



Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim 2021-2023

Marzo-2021

Índice

1.	Descripción del destino	4
1.1	Características Geográficas	5
1.2	Características Demográficas	8
1.3	Características Económicas	12
1.4	Recursos Turísticos de Benicàssim	14
2.	La gestión del turismo del destino.	33
3.	Diagnóstico Turístico de Benicàssim	37
3.1	Oferta Turística de Benicàssim	38
3.2	Demanda Turística	45
3.3	Conclusiones participación agentes: Encuesta y Mesas	51
3.4	DAFO	57
4.	Objetivos y Marco estratégico del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.	68
4.1	Objetivos específicos del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.	68
4.2	Marco estratégico del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim	69
5.	Plan de Acción	74
5.1	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional.	75
5.2	Sostenibilidad Turística.	97
5.3	Desarrollo de productos turísticos	116
5.4	Promoción Turística	134
6.	Cronograma	157
7.	Sistema de Seguimiento y Control	159
7.1	Indicadores de Seguimiento del Plan de Actuación	159

Índice de ilustraciones, gráficos y tablas.

a. Ilustraciones.

Ilustración 1. Localización del municipio de Benicàssim.....	4
Ilustración 2. Desarrollo del proceso de urbanización del litoral de Benicàssim en los años 60 del siglo XX.....	6
Ilustración 3. Evolución de la población en Benicàssim durante el periodo 2006-2018.....	7
Ilustración 4. Pirámide poblacional del municipio de Benicàssim (en términos porcentuales), así como principales indicadores demográficos a fecha de 1 de enero de 2018.....	8
Ilustración 5. . Evolución de las variaciones residenciales según su naturaleza (2014-2018) y por procedencia (2018).....	9
Ilustración 6. . Movimiento natural de la población durante 2013-2017.....	9
Ilustración 7. Vulnerabilidad sociodemográfica.....	10
Ilustración 8. Empresas activas a principios de 2018 por sector de actividad y paro registrado en Benicàssim.....	11
Ilustración 9. Empresas activas a principios de 2018 por sector de actividad y paro registrado en Benicàssim.....	11
Ilustración 10. Plano de las playas de Benicàssim.....	13
Ilustración 11. Mapa del Parque Natural del Desierto de las Palmas.....	15
Ilustración 12. Rutas por el Parque Natural del Desierto de las Palmas.....	16
Ilustración 13. Plano de las Rutas de las Villas de Benicàssim.....	24

b. Gráficos.

Gráfico 1. Parámetros climáticos promedio de la estación meteorológica de Castellón de la Plana-Almazora (1981-2010).....	6
Gráfico 2. Distribución de las empresas en el sector servicios en 2019.....	13
Gráfico 3. Oferta turística de Benicàssim (2019).....	43
Gráfico 4. Distribución de las plazas de los establecimientos hoteleros de Benicàssim, según su categoría (2019).....	44
Gráfico 5. Ocupación de los establecimientos hoteleros de Benicàssim, por plaza y por plaza en fin de semana. (2012-2019).....	45

Gráfico 6. Distribución por meses de la ocupación en los hoteles de Benicàssim, Costa de Castellón y Provincia de Castellón, en 2019.....	46
Gráfico 7. Plazas disponibles en alojamientos hoteleros de Benicàssim., en 2019, por meses.....	46
Gráfico 8. Plazas en los Campings de Benicàssim, según categoría (2019).....	47
Gráfico 9. Grado de ocupación de los Campings de Benicàssim (2012-2019).....	48
Gráfico 10. Turistas alojados y pernoctaciones en establecimientos hoteleros y campings de Benicàssim (2012-2018).....	50
Gráfico 11. Turistas alojados y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim (2012-2018).....	51
Gráfico 12. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim, Comunitat Valenciana y Costa de Castellón en 2018, por meses (estacionalidad).....	52
Gráfico 13. Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim entre los meses de enero y septiembre (2018 y 2019).....	53
Gráfico 14. Turistas alojados y pernoctaciones en Campings (2012 y 2018).....	54
Gráfico 15. Grado de ocupación en los Campings de Benicàssim (2012-2018).....	55
Gráfico 16. Viajeros y pernoctaciones en Campings de Benicàssim entre los meses de enero y septiembre (2018 y 2019).....	56
Gráfico 17. Valoración de la satisfacción de las demandas de los turistas que visitan Benicàssim (escala de 1 a 5).....	58
Gráfico 18. Valoración del grado de importancia de los retos en la gestión/dinamización turística Benicàssim (en una escala de 1 a 5).....	59
Gráfico 19. Valoración de las acciones de promoción a realizar, según su grado de importancia (escala de 1 a 5).....	60
c. Tablas	
Tabla 1. Equipamientos para reuniones y congresos en Benicàssim.....	32
Tabla 2. Empresas distinguidas con SICTED en el municipio de Benicàssim, según oficio.....	36

1. Descripción del destino

El municipio de Benicàssim constituye un destino turístico reconocido, que desde comienzos del siglo XXI ha experimentado un notable progreso en relación con el desarrollo de la actividad turística como resultado del esfuerzo realizado, tanto por el sector público como por el sector empresarial, en la mejora y puesta al día del municipio y de su oferta turística; posibilitando el incremento paulatino del posicionamiento del municipio en el mercado turístico, y el desarrollo y consolidación de una oferta turística de gran nivel.

Este proceso que ha consolidado a Benicàssim en la industria turística ha sido posible, en gran medida, gracias al proceso de planificación que ha orientado el desarrollo del turismo; iniciado con la elaboración e implementación del **Plan de Excelencia Turística de Benicàssim, 2003-2007** que continuó con la generación de condiciones de competitividad, mejorando la calidad de los servicios turísticos, y modernizando y diversificando la oferta del municipio.

Posteriormente se implementó el **Plan Operativo de Marketing Turístico de Benicàssim**, que sirvió de base para enfocar el desarrollo de los productos turísticos de Benicàssim, en especial el Gastronómico, el de Naturaleza, y el Turismo Familiar; así como la estrategia de promoción y posicionamiento en los mercados emisores objetivo.

Posteriormente se implementó el **Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020**, que ha favorecido de manera decisiva el desarrollo del sector turístico del municipio, consolidando e incrementando su competitividad mediante la mejora de las infraestructuras, equipamientos, y servicios públicos de apoyo al turismo, el aprovechamiento y adecuación de los recursos turísticos, el desarrollo de nuevos productos turísticos y el incremento de la calidad de la oferta turística de Benicàssim.

Por otro lado, el Plan Estratégico de Turismo, ha contribuido a impulsar el proceso de transformación de Benicàssim en Destino Turístico Inteligente, conforme al modelo DTI de la Comunitat Valenciana, siendo uno de los 10 primeros municipios de la Región en alcanzar la fase 3 del proceso (máximo nivel de desarrollo), con la elaboración del Diagnóstico DTI y la redacción del Plan Director DTI. El municipio forma parte de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana, y de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de España.

El impacto que el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020 ha tenido en el desempeño de la actividad turística de Benicàssim se evidencia también en los resultados obtenidos con respecto a los indicadores básicos de turistas alojados en establecimientos hoteleros y pernoctaciones que se exponen en este informe.

El éxito de este proceso de planificación estratégica se ha fundamentado en una metodología basada en la participación de todos los agentes involucrados en el desarrollo del turismo en el municipio, contribuyendo a que las propuestas resultantes respondieran a su realidad y a sus aspiraciones; al mismo tiempo que favorecía la implicación de todos en su implementación. Otro de los principios sobre los que se ha apoyado este proceso planificador, ha sido el del desarrollo sostenible, en el que se han enmarcado todas las acciones propuestas. Por último el proceso ha contado con el seguimiento y la evaluación continua y sistemática de la ejecución de los diferentes planes, para lo que se puso en funcionamiento un sistema de gestión que ha ido evolucionando con los años, y que constituye otro de los factores que han contribuido al progreso turístico del municipio de Benicàssim.

Benicàssim se ha configurado como uno de los principales destinos turísticos de la provincia de Castellón, y se ha consolidado como un destino turístico de referencia para el mercado nacional y, en menor medida, para el internacional.

La mejora de su oferta turística, con una mejora importante de la oferta hotelera y de camping, y el desarrollo de la oferta gastronómica; así como la puesta en valor de sus recursos turísticos, y el diseño y desarrollo de productos y ofertas adecuadas a las nuevas necesidades y tendencias del mercado, han sido la base de una evolución caracterizada por el crecimiento sostenido en los últimos 5 años.

En la actualidad el sector turístico del municipio se halla inmerso en un proceso de adaptación a los nuevos retos del escenario turístico global, caracterizado por una nueva economía, una fuerte competencia entre destinos y productos, así como por la aparición de nuevos modelos de negocio basados en el desarrollo tecnológico y conceptos de gestión adaptados a los cambios en los patrones de comportamiento de la demanda turística.

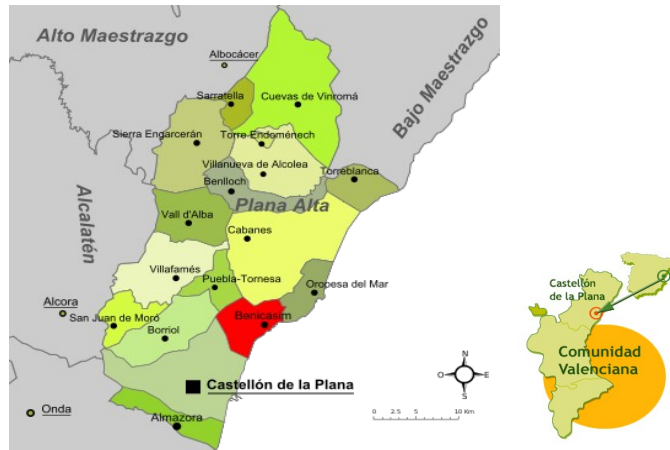
1.1 Características Geográficas

El término municipal de Benicàssim comprende parte de la Sierra del Desierto de las Palmas y de la Plana de Castellón. Su superficie más llana hacia el sur y al este, ya que al oeste y norte se encuentra el Desierto de las Palmas, y al NE la Sierra de Oropesa o de Cantallops. Su principal altura es el monte San Miguel o Bartolo (729 msnm), vértice geodésico de primer orden en el límite con Puebla-Tornesa. Una de sus elevaciones más características son las Agulles de Santa Agueda, de 539 m de altitud.

El municipio cuenta además con casi 7 kilómetros de playas, en su mayoría de fina arena, con espigones que las protegen y cuentan con un notable equipamiento de servicios. Las playas son, de norte a sur: Voramar, Almadraba, Torre Sant Vicent, Els Terrers y Heliópolis.

Con una extensión aproximada de 36,1 Km², el término municipal de Benicàssim limita con Castellón de la Plana (y su distrito marítimo Grao de Castellón), Borriol, Puebla-Tornesa, Cabanes y Oropesa del Mar; y además del casco urbano, el término municipal está integrado por los siguientes núcleos de población: Cuadro Santiago, Desierto de las Palmas, Masiadels Frares, Montemolino, El Palasiet, Las Villas, Voltants de Montornés, Las Palmas., La Parreta, El Refugio.

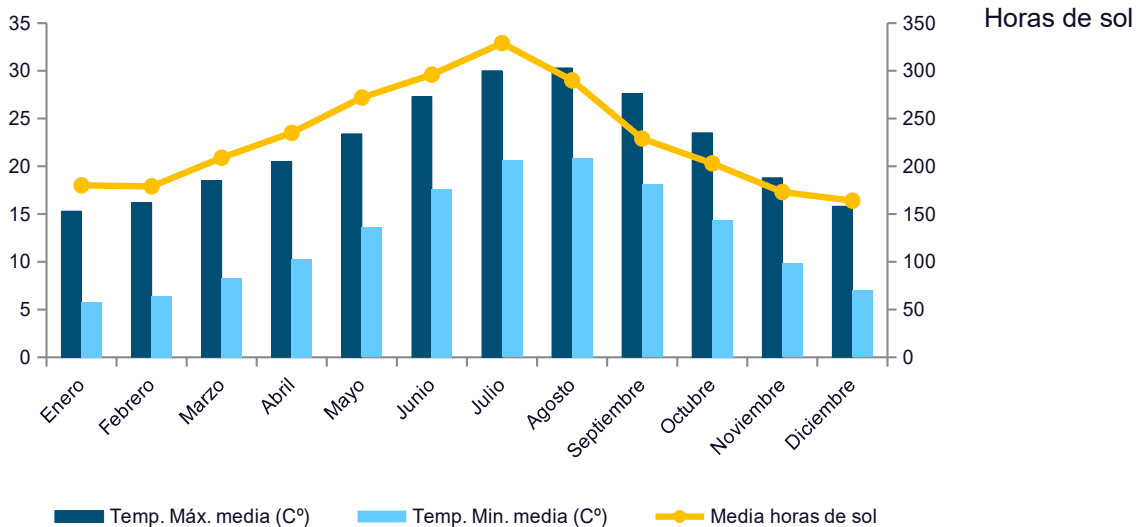
Ilustración 1. Localización del municipio de Benicàssim



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Benicasim-Mapa_de_la_Plana_Alta.svg. Elaboración propia.

El municipio de Benicàssim pertenece a la comarca de la Plana Alta y disfruta de un clima mediterráneo, con inviernos suaves y temperaturas estivales que rondan los 27 grados. La sierra del Desierto de las Palmas protege al municipio y contribuye a la generación de un microclima que permite disfrutar de una temperatura media anual que ronda los 17° C.

Gráfico 1. Parámetros climáticos promedio de la estación meteorológica de Castellón de la Plana- Almazora (1981-2010)



Fuente: Agencia Estatal de Meteorología.

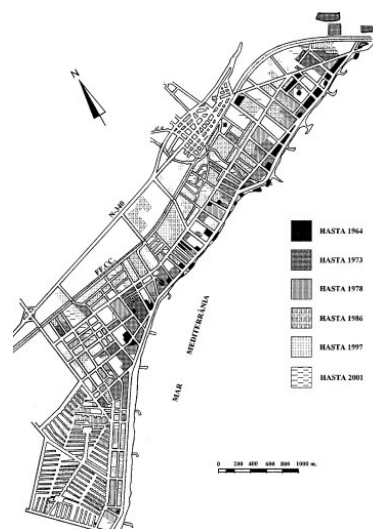
A pesar del carácter litoral del municipio, los índices de humedad son confortables. A su vez posee un régimen de lluvias muy moderado, localizándose en la isoyeta de 400 mm, y es de destacar que presenta un promedio de 300 días de sol al año.

El desarrollo turístico del municipio de Benicàssim, conforme se pone de manifiesto en numerosos estudios¹ ha sido condicionado por la evolución histórica del “veraneo” y la proximidad a la ciudad de Castellón (capital de la provincia). La tradición turística de Benicàssim arranca a finales del siglo XIX y principios del siglo XX cuando, coincidiendo con la construcción de la línea de Ferrocarril Castellón-Tarragona, un grupo selecto de familias adineradas decidieron construir lujosas villas en el litoral del municipio, entre el Voramar y la Torre de San Vicente.

