge – Carcalín. | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía servicios + Concejalía de urbanismo + concejalía de turismo | | | | |
| PLAZO EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | | 12.000 | 100.000 | 100.000 | |
| NIVEL PRIORIDAD | | | Media | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Demanda generada <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de satisfacción de la demanda • Nivel de satisfacción de la oferta vinculada a los recursos naturales <ul style="list-style-type: none"> • Kilómetros de red puestos en valor <ul style="list-style-type: none"> • Nº de usuarios | | | | |

CP. 4 EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

Estrategia III. Creación de producto turístico

| | |
|-------------------------|---|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo • Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos. • Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. • Mejorar y favorecer la movilidad sostenible • Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes • Mejorar la accesibilidad física y tecnológica • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. |

| | |
|---------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p><u>Acciones a realizar:</u></p> <p>1. PARKING DE AUTOCARAVANAS El desarrollo del parquin supone la obra de adecuación y los automatismos y cámaras de vigilancia. Actualmente a Buñol vienen turistas con su autocaravana y no se disponen de zonas adecuadas a este perfil de turistas. Con la creación de este se pretende generar una nueva opción de alojamiento regulado, desestacionalizar el turismo y generar ingresos en establecimientos de restauración y comercio del municipio.</p> <p>Se ha detectado un auge en el turismo itinerante que está llegando a la localidad, utilizando tanto calles como zonas no adecuadas para ello, junto con la falta de alojamiento reglado en la localidad.</p> <p>Por tanto, la creación un área de autocaravanas para satisfacer esta demanda cada vez más en aumento. Se ha escogido un espacio para su reconversión en desuso como son las pistas deportivas junto a la piscina, el cual ya se encuentra dotado de aseos y vestuarios para satisfacer la necesidad del usuario. A su vez la infraestructura es independiente pero cuenta con acceso con la piscina municipal y bar de dicha instalación.</p> <p>Dicho espacio cuenta con buen acceso y comunicación a servicios de la localidad y próximo a atracciones turísticas muy demandadas como son senderos y vías de escalada.</p> <p>Su proximidad al río como zona de esparcimiento y ocio con mobiliario para el uso turístico, es un valor añadido que sumaría y ofrecería la oportunidad de pernoctación para aquello que viene a la práctica de turismo de aventura como la escalada y el barranquismo y suelo hacer uso de zonas no habilitadas las cuales generan una serie de molestias en el entorno natural</p> <p>La inversión prevista para su adecuación y reconversión, evitando su posterior degradación sería dotar de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apertura portón a motor con lectura de matrícula |

| | | | | | |
|---------------------------|--|-------|---------|-------|-------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Acceso peatonal con lectura de código ● Depósito de vacío (plataforma de acero) ● Cajero con tarjeta ● Iluminación y torres de luz (15-16 puestos) ● Cámaras ● Tecnología necesaria <p>2 Estudio y creación de nuevos senderos. Diseño y señalización de nuevos senderos peatonales rutas BTT que vertebran el territorio y ayudan reducir la masificación de los ya existentes (Ruta del Agua)</p> <p>3. Desarrollar y promocionar itinerarios turísticos en zonas de menor saturación turística con el objetivo de aliviar la excesiva concentración de visitantes en puntos concretos del destino.</p> <p>4. Creación de una ruta con señalización inteligente que ponga la historia y el devenir de la parte Civil del Cementerio Municipal que aglutina una de las más importantes muestras de la Masonería en España.</p> | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de Urbanismo + concejalía de turismo | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | | 2.000 | 120.000 | 8.000 | 2.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | Baja | | | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> ● N° plazas creadas ● N° itinerarios y km | | | | |

| C.P.5 FOMENTO DE LA OFERTA COMERCIAL Y GASTRONÓMICA | |
|---|--|
| Estrategia III. Creación de producto turístico | |
| ODS | <p>Objetivo 1: Poner fin a la pobreza.</p> <p>Objetivo 2: Hambre cero</p> <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |

| | |
|----------------------------------|---|
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>Existe la necesidad de incrementar la oferta de alojamiento turístico, ya sea de tipo hotelero o mediante otras fórmulas. Asimismo, se potenciará la creación de oferta de alojamiento y la mejora en la calidad de la oferta de alojamiento turístico existente.</p> <p><u>ACCIONES A REALIZAR:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • CREAR UN CATÁLOGO DE COMERCIOS Y RESTAURACIÓN con el fin garantizar una actualizada información a los usuarios y apoyar al sector local • Fomentar la digitalización, mediante el uso de herramientas de geolocalización Muchos pequeños comercios no utilizan las herramientas de geolocalización (Google Local, Google Places, Foursquare...) o geomarketing para informar a turistas y residentes de dónde están. Es importante comunicar a través de las nuevas tecnologías la ubicación e información básica de la empresa (horarios de apertura, tipología, etc.). • Fomentar la unión turismo & comercio para potenciar la actividad comercial a través del turismo, es importante que ambos sectores sigan la misma estrategia. Una opción puede ser a través del Consejo Municipal de Turismo, o bien, si se instaura el SICTED, a través de los grupos de mejora del destino. Además, se ha de trabajar en iniciativas conjuntas y complementarias, como por ejemplo, campañas de bonificación como la realizada tras el Covid "Revive Buñol" • Creación de producto: <ul style="list-style-type: none"> - Bocadillo buñolero, lanzamiento de la idea, realización de un concurso entre los bares participantes y elección por parte de un jurado popular. Implantación de la propuesta entre los bares de Buñol. - Camino de la tapa, creación de una ruta de la tapa a realizar entre bares y restauración en coordinación con actividades turísticas, eligiendo entre los consumidores la mejor tapa |
| <p>AGENTES IMPLICADOS</p> | <p>Concejalía de Turismo + Alcaldía + Concejalía de comercio + Asociación empresarios y autónomos de Buñol</p> |

| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---------------------------|--|-------|-------|-------|-------|
| COSTE DE EJECUCIÓN | 4.000 | 5.000 | 4.000 | 1.000 | 1.000 |
| NIVEL DE PRIORIDAD | Baja | | | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Tipologías establecidas • Empresas adheridas • Acciones de promoción realizadas • Nivel de satisfacción de la iniciativa empresarial • Nivel de satisfacción de la demanda | | | | |