El gran auge que tomó Benicàssim a principios del siglo XX le valió posteriormente el calificativo del “*Biarritz de Levante*”, y es que en aquellos años la burguesía castellanense y valenciana, atraída por las bondades de su clima y su paisaje marítimo eligió este municipio como destino perfecto para pasar sus vacaciones.

La incipiente ocupación de la primera línea de costa, fundamentalmente en el sector de las Villas, propició la redacción del primer PGOU en 1963, que apuesta en su redacción por el desarrollo residencial, que acumuló hasta el año 2002 un total de 19.741 viviendas, de las que más del 70% fueron apartamentos.

Ilustración 2. Desarrollo del proceso de urbanización del litoral de Benicàssim en los años 60 del siglo XX.



Fuente: Ayuntamiento de Benicàssim. PGOU 1963.

Es en la época del “desarrollismo”, a mediados de la década de los 60 y hasta la década de

1

Diego López Olivares. “El desarrollo urbanístico de las áreas del litoral valenciano”. Cuadernos de Geografía, nº 71. 2002.

los 70, cuando Benicàssim va a experimentar una verdadera transformación urbana fruto del crecimiento que llevó a la construcción de apartamentos a lo largo de su litoral, algunos de ellos en espacios antes ocupados por las antiguas villas, y que constituyeron la base sobre la que desarrolló el “turismo residencial” que ha determinado el posterior desarrollo del turismo en el municipio.

El municipio de Benicàssim, según el Censo de Población y Vivienda de 2011, cuenta con 13.090 viviendas de carácter secundario, que son destinadas para residir en vacaciones, fines de semana, u otros períodos análogos, y que ponen de manifiesto la importancia del turismo residencial en la estructura y configuración de Benicàssim como destino turístico.

1.2 Características Demográficas

En 2019, Benicàssim contaba con 18.192 habitantes y una densidad de población de 503,93 hab/km² (Fuente: Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana). Si comparamos con la densidad de población de otros municipios cercanos de la provincia, vemos que Benicàssim presenta unos valores ligeramente superiores a Oropesa (334,20 hab/km²) pero claramente más deseables respecto a Castelló de La Plana (1.570,89 hab/km²), Vila-real (917,51 hab/km²) o Borriana (735,07 hab/km²). El conjunto de la provincia de Castelló tiene una densidad de población de 86,89 hab/km².

Como se puede observar en la siguiente figura, la población de Benicàssim aumentó considerablemente durante el periodo 2006-2013, produciéndose un descenso considerable en 2014, que ha ido fluctuando levemente hasta la actualidad. Según el banco de datos municipal ARGOS, la población en 1996 era de alrededor 10.000 habitantes, hecho que indica que casi se ha duplicado la densidad de población en los últimos 25 años.

Ilustración 3. Evolución de la población en Benicàssim durante el periodo 2006-2018.

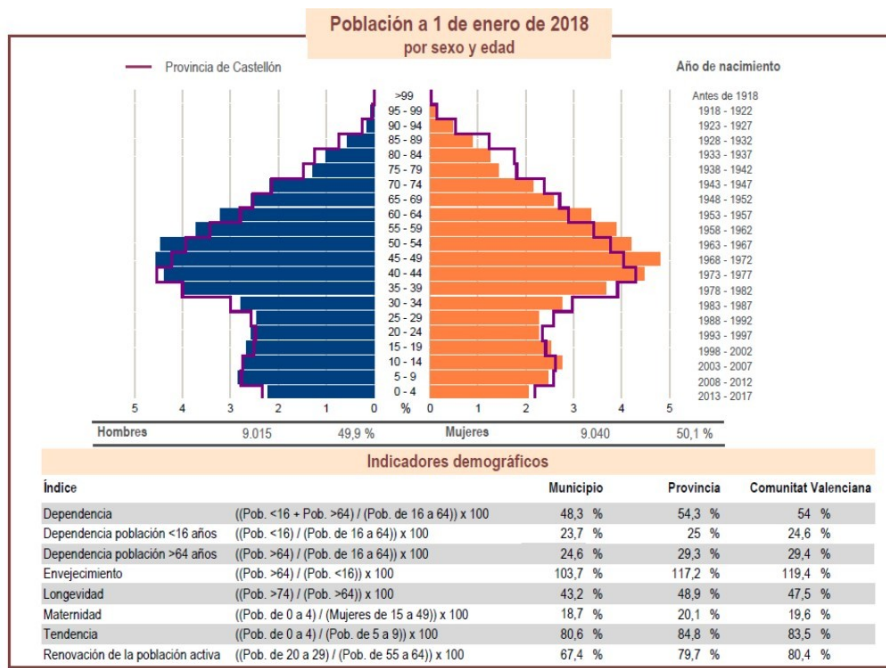


Fuente: Ficha municipal de indicadores estadísticos multisectoriales del Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana.

La estructura de edad de una población indica su capacidad productiva, reproductiva y consumidora que, a su vez, está muy influenciada por la mortalidad y los movimientos migratorios, y modelada por la natalidad. Según la pirámide poblacional de Benicàssim (ilustración 4), la estructura de población al considerar la población según rangos de edad y

sexos es en forma de bulbo o regresiva (en la base existe menos población que en los tramos intermedios, mientras que en la cumbre existe un número importante de efectivos).

Ilustración 4. Pirámide poblacional del municipio de Benicàssim (en términos porcentuales), así como principales indicadores demográficos a fecha de 1 de enero de 2018.



Fuente: Ficha municipal de indicadores estadísticos multisectoriales del Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana.

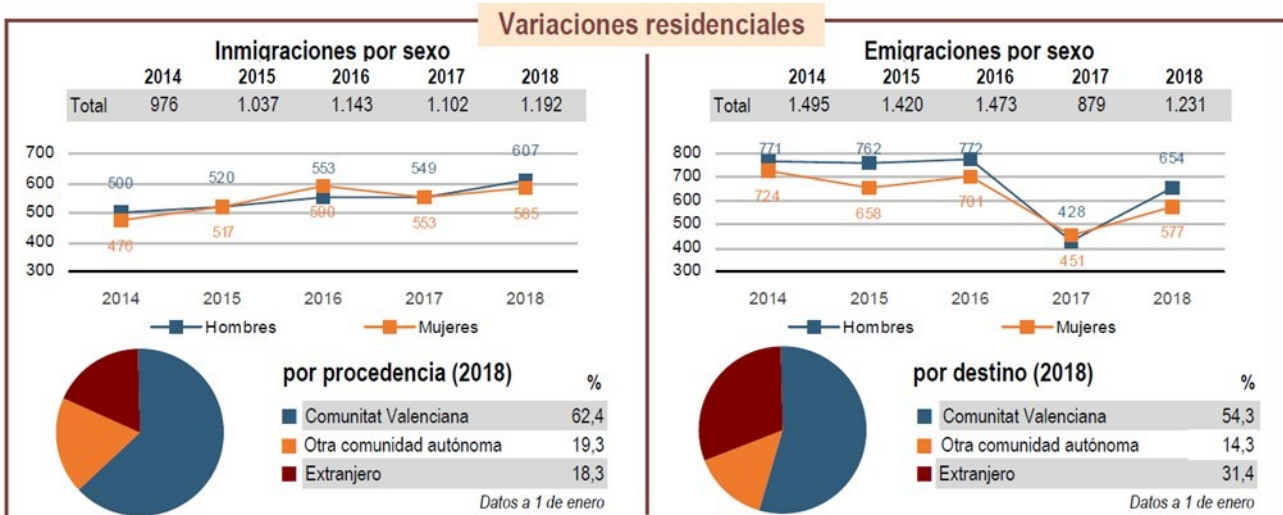
La forma de la pirámide poblacional no diverge en demasía a la de la provincia de Castelló, aunque destaca que hay una mayor proporción de población con una edad entre los 45-64 años, mientras que hay menos efectivos en las franjas de edades de los 25-34 años (probablemente vinculado con la necesidad de emigrar para encontrar un primer trabajo) y en los mayores de 75 años, hecho que puede suponerse vinculado con el incremento de población desde 1996 y el regreso a los lugares de origen tras la jubilación.

En cuanto a los indicadores demográficos, podemos ver como las cifras de dependencia son inferiores respecto a la provincia, particularmente en la población mayor de 64 años (también son inferiores respecto a la capital de provincia). El porcentaje de envejecimiento y longevidad de la población es menor que para el resto de la provincia y Comunitat Valenciana, mientras que el de maternidad es ligeramente menor.

La tasa de renovación de la población activa es bastante inferior a la provincial y autonómica y está condicionada por las oportunidades laborales del municipio. Así, el número de emigraciones es en general superior al de inmigraciones desde 2014, a excepción de 2017 (Ilustración 5). Es precisamente en 2014 cuando la población de Benicàssim descendió en 756 habitantes respecto a 2013 (Ilustración 5). Destaca que, en 2018, el 31,4% de las

emigraciones tuvieron como destino el extranjero y, por lo tanto, se pueden considerar de larga duración. Cabe esperar que como el destino principal de las emigraciones y la procedencia principal de las inmigraciones es la Comunitat Valenciana, parte de los efectivos poblacionales que inmigran retornan luego.

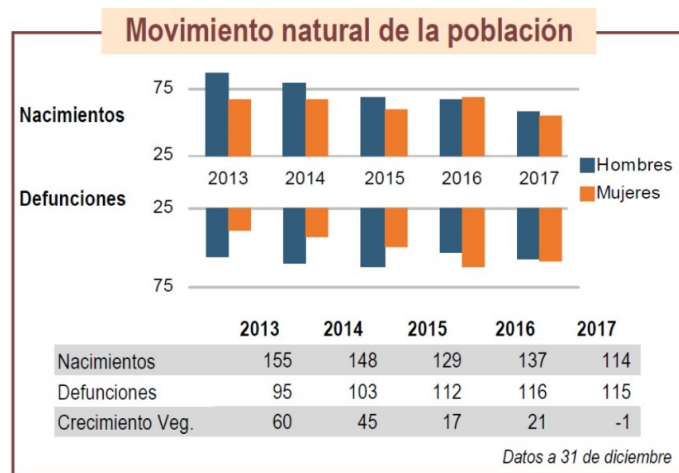
Ilustración 5. . Evolución de las variaciones residenciales según su naturaleza (2014-2018) y por procedencia (2018).



Fuente: Ficha municipal de indicadores estadísticos multisectoriales del Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana.

Desde 2013 el crecimiento vegetativo de la población ha ido descendiendo paulatinamente y, precisamente, en 2017 fue negativo (Ilustración 6).

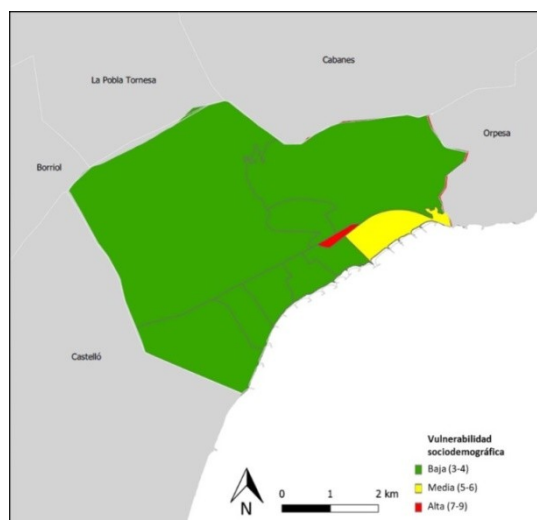
Ilustración 6. . Movimiento natural de la población durante 2013-2017.



Fuente: Ficha municipal de indicadores estadísticos multisectoriales del Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana.

A continuación, se muestra el grado de vulnerabilidad sociodemográfica obtenido del Visor de Espacios Urbanos Sensibles que en general es bajo. La vulnerabilidad sociodemográfica está asociada a la población vulnerable con perspectiva de género, los hogares vulnerables con perspectiva de género y la población inmigrante con perspectiva de género. La zona con vulnerabilidad alta se sitúa en la parte este de la calle Santo Tomás donde se concentra la población de más edad, y en menor medida en las urbanizaciones hacia la playa. Destaca que ninguna sección censal tiene una vulnerabilidad sociodemográfica elevada en la revisión de 2020.

Ilustración 7. Vulnerabilidad sociodemográfica.



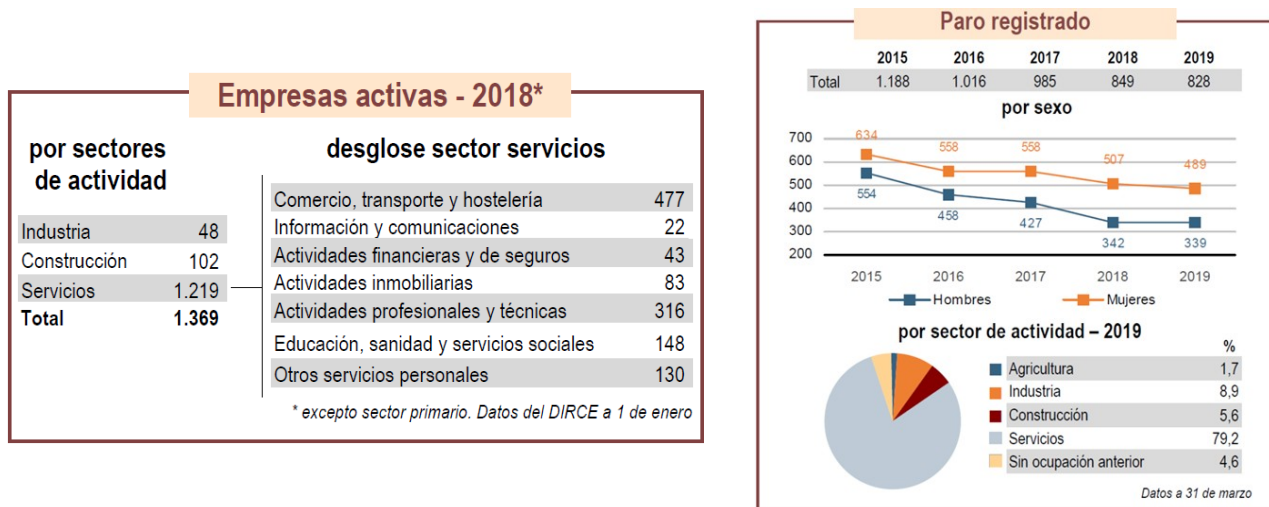
Fuente: Espacios Urbanos Sensibles.

En lo que respecta al cambio climático y su relación con la demografía local, de acuerdo al *Análisis de Riesgos y Vulnerabilidades al Cambio Climático (ARVCC)* del municipio realizado en 2020, la tendencia a futuro es la de un aumento de la vulnerabilidad al cambio climático asociada a la demografía ya que el incremento en la esperanza de vida hará que haya una mayor proporción de población vulnerable al cambio climático (personas mayores de 64 años), particularmente a eventos extremos como las olas de calor que serán los más frecuentes a corto plazo. Como consecuencia del aumento de la esperanza de vida, los valores de los indicadores de dependencia y longevidad también crecerán, particularmente si no se activa la maternidad o no se reciben nuevos efectivos migratorios externos. Por lo tanto, a largo plazo (15 años vista) es posible que la vulnerabilidad demográfica sea moderada a pesar de que ahora es baja, aunque hay una gran incertidumbre ya que el municipio casi ha duplicado su población en los últimos 25 años. Además, la accesibilidad del municipio a elementos patrimoniales de interés como las playas y el Desert de les Palmes, su gran conectividad con otros núcleos neurálgicos de actividad económica y la menor densidad de población del municipio de Benicàssim en comparación con las principales ciudades de la provincia puede actuar como un reclamo para que se instale más población en el municipio.