C.P.6 TOMATINA

Estrategia III. Creación de producto turístico

| | |
|------------------|---|
| ODS | <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los |

| | | | | | |
|---------------------------|---|--------|--------|--------|--------|
| | agentes implicados. <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística | | | | |
| DESCRIPCIÓN | ACCIONES: 1. Creación de un espacio físico donde recrear una Tomatina (Tomatodromo), donde lanzar tomates de goma 2. Creación de una nueva web de la Tomatina más práctica que se adapte al actual mercado y permita una comercialización directa B2B 3. Nueva estrategia de marketing y promoción | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía Tomatina + Concejalía de Comercio + agentes del sector | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 30.000 | 26.000 | 26.000 | 86.000 | 27.000 |
| NIVEL DE PRIORIDAD | | | Media | | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • Acciones de promoción realizadas • Nivel de satisfacción de la iniciativa empresaria • Nivel de satisfacción de la demanda | | | | |

Estrategia IV. Digitalización e innovación

DI.1 MARKETING ONLINE

Estrategia IV. Digitalización e innovación

| | |
|-------------------------|---|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles Objetivo 12: Producción y consumo responsable</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Potenciar el turismo de naturaleza como un recurso económico del municipio, a través de la diversificación y mejora de la oferta turística: Paraje Natural, mejora de la oferta de alojamiento, información de rutas y mapas, etc.; así como fomentando los eventos deportivos y culturales al aire libre. ● Potenciar la vida cultural, tanto para residentes como para visitantes, basándose en la puesta en valor de los recursos locales - históricos, patrimoniales e inmateriales - en una oferta diversificada de calidad. ● En el caso de Buñol, no cabe duda, y así lo confirma el estudio realizado, que el Castillo, los eventos musicales, las rutas de naturaleza constituyen los recursos de interés turístico más importante que la ciudad posee, y es precisamente ahí dónde el Plan se plantea actuar, con el fin de convertir en un reclamo de interés turístico cultural-natural de primer orden, con atractivo suficiente para lograr atraer flujos turísticos durante todo el año. ● Impulsar la evolución del sector turístico de Buñol hacia un modelo turístico inteligente y sostenible más competitivo, participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los agentes implicados. |

- Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística
- Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento
- Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo
- Sensibilizar a los residentes sobre la importancia social y económica del turismo y su papel como anfitriones, promoviendo la convivencia entre turistas y residentes, así como la calidad de acogida del destino atendiendo los principios de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana
- Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general, a los agentes sociales (sindicatos, asociaciones de vecinos, colectivos de transporte público de pasajeros, etc.) y a otros sectores productivos
- Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que contribuye a su revalorización y conservación.
- Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos.
- Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes.
- Facilitar el acceso a la información turística.
- Mejorar el transporte público
- Mejorar y favorecer la movilidad sostenible
- Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes
- Mejorar la accesibilidad física y tecnológica
- Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales
- Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos.
- Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras.

| | |
|---------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores. ● Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. ● Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. ● Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. ● Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. ● Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones ● Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista ● Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. ● Definir estrategias colaborativas con el sector privado. ● Implantar el modelo DTI ● Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual ● Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>La actuación plantea diseñar un calendario de presencia en ferias y eventos organizados, considerando acciones en colaboración con otras entidades de promoción y otras marcas. Asimismo, es necesario implicar a los agentes del sector privado del municipio, Con ello se pretende llegar con mayor confianza a diferentes públicos objetivo.</p> <p>La actuación propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Acciones directas en los mercados de la mano de Turisme València y Turisme Comunitat Valenciana ● Permanente actualización y modernización de los contenidos de portales turísticos y la página web de turismo ● Acciones de comarketing. |

- Acciones con influencers
 - Mediante la actualización del plan de marketing actual, nos permitirá establecer nuevas metas y objetivos. Mejora de estrategia de promoción online, basando dicha estrategia en la web Turismo Buñol y resto de canales *online*, principalmente las redes sociales, la propuesta constituye la fuente para medir la reputación del destino.
1. REVISIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE PROMOCIONAL para que incorpore de manera transversal los mensajes clave y el enfoque sostenible en el turismo.
 - a. Continuo análisis de y la monitorización de la marca para reconducir las estrategias y obtener los objetivos propuestos dentro del plan de marketing.
 - b. Definición de los públicos a los que se desea atraer Las acciones en RRSS permitirán segmentar el público objetivo principalmente por dos parámetros principales: su origen geográfico y su rango de edad. En función de ello se deberán asignar diferentes estrategias de comunicación.
 - c. Generación de Tráfico (visitas de calidad) a la Web
 - d. Obtención de datos de posibles visitantes A través de campañas dirigidas, obtener los datos básicos de los contactos interesados en visitar Buñol.
 - e. Atracción de nuevos fans/seguidores RRSS
 2. SEGUIMIENTO Y ANÁLISIS DEL PLAN DE MARKETING: Actualización del análisis y diagnóstico turístico. • Evaluación del grado de operatividad de los productos turísticos. • Actualización de la estrategia de posicionamiento. • Evaluación de la estrategia de marketing actual. • Definición de objetivos anuales. • Definición de estrategias de marketing mix. • Diseño de Plan de Acción Anual, detallado y debidamente presupuestado.

| | | | | | |
|---------------------------|--|-------|-------|-------|-------|
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de turismo + Concejalía de comunicación | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 7.200 | 7.200 | 7.200 | 7.200 | 7.200 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | | Alta | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° de soportes producidos • N° de soportes distribuidos, • N° de experiencias incorporadas • Derrama económica en el destino, etc. • Cambios en la web, • N° de soportes producidos, • N° de experiencias incorporadas • N° visitas a la web • Impactos en redes sociales y medios • Incremento de la demanda • Incremento de la derrama del destino, • N° de contactos realizados con intermediarios | | | | |