1.3 Características Económicas

Benicàssim es un municipio con una fuerte dependencia del sector servicios y, en concreto, del turismo y la restauración. Es precisamente este sector de actividad el que más afiliados a la Seguridad Social tiene (75% de un total de 7.288 durante el primer trimestre de 2019) pero también el que más paro tiene asociado como puede verse en los datos de 2019 (79% del total a fecha de 31 de marzo de 2019) (Ilustración 8).

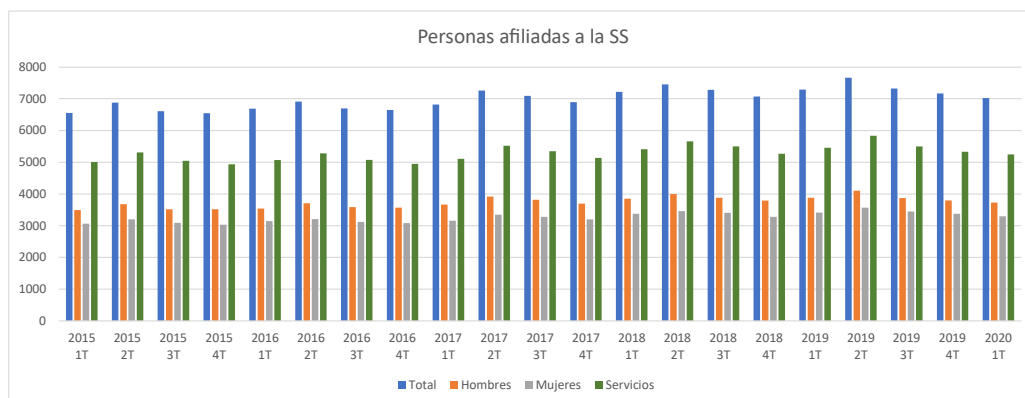
Ilustración 8. Empresas activas a principios de 2018 por sector de actividad y paro registrado en Benicàssim



Fuente: Ficha municipal de indicadores estadísticos multisectoriales del Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana.

El número de personas afiliadas a la SS ha ido creciendo paulatinamente desde 2015 (6.558) a 2019 (7.288), tal y como puede apreciarse en la siguiente figura. Así, el segundo trimestre es el que suele presentar un mayor número de afiliados dentro del periodo anual, mientras que hay más hombres que mujeres afiliadas a la SS a pesar de que el paro femenino suele ser superior (Ilustración 8).

Ilustración 9. Empresas activas a principios de 2018 por sector de actividad y paro registrado en Benicàssim

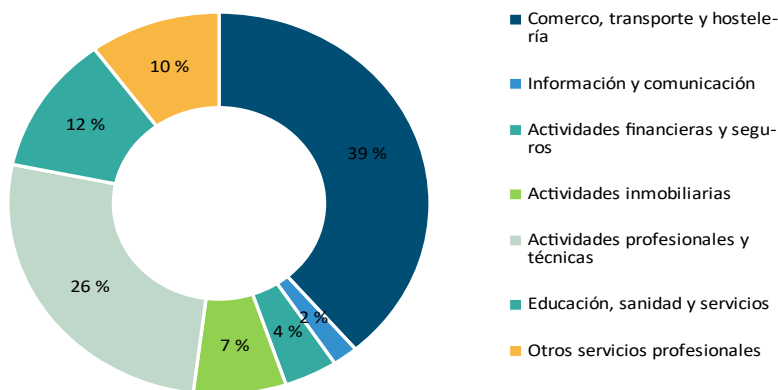


Fuente: Datos del Banco de Datos Territorial de la Comunitat Valenciana.

Según los datos hechos públicos por el Ministerio de Hacienda, la renta bruta media en el municipio de Benicàssim en 2017 fue de 35.851€, 2.117€ más que en el año 2016. Una vez descontada la liquidación por IRPF y lo aportado a la Seguridad Social, la renta disponible media se situó en 28.113€, 1.492€ más que en el año 2016. En 2017 Benicàssim se sitúa como el municipio con una mayor renta bruta media de la provincia de Castellón, y en la cuarta posición en la Comunitat Valenciana. Este aspecto es de gran importancia ya que la disponibilidad de recursos permite la realización de actuaciones ambiciosas en materia de turismo sostenible y constituye una ventaja como municipio en materia de integración de políticas ambiciosas de sostenibilidad y turismo.

Según datos del Ministerio de Trabajo e Inmigración se dispone de un total de 1.393 empresas, de las que más del 80% corresponden al sector servicios y en su mayoría, al comercio, transporte y hostelería.

Gráfico 2. Distribución de las empresas en el sector servicios en 2019



Fuente: argos.gva.es

La siguiente tabla muestra la distribución de empresas por sector de actividad en 2019.

Empresas por sector de actividad	% sobre el total en 2019
Industria	3,66 %
Construcción	8,47 %
Servicios	87,87 %

Fuente: argos.gva.es

1.4 Recursos Turísticos de Benicàssim

Benicàssim 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. En el presente capítulo, se aborda no tanto el análisis y situación actual de los recursos y atractivos del municipio, como su aprovechamiento y estructuración como producto turístico adecuado a las tendencias actuales del mercado.

Recursos Sol & Playa

La localización y características geográficas de Benicàssim hacen de este recurso la base sobre la que se sustenta el posicionamiento del destino. Benicàssim, es un destino de costa, que a su vez se integra en un destino más amplio, enmarcado en la Costa de Castellón.

Ilustración 10. Plano de las playas de Benicàssim.



Fuente: <https://rinconesbenicassim.wordpress.com/playas/>

La zona litoral de Benicàssim se extiende a lo largo de 7 km., y se divide, de norte a sur, en cinco playas (Voramar, Almadraba, Torre San Vicente, Els Terrers, y Heliópolis), que cuentan con los distintivos de Bandera Azul y la Certificación Medioambiental ISO 14001; además, las tres primeras cuentan con el sello de calidad, “Q”, Noma ISO 187001, y con el distintivo de “Compromiso de Calidad Turística” del SICTED.

Asimismo, las playas de Benicàssim disponen de accesos y pasarelas adaptadas; incluso en alguna de las playas se cuenta con personal cualificado, y con dotación de material para facilitar el acceso a personas con movilidad reducida.

- **Playa de Voramar**

Playa de fina arena y suave pendiente con numerosos servicios para su atención: vigilancia, limpieza, aseos públicos, y duchas, pasarelas de acceso, y también cuenta, en temporada de verano, con la presencia de monitores con el fin de acercar la oferta lúdica a

aquellos que quieran disfrutar de la playa más activamente. Dispone además, de puestos de alquiler de sombrillas, hamacas y patines.

Posee el distintivo de Bandera Azul de los Mares Limpios de Europa, y está certificada con la ISO 14001 y con la "Q" de calidad turística.

- **Playa de la Almadraba**

Es una playa también de fina arena y suave pendiente, y es accesible, dispone de pasarelas hasta la orilla, vestuarios, servicios y sillas anfibia con personal cualificado al servicio de todos aquellos bañistas que lo requieran. Posee puesto de sombrillas, hamacas y patines, y dispone de Escuela de Pesca y Biblioteca del Mar.

Cuenta con el distintivo de Bandera Azul de los Mares Limpios de Europa, las certificaciones de ISO 14001 y "Q" de calidad turística.

- **Playa del Torreón (Torre de Sant Vicent)**

Llamada así por la torre vigía (la Torre de Sant Vicent) que domina esta playa, una de las más concurridas durante todo el año, especialmente en el período estival. En ella se dan cita multitud de eventos diurnos y nocturnos durante toda la temporada estival, como el Festival de Habaneras o la Noche de San Juan, así como cine en la playa. También se realizan actividades de animación turística, gimnasia en la playa y numerosos campeonatos deportivos

Playa de fina arena y suave pendiente con numerosos servicios para su atención: vigilancia, limpieza, aseos públicos, y duchas, pasarelas de acceso, y también cuenta, en temporada de verano, con la presencia de monitores. Dispone de pistas de vole y juegos lúdicos para niños, así como puestos de alquiler de sombrillas, hamacas y patines

Posee el distintivo de Bandera Azul de los Mares Limpios de Europa, y está certificada con la ISO 14001 y con la "Q" de calidad turística.

- **Playa Els Terrers**

Playa regenerada en el año 2006, está recorrida en toda su longitud por pasarelas de madera que permiten dar largos paseos al borde de mar. En ella se encuentra también la Escuela de Vela de la Generalitat Valenciana en la que se imparten cursillos para todos aquellos que quieran iniciarse en el placer de la navegación a vela...

Cuenta con el distintivo de Bandera Azul de los Mares Limpios de Europa y la certificación ISO 14001.

- **Playa Heliópolis**

Recorrida por un extenso Paseo en donde se ubica la Biblioteca del Mar. Dispone además de un carril bicicleta que comunica Benicàssim con Castellón.

En temporada estival se llevan a cabo actividades como gimnasia en la playa y animación turística, así como actividades de ocio como cine en la playa. Posee un servicio de alquiler de sombrillas, accesos a la playa, duchas, hamacas y patines.

Asimismo, cuenta con una zona de embarcaciones y alquiler de tablas de surf; y esta distinguida con el distintivo de la Bandera Azul de los Mares de Europa, y la certificación ISO 14001.

Recursos Naturales

El municipio de Benicàssim cuenta también con un conjunto de recursos y atractivos naturales, entre los que, además de su litoral que posee un interesante valor paisajístico, cabe destacar el espacio natural conocido como el Desierto de las Palmas, declarado Paraje Natural en Octubre de 1989, que forma parte de cinco términos municipales: Cabanes, Benicàssim, la Pobla Tornesa, Borriol y Castellón de la Plana.

La superficie protegida ocupa un total de 3.200 ha., y su cota máxima corresponde al pico del Bartolo (729 m), desde donde se observa, en días claros, la Reserva Natural Marina de les Illes Columbretes.

Ilustración 11. Mapa del Parque Natural del Desierto de las Palmas



Fuente: Generalitat Valenciana. *Consejería de Territorio y Vivienda*. Elaboración propia.

La sierra transcurre en paralelo al litoral y cuenta con gran riqueza natural, histórica y social, siendo muchos los atractivos que posee en su entorno y que fueron determinantes a la hora de declararla paraje natural.

Las tierras del Desierto de las Palmas han estado pobladas desde el neolítico, aunque su historia comienza a ser relevante con la llegada de los Padres Carmelitas. La presencia de los Carmelitas ha legado dos de las construcciones más emblemáticas del paraje: el antiguo

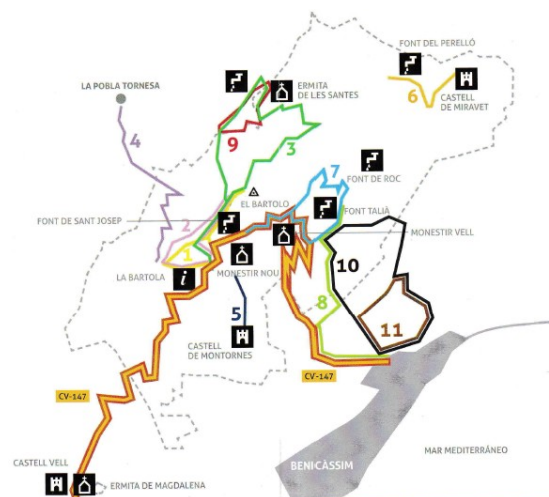
monasterio, del que sólo quedan sus ruinas al ser destruido por unas fuertes lluvias, y el monasterio nuevo, donde residen actualmente los monjes. Existen también otras construcciones religiosas, de menor entidad, que también se pueden observar en el parque, como las ermitas y los antros (oquedades donde se refugiaban los eremitas). Además el espacio natural cuenta con una serie de ruinas y construcciones de notable interés como son el castillo de Miravet, castillo de Montornés, y el castillo Viejo; así como la ermita de Les Santes y de la Magdalena.

En conjunto, El Desierto de las Palmas conforma un espacio de gran singularidad medioambiental y paisajística, y constituye un recurso turístico natural de notable importancia para Benicàssim.

En el área del Parque se localiza el Centro de Información de La Bartola, gestionado por la Generalitat Valenciana, en donde además de información del espacio natural hay un área de interpretación sobre el mismo. En la actualidad el centro es atendido de lunes a viernes, en horario de 9 a 14 horas, y en festivos y fines de semana, de 9:30 a 14 horas. El Centro cuenta con dos técnicos responsables de la información y la interpretación.

Desde el punto de vista de su aprovechamiento recreativo y de ocio, existen en el parque 10 rutas que permiten conocer y disfrutar con intensidad el espacio natural.

Ilustración 12. Rutas por el Parque Natural del Desierto de las Palmas



Fuente: Generalitat Valenciana. *Consejería de Territorio y Vivienda*. Elaboración propia.

Las rutas mencionadas, están clasificadas según su grado de dificultad, y se encuentran señalizadas, y balizadas. También existen en el Parque tres rutas cicloturisticas.

Dentro del programa oficial de Visitas Guiadas que organiza el Ayuntamiento de Benicàssim durante todo el año, contiene tres rutas que transitan por el Parque Natural: Ruta Las ermitas del desierto, y Ruta Senderismo al Castillo de Montornés, y Ruta de las Fuentes.

Cicloturismo

Asimismo, Benicàssim dispone de 8.287 metros de nuevo carril bici que sumados a los existentes, dan como resultado casi 15 km de carril adecuado al uso del ciclista que se organizan en dos Rutas Cicloturistas:

La primera es la "Ruta Vía Verde del Mar" Benicàssim-Oropesa, con una longitud de 5,6 Km (11,2 Km ida y vuelta) que se puede hacer a pie o en bicicleta, por existir un carril peatonal y otro para bicicletas, dispone de áreas de descanso, aparca bicis, y miradores en los que contemplar las singularidades paisajísticas de la ruta. La Ruta discurre por el antiguo trazado de la vía de ferrocarril que unía las localidades de Benicàssim y Oropesa, paralela a la línea del litoral, lo que le aporta su singularidad paisajística.

La segunda es la "ruta cicloturística y paisajística" con cuatro áreas de descanso y once paneles informativos, resultando, sin duda, una de las más impactantes de la Comunidad Valenciana, tanto por las áreas de descanso y por los paneles informativos con los que cuenta, como por el paisaje que se puede contemplar desde los diferentes puntos.

La ruta cuenta con cuatro áreas de descanso dotadas de aparca bicis, papeleras, panel de señalización informativa, mobiliario, las rutas son:

1ª Área: Jardí Torre Sant Vicent, ubicado en el parque recientemente remodelado con equipamiento y mobiliario suficiente para el descanso y la contemplación magnífica de la Torre del S. XVI junto a la playa del Torreón.

2ª Área: Frente a los campos de fútbol de la Avda Els Frares.

3ª Área: Junto al parque público Illa La Ferrera.

4ª Área: Camino La Ratlla.