DI. 2 MODERNIZACIÓN OFICINA DE TURISMO

Estrategia IV. Digitalización e innovación

| | |
|-------------------------|---|
| <p>ODS</p> | <p>Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 12: Producción y consumo responsable</p> <p>Objetivo 13: Acción por el clima</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo ● Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que contribuye a su revalorización y conservación. ● Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes. ● Facilitar el acceso a la información turística. ● Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes ● Mejorar la accesibilidad física y tecnológica |

| | |
|---------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales ● Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos. ● Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. ● Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores. ● Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista ● Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. ● Implantar el modelo DTI ● Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual ● Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>La modernización de la oficina a través de las nuevas tecnologías, tanto a la hora de ofrecer información turística al visitante como para la gestión interna automatizando los datos sobre la demanda turística y gobernanza. De esta forma, se deberán de llevar a cabo las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Actualización del tótem digital/ pantalla táctil para ofrecer un servicio 24/7, lo que permite que los visitantes estén atendidos y reciban la información que precisan en los momentos en el que las oficinas de turismo estén cerradas. Para ello, se debe de acondicionar el tótem ubicado en el exterior de la oficina un tótem digital donde el turista encuentra además de la información unas serie de códigos QR o bien introduciendo su correo electrónico reciban la información. A su vez esto nos sirve para recabar datos de la demanda turística. ● Ampliación de la plataforma de gestión turística de la Tourist Info. Para mejorar la gestión turística interna de las oficinas de turismo, favorecer la proporción de información turística 7/24, recoger y analizar mejor los |

| | | | | | |
|---------------------------|---|--------|------|------|------|
| | <p>datos de la demanda turística y fomentar el uso de material promocional digital. Existe la plataforma Infotourist (www.infotourist.es), suministrada con funciones básicas por Turisme Comunitat Valenciana, donde dicha plataforma recoge toda la información de gestión en la nube, donde sincroniza automáticamente. La plataforma se compone de un total de 9 módulos: gestión de oficina, registro de visitantes, encuestas, punto de información, informador virtual, canal tv, portal web, estadísticas y gestor de colas. Actualmente disponemos del modelo de registro de visitantes. LA propuesta sería ampliar a :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de oficinas: El programa dota a las oficinas de turismo de las herramientas necesarias para poder crear de forma sencilla bases de datos de recursos turísticos, empresas turísticas o proveedores, envío de newsletter, geoposicionamiento de los recursos, gestión de productos y del almacén (inventario), procesos de calidad, entre otros. • Registro de visitantes: Se registra la información de los visitantes (origen, tipo de información que solicita, etc) a través del ordenador o Tablet. De esta forma, el programa elabora informes en el momento, mediante gráficos y en ficheros PDF o Excel para tratar la información en detalle. Estos informes permiten introducir nuevas demandas de información según las necesidades del destino; obtener datos del número de visitantes y los intervalos de mayor afluencia de visitantes (permite planificar mejor las necesidades de personal); ofrece comparativas entre distintos períodos y aporta demandas de información agrupadas por sectores. • Encuestas: Permite elaborar encuestas hacia los turistas. Estas encuestas pueden realizarse directamente en las tablets para ahorrarse la tabulación de los resultados, ya que permite descargar directamente los informes con los resultados. Además, se geolocaliza el lugar en donde se ha realizado la encuesta, para verificar que se ha desarrollado en el lugar acordado. | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de turismo | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 20.000 | 12.000 | | | |

| | | | |
|------------------------|---|--|------|
| NIVEL PRIORIDAD | | | Alta |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° de reuniones realizadas, • Nivel de implementación del PDTI • N° medidas de mejora implementadas, • Evolución datos obtenidos por los informes de seguimiento de la herramienta | | |

DI.3 DIGITALIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

Estrategia IV. Digitalización e innovación

| | |
|------------|---|
| ODS | <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 10: Reducción de las desigualdades</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 12: Producción y consumo responsable</p> <p>Objetivo 13: Acción por el clima</p> <p>Objetivo 14: Vida submarina</p> <p>Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres</p> <p>Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
|------------|---|

| | |
|---------------------------|---|
| <p>OBJETIVOS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista • Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. • Implantar el modelo DTI • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>La creación y digitalización de los recursos beneficia a la hora de crear una oferta de calidad y ofrecer nuevas experiencias al turística, a su vez promueve la accesibilidad gracias a la tecnología. Se dispone de recursos e infraestructura para albergar el desarrollo de recursos digitales, como por ejemplo la sala inmersiva del Museo de la Tomatina.</p> <p>Creación de contenidos para la sala inmersiva donde el visitante tenga la sensación de inmersión en el espacio natural, La Tomatina, sin tener que estar físicamente en él bien por preservar el medio, por accesibilidad o porque se realizan en fecha concreta del año. Recrear espacios en 3D donde el visitante pueda observar aquellos espacios en su forma original y que posteriormente han sido remodelados.</p> <p><u>Acciones a realizar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de contenidos para la sala inmersiva e incorporación de material para la sala • Creación de videos 3D: reconstrucción del Castillo y de las Colonias Blasco Ibáñez • Visitas virtuales espacios naturales • Inventario dinámico de recursos turísticos |

| | | | | | |
|---------------------------|-------------------------------------|--------|-------|------|--------|
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de turismo e informática | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | | 25.000 | | | 20.000 |
| NIVEL PRIORIDAD | | | Media | | |
| INDICADORES | Nº de Contenidos creados | | | | |

DI 4. CONSOLIDACIÓN DE LA AGENDA DE EVENTOS

Estrategia IV. Digitalización e innovación

| | |
|------------------|--|
| ODS | <p>Objetivo 3: Salud y bienestar</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr objetivos</p> |
| OBJETIVOS | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos turísticos contribuyan a diversificar la oferta y nos ayuden a aumentar la población turística • Fomentar la apertura de nueva oferta de alojamiento |