Todos los tramos, tienen una anchura de entre 220 y 280 cm, convirtiéndola en la ruta más segura, pues además, en ningún tramo vehículos y bicicletas comparten calzada, lo que permite a la ruta contar con unos óptimos parámetros de uso. Asimismo, en algunos tramos se han instalado hitos cilíndricos y reflectantes en el suelo para garantizar la seguridad de los ciclistas.

Gastronomía

Otro de los recursos con los que cuenta Benicàssim, y que sin embargo no ha tenido, hasta el momento, un adecuado aprovechamiento turístico es la gastronomía tradicional vinculada a los productos autóctonos; tanto los del mar como los de la huerta, que conforman la base de una gastronomía rica, variada, y saludable, propia de la dieta mediterránea, tan de moda en la actualidad.

En términos generales, la gastronomía es un producto turístico en auge, poniendo de manifiesto su importancia como dinamizador del turismo en todos los destinos. Según el informe *El turismo gastronómico en España 2014*², el número de turistas que aducen motivos gastronómicos para visitar España fue de casi 8,3 millones en 2014, un 16% más que en 2013.

Por otra parte, el gasto atribuible al turismo gastronómico en España casi alcanzó los 9.000 millones de euros en 2014, un 12% más que en 2013. Esto representó un 14,3% del total de gasto de todo el turismo internacional que España recibió en 2014, frente al 13,6% en 2013.

En relación con la procedencia de los turistas extranjeros que visitaron España motivados por su gastronomía, EE.UU es el país con un mayor porcentaje de turistas sobre el total, un 19.6%, seguido de Francia con un 15,8%.

El gasto medio en gastronomía de los turistas gastronómicos es de 248,29 €, lo que representa el 8,5% sobre el total del gasto medio diario. Por procedencias, los turistas gastronómicos llegados de América Latina presentan un mayor gasto medio en concepto de gastronomía, de 418 €, seguidos de los de EE.UU. que registran un gasto de 390 €. En el extremo contrario encontramos a los turistas gastronómicos franceses, con 179 € y a los austriacos, con 184 €.

En una escala del 1 al 10, los turistas gastronómicos llegados a España manifiestan una satisfacción de 8,8 con el global de su estancia, mientras que los no gastronómicos tienen una satisfacción media del 8,4. Esta diferencia de satisfacción se mantiene para todas las CC.AA, y permite concluir que la gastronomía es un factor que aumenta la satisfacción media de los turistas que visitan España. Entre las comunidades autónomas con una mayor puntuación en satisfacción se encuentra la Comunidad Valenciana.

Por otro lado, el informe Food Tourism 2014³, realizado entre profesionales de España, Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, de los cuales el 69% son agentes de viajes y turoperadores, señala a España como líder del ranking europeo de destinos atractivos por su oferta gastronómica; siendo esta además, un factor clave para los turistas a la hora de elegir un destino turístico.

2

The Ostelea School of Tourism & Hospitality. El Turismo Gastronómico en España 2014.

3

The Blueroom Project. Food Tourism. Culinary experiences as a means of travelling and discovering countries. 2014.

Asimismo, el 82% de los profesionales consultados en este estudio valoró España como destino atractivo por su oferta gastronómica, por delante del Reino Unido (73%), Francia (60%), y Alemania (55%).

El informe analiza también las tendencias a nivel europeo del turismo gastronómico donde la mayoría de los viajeros, el 26% según los agentes consultados, opta por combinar gastronomía con itinerarios culturales; y el 25% prefiere conocer el destino y sus alrededores.

Entre las actividades de los viajeros atraídos por la gastronomía figuran visitar granjas y mercados de productores locales, y seguidamente de las compras de productos locales y los eventos relacionados con la comida y el vino.

En cuanto a la duración del viaje, este tipo de turismo se asocia más a escapadas o *city breaks de 2 o 3 días*, muy por encima de los viajes de una semana o de un día.

Finalmente, con respecto al perfil del turista, la mayoría son visitantes tienen entre 36 y 55 años (58%), seguidos de los viajeros que tienen más de 55 años (30%), y por último los viajeros entre los 20 y 35 (15%). Normalmente, los viajes son adquiridos por parejas (50%), seguido por grupos de amigos (18%) y asociaciones y grupos temáticos (15%).

Benicàssim cuenta con una oferta de restauración con un gran potencial, que se encuentra en un proceso de adaptación a las nuevas tendencias y a los requisitos que marcan las motivaciones y necesidades de la demanda turística actual. En este sentido, Benicàssim cuenta con una oferta de restauración con capacidad de competir, que precisa cohesionar el producto, comunicarlo y comercializarlo como valor añadido del resto de productos turísticos del destino. El diseño y creación del Club de Producto de Turismo Gastronómico, que se ha iniciado recientemente, constituye el impulso necesario para favorecer el desarrollo de este importante producto turístico.

Como prueba de la vocación gastronómica de Benicàssim, basta citar el evento gastronómico que se celebra con periodicidad anual, el día de las paellas, que se realiza dentro de las Fiestas de San Antonio Abad y Santa Águeda. Esta jornada, con más de 26 años de tradición, convierte a Benicàssim en referente culinario del plato típico valenciano por excelencia, la paella. En 2018 obtuvo la declaración de Fiesta de Interés Turístico Autonómico.

Por otro lado, en Benicàssim se celebran también eventos gastronómicos de gran interés organizados por la Asociación de Empresarios de Hostelería de Benicàssim, con la colaboración del Ayuntamiento de Benicàssim.



Por último, mencionar la existencia en Benicàssim de las Bodegas Carmelitano, productoras del licor carmelitano que los monjes que se establecieron en el Desierto de las Palmas elaboraban con hierbas medicinales del entorno, así como también vino elaborado con la uva moscatel cultivada en el municipio. En la actualidad la Bodega se localiza en el casco urbano de Benicàssim y cuenta con un museo y tienda para la venta de licor y vino.

Festivales y Eventos Culturales

Benicàssim se ha venido especializando en el desarrollo de festivales y eventos culturales con un componente musical. El festival de mayor relevancia es el FIB (Festival Internacional de Benicàssim), festival de música independiente, en el que además se celebran otras actividades culturales. Durante los 4 días de duración del festival, en torno a 200.000 visitantes se concentran en Benicàssim. Se celebra en el mes de julio.

Además de este festival, es también necesario mencionar el Rototom Sunsplash, el encuentro reggae más grande de Europa, que el año 2019 celebró la XXVI edición, y que durante los 7 días que dura el festival congrega en torno a más de 150.000 asistentes. Se celebra en el mes de agosto.

En la parte cultural, el Sunsplash se ha convertido con los años en un espacio de encuentro y debate en torno a los derechos civiles, al respecto a la diversidad, a los cambios sociales, etc.; dando voz a algunos de los más notables intelectuales de la escena internacional. Por su compromiso en el ámbito de la cultura de la paz, ha sido reconocido por la UNESCO como Evento Emblemático del Decenio Internacional por la Cultura de Paz. También su gran compromiso con el Medio Ambiente lo han hecho merecedor del galardón The Greener Festival Award.

También, hay que mencionar otros festivales y eventos culturales de gran interés, aunque con menos posicionamiento como:

- San San Festival, que se celebra en semana santa.
- Benicàssim Flamenco Fusión Gastro Festival, que se celebra en mayo.
- Benicàssim Blues Festival, que se celebra en el mes de junio.
- Benicàssim, ¡Torre a la Vista!, que se celebra en junio.
- So Lovely – Pop Up Market, se celebra en julio.
- Festival de Magia Imagina Benicàssim, se celebra en julio.
- Ciclo de Música Sacra, se celebra en el mes de julio.
- Cinemascore Benicàssim. Muestra de cine y música que combina la proyección de películas con actuaciones de música en directo que funcionan como banda sonora. Está organizado por la Universitat Jaume I con la colaboración del Ayuntamiento de Benicàssim desde que se creó en 2006.

- Festival de Habaneras, que se celebra en el mes de agosto.
- Festival Nacional de Bailes de Salón, que se celebra en agosto.
- BEF, Benicàssim Electronic Festival, se celebra en agosto.
- Certamen Internacional de Guitarra Francisco Tárrega, que se celebra en septiembre.
- Festival Lírico Ópera de Benicàssim, se celebra en el mes de septiembre.
- Festival de Teatro con Buen Humor, de junio a septiembre.
- Festival de Teatro Biblioteca del Mar, de junio a septiembre.
- Benicàssim POP. Es un proyecto musical impulsado con el objetivo de promocionar la música pop y rock creado en Benicàssim. Con el apoyo del Ayuntamiento, arrancó en 2011 en formato festival con muy buena acogida y ahora se desarrolla como ciclo en el Teatro Municipal.
- Festival Altres Musiques, que se celebra en la temporada de otoño – invierno.
- Música i Tardor, que se celebra en el mes de noviembre.

Además de estos eventos musicales y culturales, hay que destacar un evento que cuenta con una gran tradición en el municipio. Se trata del Benicàssim Belle Époque:

Es un evento que tiene como finalidad la puesta en valor turístico de uno de los recursos más relevantes, diferenciadores y singulares del municipio, la zona de las Villas de Benicàssim, construida en su mayor parte por la burguesía valenciana y castellonense a finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

La arquitectura de los edificios, las decoraciones cerámicas modernistas, los usos y costumbres de las primeras décadas de siglo, influenciadas por los acontecimientos históricos, fomentaron un momento de esplendor de las villas y de Benicàssim. Con todo ello, se busca crear un evento que dé a conocer el valor patrimonial y cultural de Benicàssim, focalizado en un espacio concreto y destacable como son las Villas.

Asimismo, es preciso destacar las **fiestas populares**, entre las cuales cabe destaca:

- Fiestas de San Antonio Abad y Santa Águeda. Romería de Santa Águeda.
- Día de las paellas (Fiesta de Interés Turístico Autonómico)
- Semana Santa de Benicàssim
- Corpus Christi. Durante el día del Corpus Christi se alfombran las calles por donde transcurre la procesión eucarística con flores naturales.
- La noche de San Juan
- Fiestas de Santo Tomás de Villanueva

- Romería a la Cruz del Monte Bartolo

Cabe destacar que el Ayuntamiento de Benicàssim, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y dada la importancia de los eventos desarrollados en el municipio, especialmente los festivales que congregan a gran número de asistentes, lanzó en 2017 una Guía para elaboración de eventos sostenibles, a fin de llevar a cabo un seguimiento y control de las variables ambientales, sociales y económicas derivadas de cada evento y de garantizar un legado positivo de cada uno de ellos en nuestro municipio.



Las consecuencias del cambio climático, el incremento de las desigualdades sociales y la crisis económica son cuestiones de actualidad muy importantes y que requieren de acciones inmediatas, tanto a nivel de organismos públicos como por parte de las empresas privadas. En este sentido, el Ayuntamiento de Benicàssim, consciente de la necesidad de incorporar los principios de sostenibilidad en todas las áreas municipales y a fin de integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas, publica esta guía para la realización de eventos sostenibles en el municipio, con el objetivo de garantizar la incorporación de aspectos de sostenibilidad en la organización de los eventos y a fin de disminuir los posibles impactos negativos producidos en las diferentes fases de la organización de los mismos.

La importancia de integrar el criterio de sostenibilidad en la realización de un evento se debe a su naturaleza para influir e impactar en tres aspectos fundamentales: los aspectos ambientales, sociales y económicos.

La presente guía se ha redactado con el objetivo de servir de orientación en la gestión de la sostenibilidad de los eventos realizados en el municipio de Benicàssim y para todos/as aquellos/as organizadores/as de eventos, entidades o personas interesadas en la realización y gestión de eventos de una forma sostenible.

Las directrices incluidas en la presente guía servirán de norte para organizadores/as de eventos en el municipio y les permitirán la integración de los criterios de sostenibilidad en la gestión completa de los mismos, desarrollando eventos que permitan la integración de los requisitos aportados por los grupos de interés del municipio, permitiendo la conservación del medio, garantizando la protección de los derechos humanos, fomentando la economía y la cultura local y sensibilizando a todos/as los/as asistentes.



Recursos Culturales (Historia y Patrimonio)

El turismo cultural constituye uno de los principales productos turísticos de España, situándose en el segundo motivo por el cual nos visitan los turistas; tal y como lo atestiguan los datos⁴, en 2018, algo más del 40% de los turistas extranjeros que visitaron el país, 33 millones, realizaron actividades culturales durante su estancia.

En cuanto al turismo nacional, algo más de 14 millones de turistas residentes en España realizaron en 2018 viajes principalmente por motivos culturales, que representa casi el 15% del total de viajes realizados por ocio, recreo, o vacaciones.

En relación con este importante mercado, Benicàssim no cuenta con un patrimonio histórico-monumental de relevancia, si bien posee recursos y atractivos que suponen un complemento para los turistas que visitan el municipio con otras motivaciones. Entre estos recursos, cabe destacar:

4

Ministerio de Educación, Cultura, y Deporte. Anuario de Estadísticas Culturales 2015. Turismo Cultural. Pp 157-168.

Las Villas

Ya mencionadas anteriormente, residencias construidas a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, en el paseo marítimo de Benicàssim, entre el hotel Voramar y la Torre de San Vicente. En conjunto se trata de 51 villas catalogadas, de las que 19 están señalizadas con paneles interpretativos.

La totalidad de estas construcciones son privadas, salvo una de las más señoriales, Villa Elisa, propiedad del Ayuntamiento y que en la actualidad se encuentra en un mal estado de conservación, aunque existen negociaciones entre el Ayuntamiento y la Consejería de Cultura de la Generalitat Valenciana para que próximamente se emprenda la rehabilitación de este recurso patrimonial, histórico, y turístico.

En la actualidad las Villas se pueden ver desde el exterior siguiendo la denominada Ruta de las Villas, que cuenta además con un servicio de audioguía gratuito, y que también se puede descargar en el Smartphone del usuario.

Ilustración 13. Plano de las Rutas de las Villas de Benicàssim.



Fuente: <https://turismo.benicassim.es/lugares/94/47156-ruta-de-las-villas>

Villa Elisa



Villa Victoria



Villa del Mar



Iglesia Parroquial de Santo Tomas de Villanueva.

- **La Torre de Sant Vicent.** Constituía una de las dieciocho torres vigía con que contaba lo que es hoy la provincia de Castellón, a lo largo de la costa, y que tenían como misión la vigilancia y defensa de sus costas de los ataques de corsarios. Data del siglo XVI.

Es de planta cuadrada, construida de mampostería concertada y angulares de sillar. Tiene un matacán aspillerado y en los esquinales de la parte posterior que da al mar, dos torrecillas circulares a la altura de la terraza. Se accede al interior por una sola puerta que se encuentra a un metro ochenta del nivel del suelo. En la actualidad hay un proyecto para adecuar su interior y permitir las visitas.

En 2018 el Ayuntamiento de Benicàssim realizó un proyecto de restauración y puesta en valor turístico, con la instalación de un elevador para facilitar el acceso a la parte superior de la torre, el desarrollo de un proyecto de interpretación en el que destaca el uso de realidad aumentada y realidad virtual.

- **El Monasterio Carmelita en el Desierto de las Palmas.** En el siglo XVII, los carmelitas, entre ellos Fray Antonio de Jesús María, destacado estudioso y conocedor de las hierbas aromáticas, llegaron a los montes del Desierto de las Palmas donde construyeron un monasterio.