- Analizar la demanda turística con el fin de corregir y mejorar la oferta turística y la captación del público objetivo
- Sensibilizar a los residentes sobre la importancia social y económica del turismo y su papel como anfitriones, promoviendo la convivencia entre turistas y residentes, así como la calidad de acogida del destino atendiendo los principios de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana
- Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general, a los agentes sociales (sindicatos, asociaciones de vecinos, colectivos de transporte público de pasajeros, etc.) y a otros sectores productivos
- Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos, y las actividades turísticas que contribuye a su revalorización y conservación.
- Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos.
- Mejorar los indicadores turísticos, favoreciendo la convivencia entre visitantes y residentes.
- Facilitar el acceso a la información turística.
- Mejorar el transporte público
- Mejorar y favorecer la movilidad sostenible
- Facilitar vías participativas y de colaboración con ciudadanos y visitantes
- Mejorar la accesibilidad física y tecnológica
- Avanzar en un horizonte de transparencia en la gestión turística y municipal, ofreciendo toda la información a través de los portales Web municipales
- Facilitar el análisis de los datos a través de formatos abiertos.

| | |
|---------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Definir e implantar herramientas de gestión innovadoras. • Elaborar una estrategia para la evaluación mediante indicadores. • Mejorar la competitividad desde el aumento de la calidad turística. • Aumentar la participación del sector privado en la gestión y promoción. • Proteger y potenciar la actividad económica del sector turismo y servicios. • Vincular la mejora del turismo a la mejora de la calidad de vida. • Incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, y las pernoctaciones • Integrar la promoción turística en una plataforma tecnológica única que realice una captación de datos y análisis en tiempo real para poder detectar, conocer y analizar el comportamiento del turista • Definir y desarrollar nuevas herramientas de difusión y promoción. • Definir estrategias colaborativas con el sector privado. • Implantar el modelo DTI • Adaptar Buñol como municipio turístico dentro del marco legislativo actual • Trabajar la Agenda 2030 y los ODs en la gestión turística |
| <p>DESCRIPCIÓN</p> | <p>El destino cuenta a lo largo del año con una amplia programación cultural, la concejalía de turismo dispone de un calendario en que se pueden consultar las actividades culturales junto con las actividades turísticas que ofrece el sector privado, sin embargo, falta coordinación entre concejalías para impulsar una agenda anual y hacer la campaña de marketing efectiva, con el objetivo de dar a conocer la amplia oferta cultural que se dispone.</p> <p>1. Realizar coordinación desde el sector público privado de la página web del destino así como de sus</p> |

| | | | | | |
|---------------------------|--|------|------|------|------|
| | <p>redes sociales (RRSS) puede ser uno de los principales canales con gran poder de captación de visitantes. Generando beneficios como el posicionamiento del destino y generando interés entre los seguidores.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. La estructuración y la calendarización, basadas en el calendario común, de las publicaciones es importante, al igual que la coordinación entre concejalías para ofrecer una programación diversificada anualmente y la dinamización del territorio 3. La creación de un grupo de trabajo que reúna tanto a instituciones públicas como privadas tiene como finalidad fomentar la captación demanda turística, especialmente en temporada baja. Para ello se busca atraer eventos de índole cultural, deportiva, o cualquier otra temática que tenga un alcance local, nacional, e inclusive, internacional y convoque a varios asistentes, que a su vez puedan venir acompañados y así ejercer un efecto multiplicador en la demanda. 4. Realizar un inventario de los espacios públicos y privados en los que se podrían realizar potenciales eventos al aire libre o puertas adentro. 5. Organizar eventos culturales y ferias de comercio para el impulso de los productos locales y de temporada (artesanías, gastronomía, productos agroalimentarios...) en los que participen las empresas, asociaciones y denominaciones de origen. Los eventos pueden organizarse en temporada baja para reducir la estacionalidad. 6. Coordinar con el plan de marketing para llegar segmentar el público objetivo | | | | |
| AGENTES IMPLICADOS | Concejalía de Urbanismo + concejalía de turismo + concejalía de cultura + concejalía de deportes + asociación de empresarios de Buñol + otras asociaciones locales | | | | |
| PLAZO DE EJECUCIÓN | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTE DE EJECUCIÓN | 1.000 | | | | |

| | | | |
|------------------------|--|-------|--|
| NIVEL PRIORIDAD | | Media | |
| INDICADORES | <ul style="list-style-type: none"> • N° de eventos realizados, • Creación y mantenimiento de la agenda de eventos en la web • Impactos en medios de comunicación • Derrama generada en cada uno de los eventos, etc. | | |

8. PRODUCTOS Y MERCADOS

Debemos tener en cuenta los puntos por los que Buñol destaca de otros pueblos y le dota de un valor diferenciador. Buñol cuenta con un conjunto de productos turísticos que se encuentran en proceso de consolidación, y en los que posee un cierto grado de posicionamiento, principalmente en el ámbito nacional, a excepción de la Tomatina que posiciona a Buñol a nivel internacional.

En el análisis de la oferta turística de Buñol, ya se han expuesto referencias sobre el tipo de demanda existente hoy en el destino, y lo primero que hay que destacar es precisamente la escasa oferta de alojamiento que permita alargar la estancia del turista. La existencia de una demanda turística propia, ha evolucionado durante los últimos años donde los viajeros hacían uso de la oferta de alojamiento de Buñol como dormitorio pero que desarrollaban su estancia fuera del municipio. Su motivación es mayoritariamente la asistencia a eventos/fiestas/ferias celebradas en Valencia o su entorno, tales como el Gran Premio de la Comunidad Valenciana de Motociclismo (Cheste), desarrollo de Ferias comerciales (Feria Valencia) entre otros.

Mediante la señalización y la adecuación de rutas senderistas entorno al curso del Río Buñol y parajes donde el agua tiene vital importancia, consiguen ofrecer a los turistas el conocimiento de estos recursos de rutas senderistas. Se nos presenta una magnífica oportunidad para crear nuevas infraestructuras llamativas para poder afianzar el turismo rural encaminado a familias dentro de un espacio rural con características especiales por la orografía y recursos propios de la localidad.

8.1 PRODUCTOS

1. Productos principales/ consolidados: son aquellos que forman parte de la naturaleza del destino, que aportan el mayor volumen de turistas y con los que además tiene la capacidad de competir.

El turismo de naturaleza es uno de los principales reclamos que presenta el territorio, aunque su nivel de desarrollo y aprovechamiento turístico todavía resulta insuficiente en el destino. Las zonas naturales del municipio, como la Sierra Malacara y el río Buñol, se han convertido en uno de los principales atractivos naturales. Dentro de este producto surgen

otras temáticas, como el senderismo y la escalada. La zona de escalada de Buñol es conocida por la Sierra de Malacara, uno de los lugares de escalada más cercanos a Valencia. Se trata de un barranco seco con paredes a ambos lados y mucha variedad en sus sectores y orientaciones, lo que hace posible la escalada durante todo el año.

Los sectores más famosos para invierno son Carcalín – Corral de Cabras, con una pequeña selección de todos los grados y Muro de Hierro con placas técnicas de caliza gris. Los sectores más famosos para verano son Sueños de Verano y Criaturas, con un impresionante desplome en el centro por donde transcurren vías muy desplomadas y exigentes.

También hay algunos búlders en el fondo del barranco, al lado de las vías de escalada deportiva. Aunque no hay muchos, son de muy buena calidad y generalmente bastante duros.

Además de la escalada, la práctica del senderismo y de la espeleología son también muy populares. Las rutas de senderismo son capaces de vertebrar el territorio gracias a la Ruta del Agua (SLCV166), PRV190 – Las Moratillas y la Ruta Circular del Alto Jorge-Barranco Carcalín. Entre los barrancos que encontramos que atraen a gran número mercado son el Barranco de Carcalín y el de la Cueva de Turche

El entorno y los parajes con los que cuenta el municipio ofrecen múltiples usos como senderismo, barranquismo, espeleología y escalada. Existe una serie de rutas articuladas entorno a dichos parajes como la ruta del ALTO JORGE – BARRANCO CARCALÍN (RÍO BUÑOL), PRV190, el SLCV 166 o la etapa 3 del Camino de Santiago desde Valencia. En cuanto a la Espeleología y el barranquismo, el carácter calizo y kárstico del paisaje de la Hoya de Buñol ha favorecido secularmente la creación de innumerables sumideros, dolinas y simas extendidas por toda la comarca. Barranco Puente Natural Carcalín: el nivel de este barranco es de iniciación siendo el plato fuerte el descenso de la Cueva de Carcalín, con un lago en su interior. La Hoya de Buñol dispone de unas 300 vías de escalada repartidas en 6 sectores. Las áreas más importantes son: la Jarra en el Barranco de Carcalín, donde domina el 6º grado junto a las más fáciles, siempre en deportiva. Hay unas 80 vías en este sector. El Puente Natural, en el mismo barranco, con unas 20 vías para deportiva. Ventamina, en el barranco del Baladrar junto a la A-3, diversas vías de más 30 m en deportiva y clásica. Roma. Se puede acceder por el Río Buñol, realizar cicloturismo y BTT.

Turismo cultural: Buñol cuenta con suficientes y significativos recursos de tipo cultural para poder crear un producto de este tipo. Habría que desarrollar un producto de contenido cultural sólido y aumentar la oferta de alojamiento, pues actualmente es muy limitada. El principal problema es la gran competencia que supondría la propia ciudad de Valencia como destino cultural y la gran oferta de alojamiento disponible en ella.

2. Productos complementarios: son productos de gran importancia para el destino pero que, por su dimensión, capacidad de competir o desarrollo de producto, no alcanzan la dimensión o el volumen turístico de los principales. Sin embargo, estos pueden ser determinantes por su complementariedad con los principales o por su aportación fuera de temporada. En este caso dicho producto está basado en el turismo de eventos como:

Tomatina: La singularidad del producto turístico local, queda manifestado en la Tomatina. Siendo un ejemplo de capacidad para convertir un mero recurso turístico en un producto a pesar de sus dificultades. A través de la reciente creación del Museo, como centro de innovación y desarrollo de experiencias tecnológicas, y nexo de unión del producto natural y cultural para desestacionalizar toda la oferta.

La Tomatina, es una fiesta que ha sobrepasado con creces sus orígenes y que se ha convertido en un referente de armonía, de respeto y sobre todo de buena gestión.

La procedencia de los participantes revela el interés internacional que suscita esta fiesta. Según el sistema informático de venta de entradas, el 19'6% de los participantes son españoles; le siguen indios (12,1%), japoneses (9,1%), Estados Unidos 7,0%, Inglaterra 9,6%, Australia 4,7%, Alemania 4,5%, Corea del Sur 3,5 % , China 3,3 %, Canadá 3,3 % , Portugal 2,3 %, y Otros 21,0 %.

Tras encuestar a 305 asistentes, los datos de la procedencia coinciden relativamente con los datos obtenidos de la venta de entradas para la Tomatina.

Los rangos de edad de los participantes llegados a Buñol el 27 de agosto de 2014. Sólo un 10% superaban los 40 años de edad (22 participantes) o eran menores de edad (8). En cambio, una cifra de personas ligeramente superior a la mitad (155, un 55%) se encontraban en el segmento de entre los 26 y los 39 años. Por otra parte, los participantes de entre 19 y 25 años (120 encuestados) compatibilizaban 39% del total de las consultas realizadas.

En resumen, podemos constatar que la Tomatina, además de ser una manifestación festiva global y mediática, también es una fiesta de un carácter eminentemente joven, ya que un porcentaje elevadísimo de participantes (el 90% de la encuesta), no llega a los 40 años.