Al convertirse en Casa Noviciado hubo que atender las necesidades de los novicios, sus estudios y formación y por este motivo pensaron en comercializar una bebida aromática, extraída de la infinidad de hierbas autóctonas de los montes del Desierto de las Palmas. En los sótanos del Monasterio se instalaron unos alambiques y hacia el 15 de octubre de 1896, se comercializaron las primeras botellas de este apreciado licor.

Dada la mala comunicación, se pensó en trasladar las destilerías a la villa de Benicàssim y en el año 1912 se fundaron las actuales bodegas y destilerías en las que, además de elaborarse el licor, se ha ampliado la gama de productos, conjugando antiguas directrices y recetas artesanas con las técnicas actuales más modernas.

El primitivo Monasterio del Desierto se encuentra en un llano entre barrancos, a unos 500 metros del actual. Su construcción tuvo lugar entre los años 1697 y 1733. El recinto tenía capacidad para albergar a veinticuatro religiosos en sus diferentes dependencias. Se hallaban entre ellas un peculiar claustro, aljibes, una hospedería y un palacio episcopal cuyos restos aún hoy se pueden apreciar. En 1783 una serie de lluvias torrenciales y movimientos de tierra perjudicaron seriamente la estructura del edificio, tras lo cual, los Carmelitas Descalzos se vieron obligados a abandonarlo, buscando una ubicación más segura.

En la actualidad el edificio se encuentra en ruinas, pero su emplazamiento posee una notable singularidad paisajística, con el mar Mediterráneo al fondo.

Tras el abandono de las antiguas dependencias, se comenzó la edificación del nuevo Monasterio donde hoy se encuentra. Su construcción tuvo lugar entre 1784 y 1791.

Eventos Deportivos

El turismo deportivo constituye un producto/mercado turístico de gran relevancia que se pone claramente de manifiesto en el Anuario de Estadísticas Deportivas 2019⁵ a partir de los datos obtenidos por el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), a través de las encuestas realizadas tanto al turismo nacional como al turismo extranjero que visita España (FAMILITUR, FRONTUR, Y EGATUR). En 2019, según estos estudios, 4,5 millones de turistas españoles se desplazaron por el país motivados principalmente por la actividad deportiva. Este resultado muestra un incremento del 10% con respecto al año anterior en el número de viajes realizados por los españoles, con la motivación principal del deporte.

Por otro lado, el 85% de los viajes realizados por los turistas españoles, por motivos vinculados al deporte, 3,9 millones de desplazamientos, se han realizado dentro de España. Y, con respecto a la duración de este, el 78% (3,6 millones) fueron de corta duración. El gasto total realizado por los turistas residentes en España en viajes por motivos vinculados al deporte fue, en 2019, de 1.152 millones de euros, registrándose un crecimiento del 10,5% respecto al año anterior.

Asimismo, en 2019, las entradas en España de turistas internacionales con el interés principal vinculado en el deporte fueron de 3,7 turistas, lo que representó el 4% del total de turistas extranjeros que visitaron España en dicho año por motivo de ocio y recreo; registrándose un crecimiento del 19% respecto al año 2018.

El gasto total realizado por los turistas extranjeros que visitaron España con un interés principal en el deporte fue de 1.214 millones de euros, que representa el 17.3% del gasto total que los turistas extranjeros hicieron en España en el período en cuestión, y que supuso un crecimiento del 24% con respecto al año 2018.

Benicàssim cuenta con un conjunto de instalaciones que permiten el desarrollo de eventos deportivos en el municipio, entre estas instalaciones cabe señalar:

- El Polideportivo Municipal, que cuenta con las siguientes instalaciones asociadas:
 - ✓ Pabellón de deportes.
 - ✓ Pistas de Tenis.
 - ✓ Pistas de Pádel.
 - ✓ Campo de Fútbol.
 - ✓ Piscina cubierta.
- Instalaciones deportivas en la playa.
- Campo de fútbol la Carrerassa.

5

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. *Anuario de Estadísticas Deportivas 2015*. Abril 2015.

A continuación, se hace referencia a algunos de los eventos deportivos celebrados en Benicàssim.

- 10.000 Metros Benicàssim
- CV Media Maratón Internacional de Benicàssim.
- II Campus Infantil Balonmano Semana Santa.
- Torneo Tenis Adolfo Mañas.
- Vuelta Ciclista a la provincia de Castellón.
- XIII Torneo Balonmano Playa.
- V 10 Km Playas de Benicàssim.
- Torneo de futbol Eliseo Salvador.
- II Summer Camp.
- XV Marcha al Bartolo.
- XV Circuito Open Futvoley Benicàssim.
- IV Campus Futbol Tecnificaciò.
- Escuela de Pesca.
- V Travesía a nado playas de Benicàssim.
- VII Torneo vóley playa 2x2.
- XVIII Torneo futbol juvenil Villa de Benicàssim.
- Trail Night –carrera de montaña-.
- Open Taekwondo.
- III Triatlón Olímpico Benicàssim.

Por otro lado, es importante destacar la presencia en Benicàssim de la marca INTURSPORT, que es la división deportiva de la cadena INTUR, que como se señaló en capítulos anteriores cuenta con varios establecimientos hoteleros en Benicàssim. La marca INTURSPORT es un agente operador que capta eventos deportivos que se celebran en las instalaciones con las que cuenta tanto en Benicàssim como en Castellón de la Plana.

- Campos de fútbol de hierba natural y artificial
- Centro Ciclista Profesional con servicio de alquiler y venta de bicicletas Ridley de alta gama
- Gimnasio Technogym de Alto Rendimiento
- Piscina Climatizada de 25 metros
- Pistas de Motocross y Enduro diseñadas por los mejores expertos
- Club de Padel con pistas de cristal

- Campos de Golf, Pista de atletismo, pistas de tenis, piscina olímpica de 50 metros, centro de paracaidismo, gokarts, etc.

Recursos Salud & Bienestar

Son cada vez más los turistas que, además de descansar y realizar actividades de ocio, desean mantener una vida saludable durante sus vacaciones. El turismo de salud & bienestar (turismo saludable) mantiene un crecimiento sostenido en los últimos 10 años, como resultado de un contexto social en el que se ha desarrollado una nueva conducta del Bienestar, caracterizada por una nueva consciencia de la salud, con un enfoque más preventivo, y que incluye una cultura alimentaria basada en conceptos dietéticos y saludables, así como la necesidad de tener una vida más activa y menos sedentaria.

El turismo saludable suele ser concebido como un concepto paraguas que se refiere a los viajes realizados con el propósito de obtener servicios que puede ir desde la evaluación, el diagnóstico, la curación, las cirugías, la rehabilitación, los tratamientos de cosmética y de bienestar tanto físico como mental, acompañados a su vez con actividades de ocio y recreativas en un destino. Dentro del turismo de salud se incluyen dos áreas: 1) **El turismo médico**, que se relaciona con aquellos viajes cuyo propósito es obtener tratamientos médicos de alta calidad, asequibles, accesibles y con breves tiempos de espera. 2) **El turismo de bienestar**, que está enfocado en algunos tratamientos estéticos y en tratamientos y terapias que buscan el bienestar físico y mental junto a la realización de actividades de ocio, relax y diversión en el destino

Es un mercado con un gran potencial, y entre los factores que lo apoyan cabe destacar:

- Por el envejecimiento de la generación del “baby boom” tratando de mejorar y alargar su vida.
- Cada vez más gente es consciente de que disfrutar de una buena salud y longevidad depende de nuestros propios hábitos de vida.
- Los productos destinados a nuestro bienestar se han hecho más competitivos en precio.
- La globalización abre la puerta a filosofías y creencias que abogan por un estilo de vida más saludable.

En los últimos años, los viajes vinculados al *turismo de salud*, a nivel mundial, alcanzan cifras cercanas a los 100 millones de personas, generando un gasto promedio de más de 20.000 millones de euros al año, en este aspecto España obtiene un ingreso de 420 millones de euros anuales, y entre 2013 al 2015, el *turismo de salud* tuvo un crecimiento cercano al 20%, porcentaje del que no baja.

El Turismo de Salud representa solo un 2% del total de la oferta turística a nivel internacional. Y dentro de esta porción, España despierta grandes intereses, favorecida por sus espacios naturales, factores climáticos y una fuerte cultura dedicada al Turismo. Cada turista con motivaciones principales relacionadas con el cuidado de la salud y el bienestar que visita España gasta en promedio unos 1500 euros por viaje. Y esta clase de turistas se caracterizan por no actuar de forma convencional, ya que pueden encontrarse en épocas que no necesariamente sean las de alta temporada.

Cataluña es la comunidad autónoma que mayor cantidad de Turismo de Salud concentra en España, con un 28% de los viajes. Posteriormente encontramos Andalucía con un 24%, y en un 3º lugar se ubica la Comunidad Valenciana con un 22%.

El Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020, a partir del análisis de los recursos, servicios, y productos con los que cuenta el municipio, propuso el “**turismo de salud & bienestar**” como uno de los productos de **alto potencial** con una notable capacidad para incrementar la notoriedad y el posicionamiento turístico de Benicàssim,

En el marco de esta propuesta estratégica, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim puso en 2020 en marcha el proyecto **Benicàssim Saludable**, una apuesta por el desarrollo de este importante mercado, aprovechando los recursos con los que cuenta el municipio:

- Las condiciones ambientales: climatología benigna (más de 300 horas de sol al año), calidad del aire, etc.
- Espacios Naturales Protegidos: El Desierto de las Palmas, Playas cuidadas y no masificadas.
- Entorno Urbano habitable y sostenible: movilidad urbana, paseo marítimo, carril bici, instalaciones deportivas, etc.
- Oferta turística: alojamientos, restauración, actividades turísticas.

Así mismo, Benicàssim cuenta con una oferta especializada orientada a este importante mercado:

- Los establecimientos hoteleros de la cadena INTUR, cuentan con tratamientos en piscina termal de agua marina que se completan con otros servicios e instalaciones idóneos.
- El hotel Termas Marinas el Palasiet, es un establecimiento especializado en tratamientos con talasoterapia.
- Kinesis Centro de Fisioterapia, es un centro de fisioterapia de referencia en el estudio y aplicación de diversas terapias.

Asimismo, es importante destacar la celebración en Benicàssim, con carácter anual, del Congreso Internacional de Body Wisdom, evento que reúne a distintos profesionales del

ámbito de las terapias con enfoques integrales hacia la salud y el bienestar, basados en la evidencia científica, con el objetivo de debatir, intercambiar y exponer sus conocimientos y experiencias.

Reuniones, Congresos, e Incentivos (MICE)

El “turismo de reuniones”, denominado también “turismo de reuniones, incentivos y congresos” o “MICE”⁶ puede definirse como la actividad económica que en los destinos genera la realización de congresos, convenciones, incentivos, jornadas, conferencias, asambleas, seminarios, cursos, y un largo etcétera de reuniones asimilables a éstas, convocadas por motivos profesionales o asociativos.

La amplísima variedad de eventos que se producen como consecuencia de la necesidad que tienen organizaciones y entidades de distinto tipo de comunicarse y relacionarse con diferentes públicos, en distintas circunstancias y por distintos motivos es el mercado del turismo de reuniones.

A pesar de su importante contribución a las economías nacionales en todo el mundo, una de las particularidades de esta actividad es que no cuenta con un marco conceptual definido y comúnmente aceptado que permita analizar con cierto rigor el tipo de actividades que comprende.

La disparidad de criterios existente es tan acusada que afecta incluso a la definición de la propia actividad de “reunión”, término para el que aún no se ha formulado una definición consensuada.

Esta dispersión en la delimitación del mercado afecta a la eficacia del sistema de recogida y tratamiento de la información y, por tanto, a la capacidad de las estadísticas y estudios que realizan distintos organismos de reflejar con cierto rigor la realidad de la actividad económica que este mercado genera en los destinos y su demanda.

Las organizaciones que constituyen la demanda de este mercado pueden agruparse en tres grandes grupos.

- a. Asociaciones, colegios profesionales y organizaciones similares que componen el segmento de mercado llamado “asociativo”
- b. Administraciones y organizaciones públicas que conforman el segmento “público o gubernamental”
- c. Empresas que constituyen el segmento llamado “corporativo”

6

Acrónimo de “Meeting, Incentives, Conventions and Exhibitions”

Por lo que se refiere a las reuniones que esta demanda genera, a efectos prácticos pueden diferenciarse las siguientes modalidades:

Reuniones tipo congreso: reuniones abiertas a la participación mediante inscripción, que suelen contar con patrocinio e incluir exposición comercial y actividades diversas (conferencias, mesas redondas, paneles, seminarios, simposios, etc.) y en las que los participantes deciden voluntariamente su asistencia haciéndose cargo de sus gastos (salvo subvención o invitación).

Este tipo de reuniones son promovidas fundamentalmente (aunque no únicamente) por asociaciones, colegios profesionales y organizaciones similares para las que la organización de reuniones significa una fuente de financiación adicional (y a menudo muy importante) a las cuotas de socios y otros ingresos. En consecuencia, la organización promotora busca obtener la máxima respuesta del colectivo al que se dirige la propuesta de reunión y el número de asistentes supone un indicador de su éxito.

Reuniones tipo Convención: reuniones en las que la organización promotora decide todos los aspectos referidos a la reunión que quiere celebrar incluyendo quienes serán los asistentes (convocatoria cerrada) y además paga los gastos. Este tipo de reuniones tiene una participación muy importante en el conjunto del mercado de los viajes promovidos por empresas e instituciones de distinto tipo. Dependiendo de su finalidad y público objetivo de la convocatoria puede tratarse de reuniones formativas (cursos, jornadas, seminarios...), informativas (presentaciones de resultados, objetivos, nuevas políticas), de análisis (paneles, consejos, etc.).

Incentivos y eventos de marketing: responden al mismo esquema que las denominadas convenciones en cuanto a que quien promueve este tipo de actos es quien decide todos los aspectos relacionados con la celebración del evento y corre con todos los gastos, pero se diferencian en la motivación y los requerimientos para su organización.

Los viajes de incentivo son promovidos fundamentalmente por empresas y estar dirigidos a comunicarse y generar una respuesta o actitud en sus públicos internos (directivos, empleados, distribuidores, comerciales, etc.).

Los incentivos tienen un componente lúdico importante y aunque suele celebrarse alguna sesión de trabajo, las exigencias en cuanto a equipamiento específico para reuniones son mucho más laxas que en las reuniones tipo convención. Los incentivos se emplean como herramienta para premiar y motivar al equipo humano de las organizaciones.

El Informe de Turismo de Reuniones de 2018 del Spain Convention Bureau (SCB) —último informe presentado hasta la fecha—, cifra en un total de 25.804 las reuniones celebradas en España, un 3,4% más respecto al año anterior. Los asistentes a dichas reuniones superaron los 4 millones y el número medio de participantes por reunión aumentó en un 4,1 % en comparación con 2017.

Desglosando la oferta total de reuniones por tipología, más de la mitad fueron Jornadas, cerca de una quinta parte han sido a Congresos y casi un tercio, Convenciones.

En este sentido, es importante destacar, por tanto, el predominio de eventos de pequeño tamaño (no más de 200 asistentes), y que además estas tipologías muestran una tendencia de crecimiento, todo lo cual se ajusta a las características de la oferta de Benicàssim.

En este sentido, Benicàssim cuenta con un equipamiento apto para la celebración de reuniones y congresos, en el que cabe destacar:

Tabla 1. Equipamientos para reuniones y congresos en Benicàssim.

Equipamiento	Capacidad (pax)
Casa Abadía (2 salas)	58
Cine-Teatro municipal	380
Casa de Cultura (sala de conferencias)	64
Espai de la Música (auditorio)	200
Jardines K'sim (Salón acristalado)	500
La Ópera Benicàssim (2 salones)	800

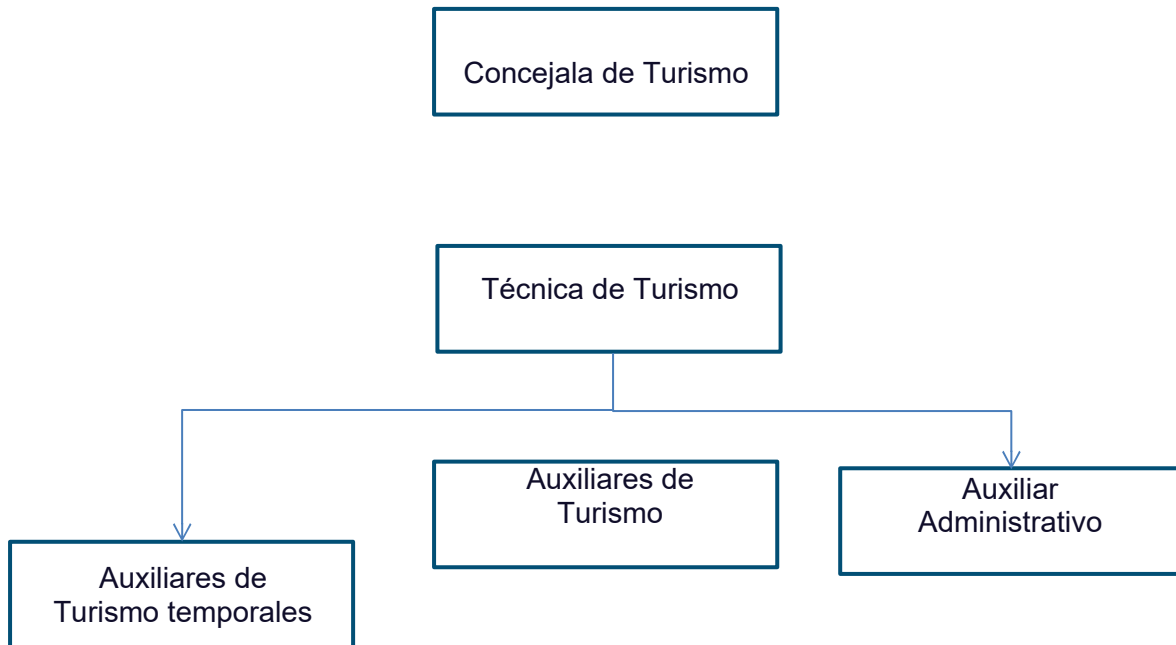
Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

A estos equipamientos hay que sumar el que disponen los establecimientos hoteleros de Benicàssim, que representan una parte importante de la oferta disponible para el mercado de reuniones y congresos.

En términos generales, hay que señalar, finalmente, el potencial que Benicàssim tiene con respecto al turismo de reuniones, debido principalmente a su carácter de destino de costa, con una buena conectividad, cómodo y tranquilo, y con recursos turísticos interesantes para complementar la asistencia a una reunión o congreso.

2. La gestión del turismo del destino.

La gestión turística del municipio de Benicàssim se lleva a cabo a través de la Concejalía de Turismo. El área específica de Turismo tiene el siguiente organigrama.



Las funciones del Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim son:

En relación con el ÁREA DE MERCADO

- a) Oficinas de Turismo Central y Temporales en playas.
- b) Planificación y Gestión de la Promoción Turística de Benicàssim.
- c) Actualización Bases de Datos
- d) Fomento, Redacción y Actualización de Publicaciones Turísticas
- e) Gestión y difusión de la Oferta Turística en Soportes Electrónicos y Audiovisuales
- f) Fomento, Programación, Coordinación y Difusión de Eventos y Actividades Turísticas
- g) Gestión y Difusión de Imagen de Marca
- h) Marketing y Comunicación Externa
- i) Elaboración de encuestas a la demanda

En relación con el ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN

- a) Gestión y Tramitación de expedientes relacionados con Turismo y Ocio
- b) Gestión Económica del Área de Turismo
- c) Contratos Menores relacionados con el área.

- d) Subvenciones de Turismo
- e) Coordinación del Personal de Turismo
- f) Formación Turística
- g) Diseño de Nuevos Productos Turísticos
- h) Gestión de la Calidad: Implantación Norma Q de Calidad Turística Española y gestión del Sistema de Calidad Turístico en Destino (SICTED)

En relación con el CONSEJO SECTORIAL DE TURISMO

- a) Coordinación con el Sector Privado
- b) Promoción y Marketing Turístico
- c) Gestión y Difusión de Imagen de Marca
- d) Asistencia Técnica a los órganos del Patronato de Turismo: Juntas Generales y de Gobierno

En relación con el **SICTED**, el Área de Turismo es la responsable de la gestión. En la actualidad el municipio de Benicàssim cuenta con 41 empresas distinguidas.

Tabla 2. Empresas distinguidas con SICTED en el municipio de Benicàssim, según oficio.

Oficios	Nº de empresas distinguidas
Oficina de Turismo	1
Playas	3
Bodegas	1
Guías Turísticos	1
Comercios	2
Campings	2
Hoteles	10
Parque de ocio	1
Parque Natural	1
Restaurantes	10
Bares y cafeterías	3
Turismo activo	1
Turismo de bienestar	1
Viviendas Uso Turístico	4
Total	41

Fuente: Secretaria de Estado de Turismo. SICTED Calidad Turística. Elaboración propia.

Con el objetivo de favorecer la participación del conjunto de agentes económicos y sociales relacionados con el turismo en Benicàssim, se constituyó en 2013 el denominado "**Consejo**

Sectorial de Turismo" como órgano colegiado para la participación, estudio y debate de todos los asuntos relacionados con la actividad turística del municipio. El objetivo del "Consejo Sectorial de Turismo" es impulsar la participación de los agentes sociales relacionados con la actividad turística en el desarrollo político, social, laboral, medioambiental, de sostenibilidad, económico y cultural de Benicàssim.

Para cumplir el objetivo mencionado el Consejo llevara a cabo las siguientes tareas:

- (i) Participación en el diseño municipal de una política transversal amplia del Turismo, basada en un programa que debe intentar integrarse en todos los ámbitos de la gestión municipal.
- (ii) Asesorar al Ayuntamiento, agentes sociales, empresas, etc. en temas de iniciativas sobre turismo y en temas de legislación.
- (iii) Potenciar la imagen de calidad turística y medioambiental de Benicàssim, mediante el desarrollo de los recursos y atractivos turísticos en el destino, así como el embellecimiento del entorno turístico y medioambiental, elaborando propuestas específicas a las diferentes concejalías municipales, instituciones u organismos en estas materias.
- (iv) Velar por el cumplimiento del Plan Municipal de Turismo y propiciar la realización de debates, jornadas, trabajos de investigación y todas aquellas actuaciones que contribuyan a impulsar y mejorar la actividad turística.
- (v) Potenciar la participación de las empresas y agentes sociales implicados en los asuntos municipales y fomentar el asociacionismo para la defensa de sus intereses.
- (vi) Analizar y estudiar los problemas turísticos, las carencias de la oferta de alojamiento y la oferta complementaria, proponiendo las medidas para solucionarlos.
- (vii) Proponer actividades de promoción y comercialización del producto Benicàssim, con una oferta diversificada.
- (viii) Ser cauce para la realización de actividades encaminadas a la investigación, estudio y desarrollo del fenómeno turístico en Benicàssim.
- (ix) Establecer relaciones de intercambio con toda clase de instituciones y entidades de tipo turístico, tanto nacionales como extranjeras, para el enriquecimiento, mejor conocimiento y desarrollo de las empresas dedicadas a la actividad turística.
- (x) Ser cauce de difusión de campañas de sensibilización ciudadana relacionadas con los aspectos socio-culturales del turismo y la recepción de visitantes.
- (xi) Aquellas otras tareas tendentes a conseguir la participación, estudio y debate de todos los asuntos relacionados con la actividad turística.

El Consejo Sectorial de Turismo cuenta con representación de los siguientes sectores y productos:

- Hoteles
- Camping
- Turismo Residencial / Apartamentos Turísticos
- Turismo de Salud
- Agencia de Viajes
- Receptivos/Visitas guiadas
- Turismo Deportivo
- Turismo de Aventura y Ocio
- Turismo de Congresos
- Turismo de Festivales
- Comercio
- “Fundación Desierto de Las Palmas
- El Director del Parque Natural Desierto de Las Palmas

Asimismo están presentes en el Consejo, además de la concejalía de Turismo y el Técnico de Turismo del municipio, los concejales delegados de Festivales, Deportes y Cultura; así los representantes de los grupos políticos con representación municipal.

3. Diagnóstico Turístico de Benicàssim

Hasta febrero de 2020, la evolución del turismo situaba a la industria del turismo y los viajes entre los primeros sectores económicos del mundo. El turismo mundial generó en 2019 más de 1.460 millones de viajes internacionales y casi 1,5 billones de dólares USA de ingresos por turismo internacional.

En España, el turismo representaba, si no el principal, uno de los principales sectores de actividad, con una contribución al PIB de casi un 14% y una concentración de casi el 15% del empleo total.

A nivel regional y local, es una de las actividades capaces de dinamizar la economía lo que propicia el desarrollo de un entorno cada vez más competitivo obligando a los destinos a avanzar por la senda de la innovación y la diferenciación.

En este marco competitivo, la planificación estratégica y participativa adquiere todo su valor por cuanto permite estructurar una visión común para el destino que enfrente los cambios previstos por las tendencias del mercado, considerando las perspectivas de los agentes implicados en el sector, contribuyendo a facilitar la adecuación de la cadena de valor del turismo a los requerimientos de la demanda turística.

En relación con la planificación estratégica del turismo, el municipio de Benicàssim cuenta con una amplia experiencia que tiene su precedente inmediato en el Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020 que ha consolidado la tendencia de crecimiento del turismo en el municipio, incrementando la competitividad de sus productos y empresas, y sentando las bases para la transformación de Benicàssim en un Destino Turístico Inteligente.

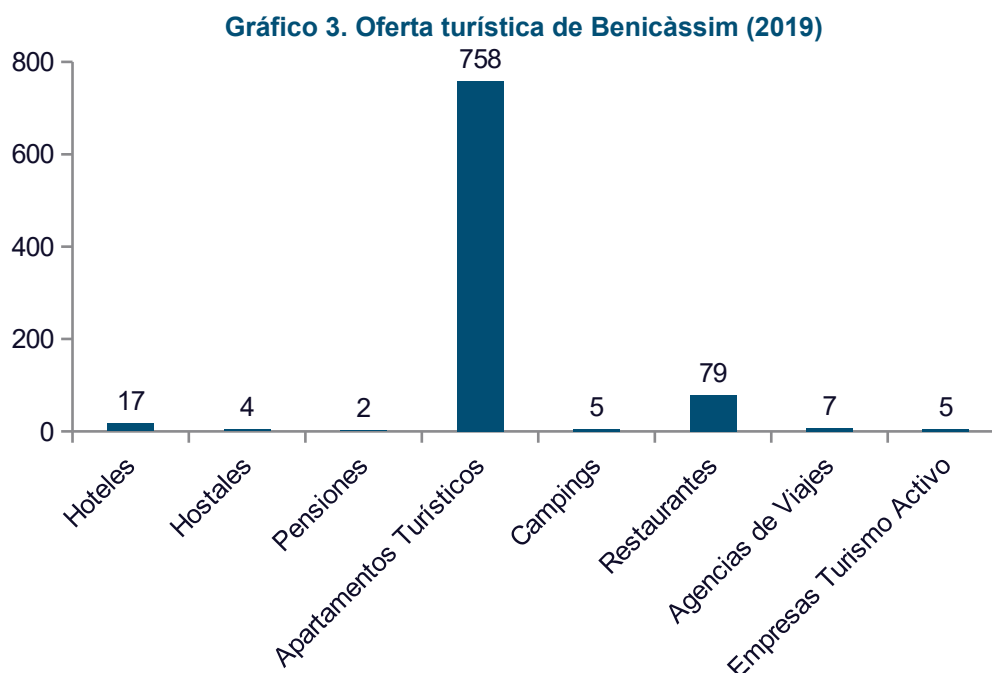
En términos generales, los diferentes ámbitos que conforman el sistema turístico de Benicàssim y contribuyen a configurar su posición como destino, se enfrentan a nuevos retos relacionados con la dinámica propia del sector y con factores internos como el uso turístico de patrimonio cultural y natural o la armonización de la convivencia entre residentes y turistas.

A esos retos hay que sumar la necesidad de responder a los cambios y tendencias que se perciben en la industria turística entre las que sobresalen: el incremento de la competencia, por la incorporación de nuevos destinos y productos; los cambios en la demanda, cada día más exigente y conectada; y el desarrollo de un marco tecnológico cada día más disruptivo. Todo ello aconseja reorientar el propio modelo de territorio.

A continuación, se analizan los diferentes ámbitos que definen el carácter turístico de Benicàssim.

3.1 Oferta Turística de Benicàssim

La oferta turística de Benicàssim está conformada, en 2019, por un total de 877 empresas/establecimientos que constituyen el tejido productivo directamente relacionado con la industria turística del municipio.



Fuente: Agencia Valenciana de Turismo "Oferta turística municipal y comarcal de la Comunidad Valenciana. 2019. Elaboración propia.

El porcentaje más elevado de empresas/establecimientos corresponde a apartamentos turísticos, que representan el 86% de los establecimientos, si bien, en términos de oferta representa el 41% de la capacidad de alojamiento turístico del municipio.

Asimismo, Benicàssim posee un total de 23 establecimientos hoteleros (hoteles, hostales y pensiones), que representan el 29% de la capacidad alojativa. Y, también cuenta con 5 campings, que representan el 30% de la capacidad en alojamientos turísticos de Benicàssim.

Con respecto a otros componentes de la oferta, Benicàssim cuenta con 79 restaurantes, de los que un porcentaje elevado está principalmente orientado hacia los residentes. Posee también 5 Agencias de Viajes, de carácter principalmente emisor, aunque también en algún caso realizan labores de receptivo; y 5 empresas censadas de turismo activo.

Alojamiento Turístico

El municipio de Benicàssim, conforme a los datos del informe *Oferta Turística de los Municipios y Comarcas de la Comunitat Valenciana*, en 2019 dispone de **786 establecimientos de alojamiento turístico reglado**, que en conjunto suman **10.037 plazas**, con un predominio de la capacidad alojativa de los apartamentos, y un reparto muy similar entre establecimientos hoteleros, y campings.