Mano a Mano: Al tratarse de un evento musical, principalmente de carácter clásico, atrae a un público objetivo marcado por este factor. Busca un público objetivo culto, amante de la música en todas sus vertientes. Puede referirse tanto a músicos amateurs, profesionales o melómanos. Un público que disfrute del concierto de la misma forma que disfrutan sus intérpretes y que de esta forma se cree un ambiente de reciprocidad por ambas partes.

A día de hoy, en el Mano a Mano de Buñol, importantes figuras del panorama nacional e internacional (Bélgica, Holanda, U.S.A, etc.) comparten escenario con artistas tanto profesionales como amateurs. La gran variedad y enorme calidad de los intérpretes y de las obras, atraen cada año a más de 2000 visitantes. Desde todos los rincones del mundo. Contamos con visitantes tanto de la geografía española, como del resto del mundo. Esto sirve de impulso para el fomento de la cultura musical desarrollada en la localidad.

Otros eventos. Durante la Bienal, habitantes y visitantes pueden disfrutar de una oferta variada de espectáculos que ha reafirmado el compromiso histórico del municipio con la música. El evento se ha convertido en un polo de atracción cultural y de dinamización económica para el municipio y la comarca.

Concretamente, más de 11.000 personas disfrutaron la pasada Bienal de la diversidad de espectáculos programados durante la Bienal. Se deben destacar los más de 4.000 espectadores que presenciaron los espectáculos de calle; Las calles y plazas del municipio acogen actuaciones gratuitas pensadas para vivir de cerca la música. Los más pequeños también pueden disfrutar de este encuentro musical gracias a actividades dirigidas a los más pequeños.

Buñol ofrece un turismo que está creciendo con fuerza, como muchas otras formas de turismo enfocadas a microsegmentos. Pensamos que el turismo que ofrece el municipio puede llegar a ser un éxito debido al incremento del número de personas con capacidad

para viajar, en paralelo con el refinamiento y especialización de los gustos y aficiones de las personas.

- Además, el acceso a la información ya no es un obstáculo para nadie y puede ser capaz de conseguir unir dos placeres: viajar y un hobby, afición o elemento de devoción para el turista.
- El concierto del Mano a Mano, recibe un total de 2400 asistentes, el 80% sería público nacional, de ese 80%, un 50% por cien sería de la Comunidad Valenciana y un 30% local.
- La Bienal de música recibe una media de 10.000 espectadores, de los cuales un 30% local, un 40% nacional y un 30% internacional.
- La Bienal de Arte y el Festival De Par En Part que integra artistas internacionales y las últimas tendencias, es uno de los festivales de arte y diseño de renombre en la Comunidad Valenciana. Capaz de atraer 5.000 personas, un 20% internacionales y el resto de procedencia nacional.
- La Tomatina, en esta el perfil del visitante es mayoritariamente extranjero un 68%, la procedencia más significativa es de Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Japón, Corea del Sur, India. Su repercusión es muy importante a nivel provincial por el número de visitantes que acuden a este evento, ocupando plazas hoteleras en toda la provincia.
- En cuanto a las actividades turísticas, la mayor parte un 95% son de la provincia de Valencia.
- Además el municipio atrae a un 7% de visitas internacionales, que pernoctan de Valencia que acuden al municipio atraídos por su atractivos, como Museo Tomatina, Castillo y entorno natural (ruta del agua- Cueva Turche).

3. Productos emergentes: en este grupo se encuentran aquellos productos que complementan la propuesta de valor de destino. Pueden ser productos que no tienen suficiente desarrollo, recursos, singularidad o capacidad de competir pero que aportan al destino. Puede darse el caso de que en este grupo aparezcan nuevos productos derivados de nuevos desarrollos, rehabilitaciones o inversiones y que con el paso de los años se conviertan en complementarios.

Turismo rural/de interior: centrado en la estancia en el medio rural. Su desarrollo como turismo de estancia requiere alojamiento de tipo rural y oferta complementaria, todos ellos de gran calidad.

El cicloturismo es un producto en auge. El cicloturismo es una de las actividades con más potencial en la Hoya de Buñol. Aunque existen algunas rutas cicloturistas es necesario desarrollar una red que las vertebre, adecuando e integran las existentes con unas nuevas. Se trabajará el ámbito del cicloturismo junto con el plan de gobernanza de la Hoya de Buñol.

Gastronomía existe una gastronomía muy importante y especial, ya que es local y diferencial con respecto a otros territorios. Pero no existe una oferta de la misma a los turistas en bares y restaurantes. Por ello, habrá que diseñar menús que fomenten el consumo de productos locales (de kilómetro 0) y que permitan generar, en un futuro, rutas gastronómicas y que ésta se convierta en un elemento tractor y vertebrador del turismo de la zona.

Musical. Otra posibilidad sería crear en torno a la música junto con las dos sociedades musicales, un producto que se verá fortalecido gracias al Mano a Mano y a la Bienal, dicho producto debería de mantenerse durante todo el año, y cuyo contenido tuviera poder de atracción de visitantes, lo que permitiría visitas de repetición a Buñol. La ventaja de un producto de este tipo sería la capacidad de atraer un segmento de mercado de mayor impacto económico. Trabajar en el turismo musical puede llegar a ser un éxito debido al incremento del número de personas con capacidad para viajar, en paralelo con el refinamiento y especialización de los gustos y aficiones de las personas. Además, el acceso a la información ya no es un obstáculo para nadie y puede ser capaz de conseguir unir dos placeres: viajar y un hobby, afición o elemento de devoción para el turista. Buñol cuenta con recursos turísticos de naturaleza y culturales que añaden valor, que junto con el clima privilegiado permite disfrutar de Buñol durante todo el año.

La música es el principal valor de identidad cultural de Buñol, quien cuenta con producción musical propia que actúa como elemento de promoción internacional, cuenta con dos eventos con carácter internacional: "Bienal" y "Mano a Mano", fiesta de interés turístico autonómico.