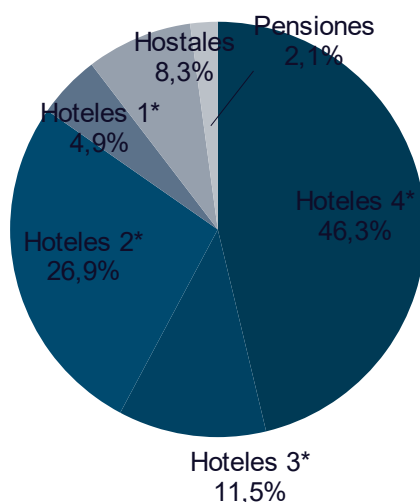
Establecimientos Hoteleros

En relación con la oferta hotelera, que conforme a los resultados anteriores constituye una de las principales ofertas de alojamiento turístico del municipio, Benicàssim cuenta con un total de 23 establecimientos hoteleros de los que el 65% pertenecen a la tipología de hoteles, y el 35% restante se reparte entre las tipologías menores de hostales y pensiones.

En conjunto, la oferta de los establecimientos hoteleros suma un total de 2.802 plazas, de las que el 85% (2.381 plazas) corresponden a los hoteles del municipio. En cuanto a su distribución por categorías, se observa un claro predominio de las plazas en establecimientos hoteleros de categoría superior y medio (4 y 3 estrellas); el 36,26%, pertenecen a hoteles de 4 estrellas; seguidamente los hoteles de 3 estrellas aportan el 27,62% de las plazas ofertadas. Por su parte, los hoteles de 2 estrellas representan el 15,92% del conjunto de las plazas hoteleras, y los de 1 estrella suponen el 5,17%.

Por último, señalar que los establecimientos hoteleros de tipología hostales y pensiones, representan el 15% del total de plazas en establecimientos hoteleros del municipio de Benicàssim, sumando en total 421 plazas.

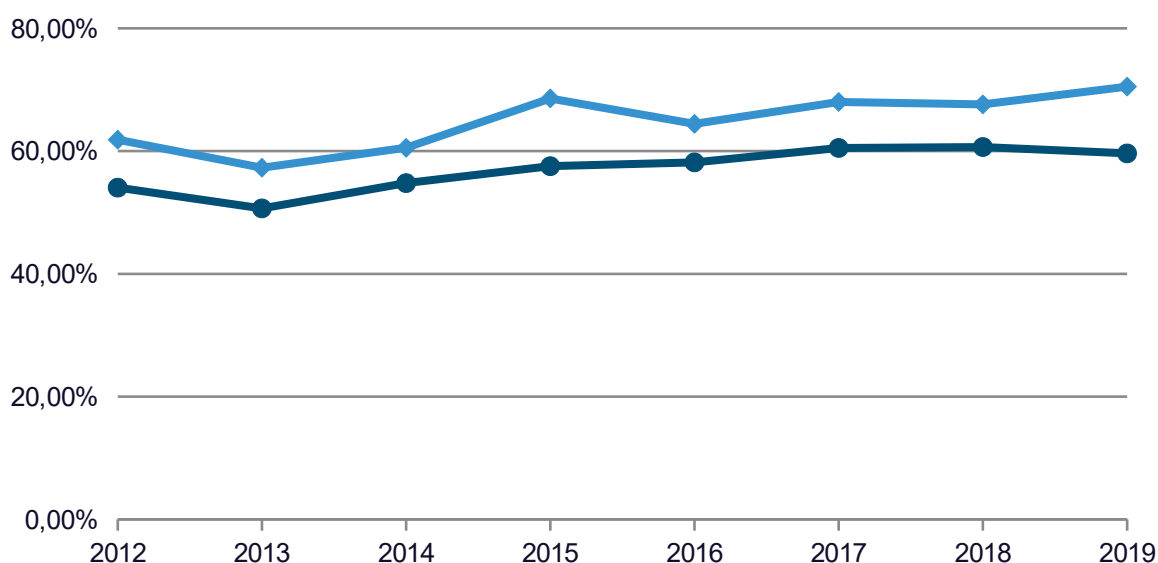
Gráfico 4. Distribución de las plazas de los establecimientos hoteleros de Benicàssim, según su categoría (2019).



Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

Los hoteles del municipio de Benicàssim, presentan en 2019 un grado de ocupación media anual por plaza del 59,62%, y del 70,50% durante *el fin de semana*; datos de ocupación superiores a los registrados para el conjunto de la Costa de Castellón, que registró en el mismo período una ocupación media por plaza del 56,30%, y por plaza en fin de semana del 65,60%; y también por encima de la obtenida para el conjunto de la provincia de Castellón, con un grado de ocupación por plaza del 52,36%, y por plaza en fin de semana del 62,03%.

Gráfico 5. Ocupación de los establecimientos hoteleros de Benicàssim, por plaza y por plaza en fin de semana. (2012-2019)



Fuent

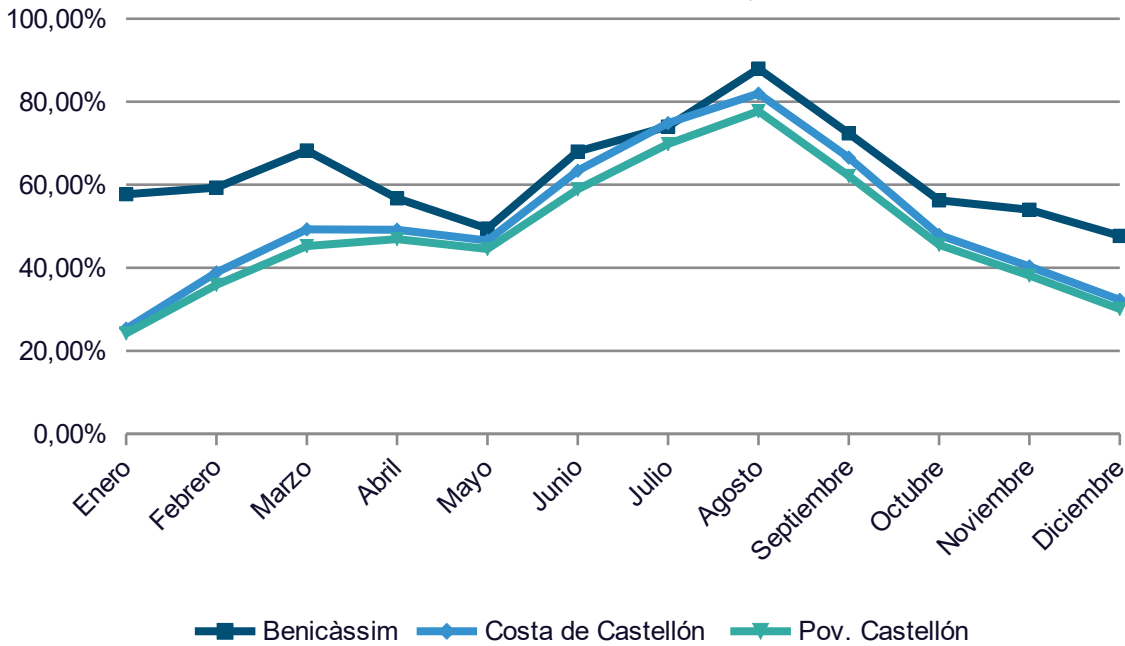
e: INE. *Encuesta de Ocupación Hotelera*. Elaboración propia.

En cuanto a la distribución de la ocupación a lo largo del año, los establecimientos hoteleros de Benicàssim continúan mostrando una marcada estacionalidad, con algo más del 60% de las pernoctaciones en la temporada estival (entre los meses de julio a septiembre), período en el que se obtienen los mejores datos de ocupación y especialmente en el mes de agosto, en el que se concentra el máximo de ocupación, del 88%.

En comparación con la distribución de la ocupación hotelera en la *Costa de Castellón*, y en los hoteles del conjunto de la provincia, Benicàssim presenta mayor ocupación en los meses menor afluencia turística (otoño e invierno), registrando por tanto una menor estacionalidad.

Como respuesta a la estacionalidad de la demanda, la oferta de plazas en establecimientos hoteleros de Benicàssim varía durante los meses del año; de tal forma que entre los meses de noviembre a enero se mantiene operativa menos del 20% de la oferta de plazas; entre febrero y marzo, se incrementa a casi el 50% de las plazas, y solo entre los meses de junio a septiembre se encuentra operativa prácticamente el 100% de la oferta de plazas en los establecimientos hoteleros de Benicàssim.

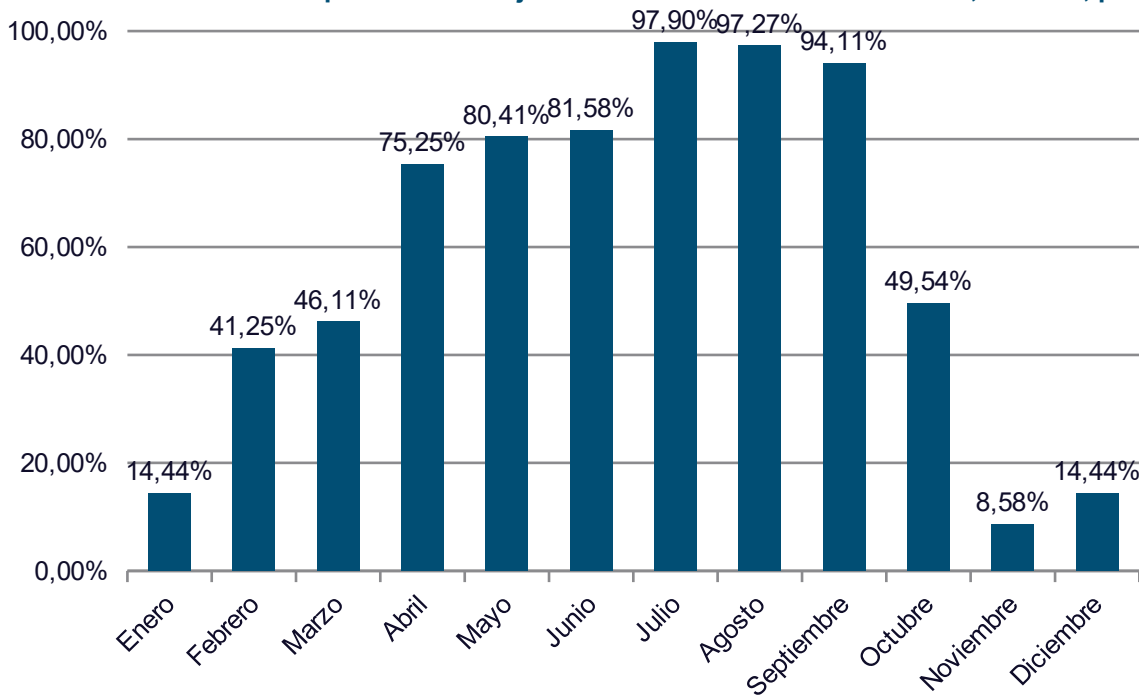
Gráfico 6. Distribución por meses de la ocupación en los hoteles de Benicàssim, Costa de Castellón y Provincia de Castellón, en 2019.



Fuente:
Datos de la
Oficina de
Información

Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

Gráfico 7. Plazas disponibles en alojamientos hoteleros de Benicàssim., en 2019, por meses.



Fuente: Datos de la Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

Con respecto a la **rentabilidad hotelera** que registran los establecimientos del municipio de Benicàssim, en 2015, conforme a los datos del *Barómetro de la Rentabilidad de los Destinos Turísticos Españoles –Balance de 2019, realizado por EXCELTUR*, el ADR (Tarifa Media Diaria) ha sido de 78,7 €, registrando un incremento de 4,8% con respecto al año anterior.

El ADR obtenido en Benicàssim es inferior al registrado para el conjunto de la Costa de Castellón, de 83,1 €, y superior al de la Comunidad Valenciana, de 73,37 €; mientras que para el conjunto de los destinos vacacionales de España fue de 96 €. En síntesis, estos resultados reflejan una posición muy competitiva de los establecimientos hoteleros de Benicàssim en cuanto al precio medio por habitación disponible.

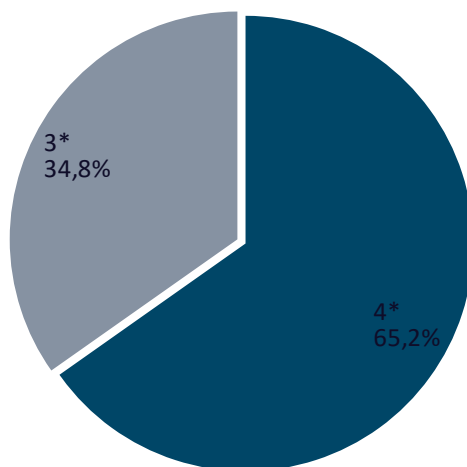
Por su parte, el RevPar (Ingreso medio diario por habitación disponible) de los establecimientos hoteleros de Benicàssim fue de 49,6€, lo que supone un descenso de 0,8% con respecto al 2018. En este sentido el indicador obtenido está ligeramente por debajo del registrado para el conjunto de los establecimientos de la Costa de Castellón, de 50,9 €, y del conjunto de la Comunidad Valenciana, de 50,56 €; y claramente por debajo de la rentabilidad obtenida para el conjunto de los destinos vacacionales de España, de 75 €.

Campings

Benicàssim cuenta con 5 campings que en conjunto suman 2.939 plazas, que suponen el 13,7% del total de plazas de campings de la provincia de Castellón.

En relación con su categoría, 2 se encuadran dentro de la categoría 1ª, y concentran el 62% de las plazas de alojamiento de esta tipología, y el resto de los campings, 3 congregan el 35% de plazas restantes.

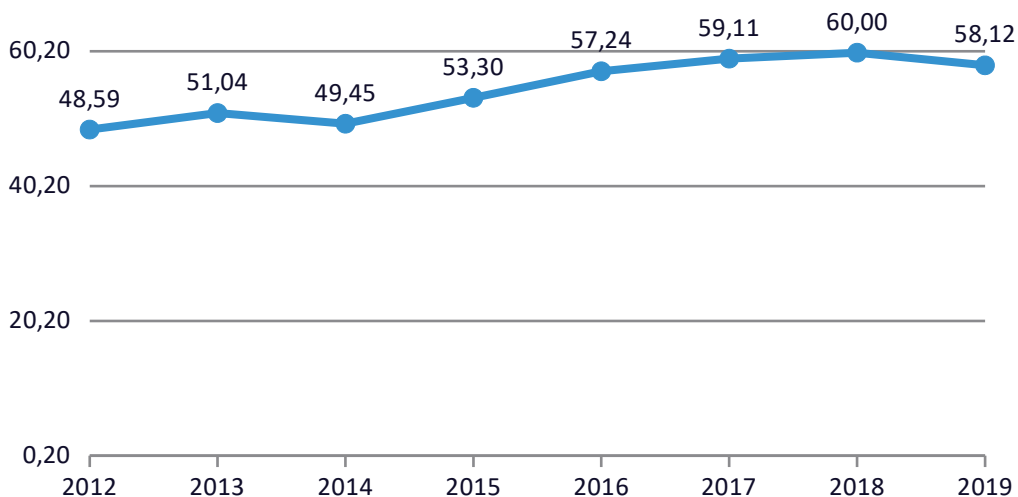
Gráfico 8. Plazas en los Campings de Benicàssim, según categoría (2019)



Fuente: Agencia Valenciana de Turismo “Oferta turística municipal y comarcal de la Comunidad Valenciana. 2015. Elaboración propia.