8.2. MERCADOS

El mercado nacional es el más importante tras los datos obtenidos, siendo el principal Valencia, su área metropolitana y de la Comunidad Valenciana, Madrid y Castilla La Mancha, las principales Comunidades Autónomas emisoras. Cabe destacar la importancia del mercado internacional como mercado estratégico en la Tomatina y eventos musicales como el Mano a Mano y la Bienal.

Perfiles

- **Individual o pequeños grupos:** parejas, grupos de 2-3 personas y en ocasiones de forma individual.
- **Amigos** La cifra de personas que realizan la visita con amigos se debe a la asistencia a eventos festivos y deportivos. Estos se desplazan principalmente en fines de semana, puentes, días festivos y periodos vacacionales.
- **Familiar.** En el perfil familiar debemos diferenciar un 40 % elige el municipio con motivo de pasar sus vacaciones del periodo estival, fines de semana y puentes gracias a poseer una vivienda en propiedad. El resto de esta tipología suelen ser grupos familiares motivados por el ocio. Suelen ser grupos que se desplazan, generalmente fines de semana y festivos.
- **Grupos organizados escolares y de ocio:** este tipo de turistas suele desplazarse en grupos de 15 a 25 personas utilizando como medio de transporte habitual el autobús contratado. Realizan salidas, excursiones, actividades recreativas entre semana y en días festivos.

9. ONLINE

Acciones en redes sociales

La principal fuente de información para decidir un destino turístico es internet y especialmente las redes sociales, por eso,

La marca buñol es turismo, publica constantemente en las tres redes sociales más importantes (facebook, instagram y twitter) además de generar campañas de publicidad a nivel nacional e internacionales:

- 3 publicaciones en facebook semanales

- 3 publicaciones en instagram semanales
- 3 storys en instagram semanales

Se realizan las siguientes acciones de publicidad específica de cada post, publicidad específica de marca tráfico a la web, atención al cliente online, distribución de contenido en grupos publicidad y analítica en redes, alcance en las publicaciones, que canal nos lleva más tráfico.

- Analítica en redes, analítica y aplicación de segmentos de público para la promoción.
- Remarketing y monitorización de las campañas.
- Segmentación específica para actividades y segmentación específica para media distancia.
- Email marketing y notas de prensa periódicamente (una vez al mes).
- Notas de prensa para periódicos online como hoyunlick, laredcomarcal..etc.
- Acciones web seo/adwords actualización mensual calendario de actividades.
- Artículos en el blog con actualizaciones.
- Analítica web herramienta: google analytics.
- Captación de tráfico: medir visitas efectivas, las fuentes y la posición en buscadores.
- Navegabilidad: mide el rebote y el comportamiento del usuario en la página para aumentar la conversión.
- Páginas de display: 20minutos , elmundo.com, periodistadigital.com, elperiodico.com, lavanguardia.com, okdiario.com, nationalgeographic.com.es, la verdad.es, facilísimo.com, muymascotas.es, elplular.com, mundoprimary.com.

10. CALIDAD

Los destinos no pueden competir en precio ante los turistas, siempre deben aportar un valor añadido y competir en términos de calidad y expectativas. Por ello, debe potenciarse la implantación de sistemas de gestión de calidad en el destino, como por ejemplo a través del SICTED, el proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SET), con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

Dichos procesos están contemplados en las actuaciones de gobernanza, concretamente en la acción G4.

11. INNOVACIÓN E INTELIGENCIA TURÍSTICA

La calidad de la oferta turística dependerá no sólo de la calidad e innovación del producto turístico que esté ofertando, sino también de la calidad de las infraestructuras turísticas básicas y complementarias ofrecidas en el destino, de la calidad de las empresas turísticas y sus recursos humanos y de la actitud y hospitalidad de las propias poblaciones

Lograr un desarrollo turístico sostenible consiste en obtener un punto de equilibrio entre el desarrollo económico, el desarrollo sociocultural, y el desarrollo medioambiental.

La innovación aparece cuando un producto o servicio nuevo aporta valor añadido. Aplicamos las nuevas tecnologías como los Qr en toda la señalética actual para facilitar la información al visitante y así a su vez reducir el consumo de papel. La innovación no depende sólo de la tecnología, sino que también pueden ayudar a su aparición los cambios estructurales u organizativos (gestión y organización). No está exclusivamente vinculado a tener ideas brillantes. En ocasiones cambios incrementales pueden generar un proceso sostenido de innovación (producto o servicio).

Los Productos Turísticos, son todos aquellos elementos, productos y servicios que ofertados simultánea e integradamente (atractivos turísticos, servicios, equipamiento, accesibilidad y precios), son capaces de generar un desplazamiento con fines turísticos. También se puede entender Producto Turístico como un conjunto de elementos capaces de configurar una "experiencia de viaje" que responda a determinadas motivaciones de un grupo de consumidores.

Gracias a la inclusión de las nuevas tecnologías, se crea un espacio con los elementos tecnológicos más novedosos del mercado.

Las nuevas tecnologías pueden contribuir para que la experiencia del turismo sea más accesible y satisfactoria para todas las personas; su desarrollo implica el conocimiento de las necesidades de todos sus usuarios potenciales, incluyendo las de las personas mayores, personas con discapacidad u otras personas con movilidad reducida.

A su vez la recreación de espacio intangibles ayuda a recuperar las señas de identidad local y su puesta en valor generará nuevas oportunidades de negocios y colaboración entre el sector público privado.

Buñol se ha adherido a la red de destinos turísticos inteligentes de la Comunidad Valenciana, integrada en la red nacional gestionada por Segittur. El Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat·tur), a través de la Oficina DTI-CV, es el organismo encargado de la coordinación de la Red.

La adhesión a dicha red, evidencia la necesidad de trabajar en el desarrollo de Buñol como destino turístico inteligente. Para conseguir el objetivo y obtener unos resultados eficaces es necesario llevar a cabo las siguientes acciones recogidas en la ficha de las acciones de gobernanza (G1).

- Diagnóstico DTI.
- Elaboración del Plan Director DTI.
- Implantación Sistema de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes que nos permita: la recogida, el análisis y la difusión de la información del destino para mejorar la toma de decisiones en la gestión turística, unificar las herramientas de gestión de la información turística y ofrecer a la población local y a los turistas toda la información disponible en tiempo real.
- Desarrollo del Big Data (Datos abiertos en la web de turismo con memorias anuales)
- Creación de la Smart office

Coordinación público - privada de todos los agentes implicados en el sector

12. SOSTENIBILIDAD

El enfoque básico de la sostenibilidad es tratar de que la actividad turística equilibre las tres dimensiones (ambiental, económica y social) y que la optimización de las oportunidades turísticas no supongan un deterioro o pérdida de capital territorial. Los mayores impactos del turismo son, sin duda, las emisiones de GEI generados por el transporte y el riesgo de deterioro del capital territorial generado cuando se registran flujos intensos de visitas. En relación con el modelo pretendido para Buñol, hay que diferenciar, por una parte, los cambios y mejoras destinados a resolver desequilibrios en el modelo actual y, por otra, los efectos derivados de actividades productivas relacionadas con el

nuevo modelo. Los principales desequilibrios se sitúan en la insuficiente capacidad del turismo para proporcionar un sostenimiento de la vitalidad territorial, registrando un balance insatisfactorio entre costes territoriales y ambientales y beneficios en todas sus dimensiones. También hay que considerar los impactos derivados de la concentración de flujos en determinados lugares y momentos.

Es necesario realizar acciones de sostenibilidad. La orientación hacia el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 propuestos por Naciones Unidas representa un reto ineludible. En este programa se desarrollarán acciones para contribuir hacia al logro de este reto, apostando por un turismo neutro e inclusivo.

13. TABLA RESUMEN

Las tablas siguientes, muestran un resumen de las acciones junto los plazos ejecución, mercados, prioridad y costes aproximados.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO. BUÑOL

| LINEAS | ACCIONES | PLAZA DE EJECUCIÓN | | | | | MERCADOS | | PRIORIDAD | | | COSTE | | | | | |
|----------------|--|--------------------|------|------|------|------|----------|---------------|-----------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | Nacional | Internacional | Baja | Media | Alta | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | TOTAL |
| GOBERNANZA | G.1 Gestión | | | | | | | | | | | 9.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 17.000 |
| | G.2 Conectividad | | | | | | | | | | | 1.500 | 1.500 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 6.000 |
| | G.3 Desarrollo de acciones de mejora de la accesibilidad tecnológica de recursos. | | | | | | | | | | | 1.000 | 9.000 | 7.000 | | 2.000 | 19.000 |
| | G.4 Plan mejora de la calidad en destino | | | | | | | | | | | 5.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 9.000 |
| | G.5 Programa de Impulso a la participación ciudadana | | | | | | | | | | | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 2.500 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | 17.000 | 14.000 | 11.500 | 4.500 | 6.500 | 53.500 | |
| SOSTENIBILIDAD | S.1. Campaña información y sensibilización turística del patrimonio natural y cultural | | | | | | | | | | | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 15.000 |
| | S.2. Impulso a la movilidad sostenible. | | | | | | | | | | | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 5.000 |
| | S.3. Plan de formación continua para la profesionalización y digitalización del sector público – privado | | | | | | | | | | | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 5.000 |
| | S.4. Gestión sostenible de los recursos turístico | | | | | | | | | | | 35.000 | 6.000 | 7.000 | 6.000 | 6.000 | 60.000 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | 40.000 | 11.000 | 12.000 | 13.000 | 13.000 | 89.000 | |

| LINEAS | ACCIONES | PLAZA DE EJECUCIÓN | | | | | MERCADOS | | PRIORIDAD | | | COSTE | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|--------------------|------|------|------|------|----------|---------------|-----------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|---------|-----------|---------|
| | | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | Nacional | Internacional | Baja | Media | Alta | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | TOTAL | | | |
| CREACIÓN DE PRODUCTO | CP.1. Plan de mejora del Castillo y su entorno | | | | | | | | | | | | | | | | 75.000 | 100.000 | 55.000 | 230.000 |
| | CP.2. Plan de impulso del producto musical | | | | | | | | | | | 2.000 | 4.000 | | | | | | | 6.000 |
| | CP.3. Plan de consolidación del producto natural | | | | | | | | | | | | 12.000 | 100.000 | 100.000 | | | | | 212.000 |
| | CP.4. Infraestructuras y equipamientos turísticos locales | | | | | | | | | | | | 2.000 | 120.000 | 8.000 | 2.000 | | | | 130.000 |
| | CP.5. Fomento de la oferta comercial y la gastronomía | | | | | | | | | | | 4.000 | 5.000 | 4.000 | 1.000 | 1.000 | | | | 15.000 |
| | CP.6 Tomatina | | | | | | | | | | | 30.000 | 26.000 | 26.000 | 86.000 | 27.000 | | | | 195.000 |
| | TOTAL | | | | | | | | | | | 36.000 | 49.000 | 325.000 | 295.000 | 85.000 | | | | 790.000 |
| DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN | DI.1. Marketing online | | | | | | | | | | | 7.200 | 7.200 | 7.200 | 7.200 | 7.200 | | | | 36.000 |
| | DI.2. Modernización Oficina de Turismo | | | | | | | | | | | 20.000 | 12.000 | | | | | | | 32.000 |
| | DI.3. Digitalización de recursos | | | | | | | | | | | | 25.000 | | | | | 20.000 | | 45.000 |
| | DI.4 Consolidación de la agenda de eventos | | | | | | | | | | | 1.000 | | | | | | | | 1.000 |
| | TOTAL | | | | | | | | | | | 28.200 | 44.200 | 7.200 | 7.200 | 27.200 | | | | 114.000 |
| | | | | | | | | | | | 121.200 | 118.200 | 355.700 | 319.700 | 131.700 | | | | 1.046.500 | |