La ocupación media de los campings de Benicàssim en 2019 ha sido del 58,12%, superior a la ocupación media registrada en la Costa de Castellón, del 47,42%, y de algunos de sus destinos de mayor relevancia, como Oropesa, en donde la ocupación media de los campings ha sido del 51,78%, o Peñíscola, con una ocupación media del 39,99%.

Gráfico 9. Grado de ocupación de los Campings de Benicàssim (2012-2019)



Fuente: Datos de la Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

En cuanto a la distribución de la ocupación en los Campings, al contrario de lo que ocurre con los establecimientos hoteleros, se observa una menor estacionalidad, si bien el mes de agosto es el período de máxima ocupación, destacando también el repunte de la ocupación en el mes de octubre, así como en menor medida, en los meses de enero y febrero; en gran medida debido, por un lado a un mayor porcentaje de turistas extranjeros entre los turistas alojados en esta tipología de establecimientos, y a las condiciones climáticas favorables del municipio.

No obstante, al igual que sucede con los establecimientos hoteleros, las plazas disponibles varían a lo largo del año. En este sentido, los campings de 4 estrellas mantienen operativa el 100% de su capacidad, mientras que los de 3 estrellas, solo funcionan entre los meses de abril a octubre.

Apartamentos Turísticos

Benicàssim cuenta con un total de 758 apartamentos turísticos de categoría estándar, que en conjunto suman un total de 4.145 plazas, lo que representa el 5,7% del total de plazas de apartamentos turísticos en la Costa de Castellón.

Hostelería

El municipio de Benicàssim conforme a los datos del informe *Oferta Turística de los Municipios y Comarcas de la Comunitat Valenciana 2019*, cuenta con un total de 79 Restaurantes, que en conjunto suman más de 5.681 plazas, la mayor parte de ellas, 99%, correspondiente a restaurantes de 3ª categoría.

Es importante destacar que una buena parte de la oferta de restauración, y del resto de oferta de hostelería, del municipio, al igual que sucede en la totalidad de los destinos turísticos, posee una visión de negocio orientada hacia la demanda doméstica, es decir hacia los residentes en el municipio, principalmente por su localización fuera de los circuitos de flujo turístico, y por tanto no se consideran propiamente como parte de la oferta turística del destino. También es importante señalar que buena parte de la oferta de restauración y hostelería ubicada en la zona turística del municipio solo está operativa en los períodos festivos del año y en el período estival.

Otra oferta turística

Por otro lado, Benicàssim cuenta con una oferta comercial con vocación turística. En este sentido, cabe destacar la existencia de una asociación de comerciantes que forma parte del Consejo Sectorial de Turismo de Benicàssim, siendo destacable la presencia de algunos comercios entre los distinguidos con el distintivo de *Compromiso de Calidad Turística* del SICTED.

Asimismo, Benicàssim cuenta con tres Oficinas de Información Turística del Ayuntamiento de Benicàssim, y que están integradas en la Red Tourist Info, impulsada por Turisme Comunitat Valenciana.

La Oficina de Información principal está situada en el caso urbano de Benicàssim, en Casa Abadía. Está abierta durante todos los días del año (salvo los días festivos de navidad y las festividades del municipio), en horario de mañana y tarde. Esta oficina cuenta con las certificaciones de calidad turística “Q” y también posee el distintivo de Compromiso de Calidad Turística del SICTED.

Las otras dos Oficinas de Información Turística, la situada en la playa de la Torre de Sant Vicent y la situada próxima a la playa de Heliópolis, prestan sus servicios entre los meses de junio a octubre y durante semana santa.

Conclusiones:

Del conjunto de aspectos analizados sobre la oferta turística del municipio de Benicàssim, cabría destacarse las siguientes conclusiones.

- Concentración de plazas en hoteles de categoría superior (4 estrellas), y media (3 estrellas), que en conjunto casi representan el 58% de las plazas hoteleras existentes.

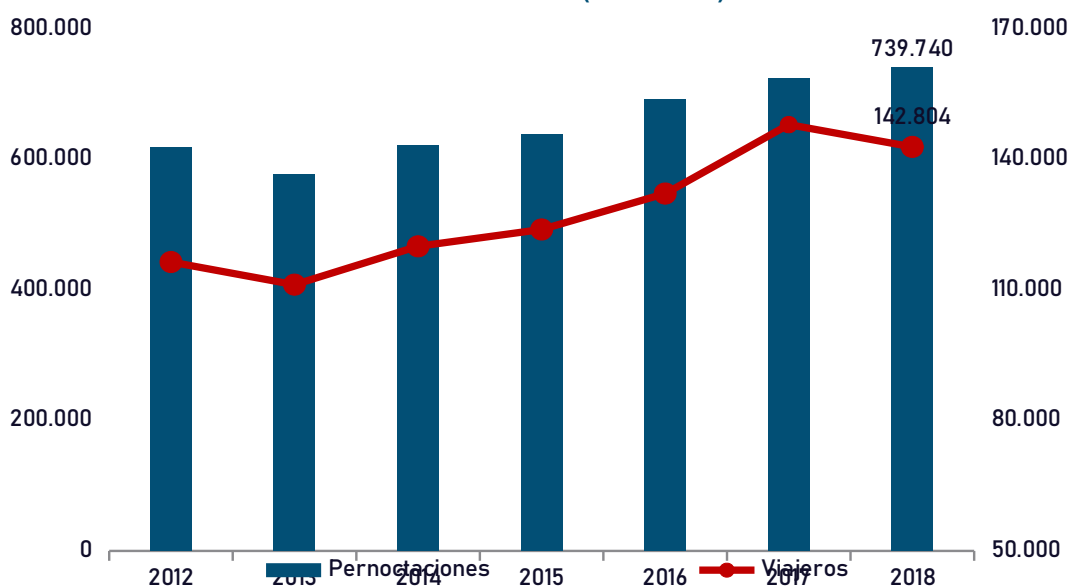
- No existe oferta de plazas en hoteles de máxima categoría (5 estrellas) en el municipio de Benicàssim.
- Los establecimientos hoteleros de Benicàssim presentan una tarifa media muy competitiva con respecto a los establecimientos de la Costa de Castellón.
- La rentabilidad de los establecimientos hoteleros de Benicàssim es inferior a la registrada por los establecimientos de la Costa de Castellón.
- Variabilidad de la disponibilidad de plazas hoteleras y de camping a lo largo del año. La capacidad disponible se reduce hasta en un 60% durante los períodos de temporada baja.
- El municipio de Benicàssim cuenta con una nutrida oferta de restaurantes y otros establecimientos de hostelería (cafeterías y bares); que al igual que en el caso de la oferta de alojamiento reduce su número en el período de temporada baja.

3.2 Demanda Turística

Los turistas alojados en los establecimientos hoteleros y campings de Benicàssim, en 2018, alcanzaron la cifra de 142.804 turistas, registrando un descenso del 3,46% con respecto al año anterior.

En conjunto, en los establecimientos hoteleros y campings de Benicàssim, se han generado un total de 739.740 pernoctaciones, lo que representa un aumento del 2,16% con respecto a 2017.

Gráfico 10. Turistas alojados y pernoctaciones en establecimientos hoteleros y campings de Benicàssim (2012-2018).



Fuente: INE y Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

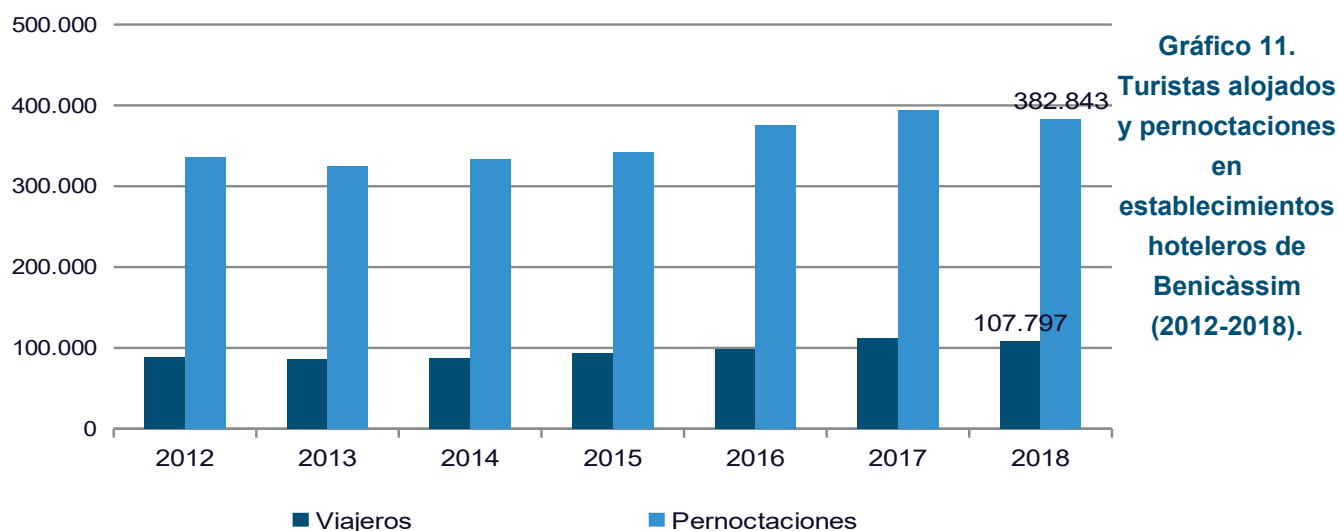
En relación a su distribución con respecto a la tipología de alojamiento turístico, el 75,49% de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros de Benicàssim, y generaron el 51,75% de las pernoctaciones. Por su parte, el 24,51% de los turistas se alojaron en campings del municipio, generando el 48,25% de las pernoctaciones. En este sentido, la proporción entre el número de turistas alojados y las pernoctaciones pone claramente de manifiesto la mayor estancia media que registran los campings, de 10,2 días de estancia, frente a la obtenida por los establecimientos hoteleros, de 3,73 días de estancia media en 2018, experimentando en ambos casos un incremento con respecto al año anterior, del 12% en la estancia media en los campings, y del 5,6% en la estancia en los establecimientos hoteleros.

Entre los meses de enero y septiembre de 2019, los hoteles y campings de Benicàssim alojaron a 121.589 turistas, experimentando un crecimiento del 4,01% con respecto al mismo período del año anterior, generándose un total de 617.514 pernoctaciones, con un incremento del 1,77%.

El turismo en establecimientos hoteleros de Benicàssim

Benicàssim recibió en 2018 un total de 107.797 turistas que se alojaron en sus establecimientos hoteleros, experimentando un ligero descenso del 3,46% con respecto al año anterior, aunque sigue siendo una de las cifras más altas de los últimos 10 años.

Los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Benicàssim en 2018 han realizado un total de 382.843 pernoctaciones, registrando un descenso del 2,99% con respecto a las pernoctaciones que se realizaron en 2017, aunque continúa en los niveles más altos de los últimos años.



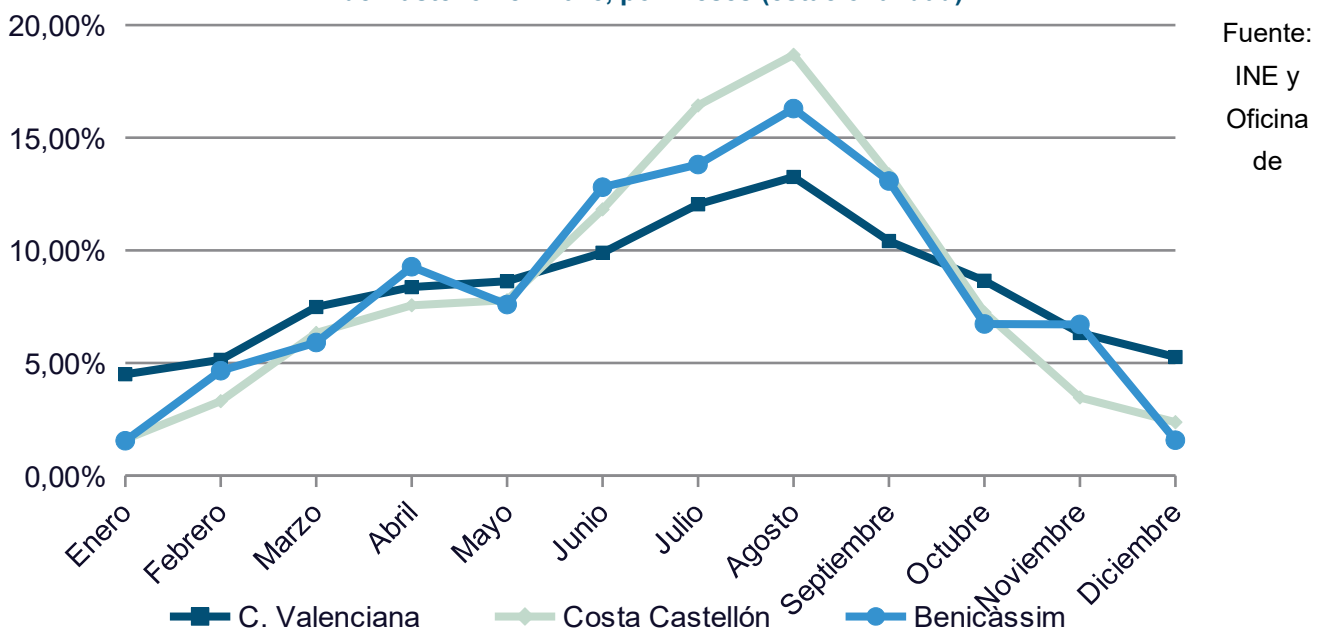
Fuente: INE y Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

En relación con la procedencia de los turistas alojados en establecimiento hoteleros de Benicàssim en 2018, se continúa con el predominio claro de los turistas residentes en España, que representan el 77,29% (83.320) de los turistas, registrando en este año un descenso del 2,18% con respecto al año anterior. Los turistas residentes en España han realizado, en 2018, el 78,79% (301.648) de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de Benicàssim, experimentando un ligero descenso del 1,89% con respecto a las pernoctaciones realizadas en 2017.

Los turistas residentes en el extranjero, representan el 22,71% de los turistas alojados en los hoteles de Benicàssim, experimentando un importante descenso del 7,6% (24.476) con respecto al año 2017; y generaron el 21,21% de las pernoctaciones, también con un descenso del 6,84% (81.201)

En cuanto a su distribución a lo largo del año, los establecimientos hoteleros de Benicàssim muestran en 2018 una estacionalidad muy similar a la registrada en 2017, con un predominio de las pernoctaciones en la temporada estival, de junio a septiembre, que acumulan el 43%, tras este período se produce una caída brusca de las pernoctaciones, en el período de otoño e invierno, que sólo se recupera con la Semana Santa, que en 2018 cayó en el mes de abril.

Gráfico 12. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim, Comunitat Valenciana y Costa de Castellón en 2018, por meses (estacionalidad)



Fuente:
INE y
Oficina
de

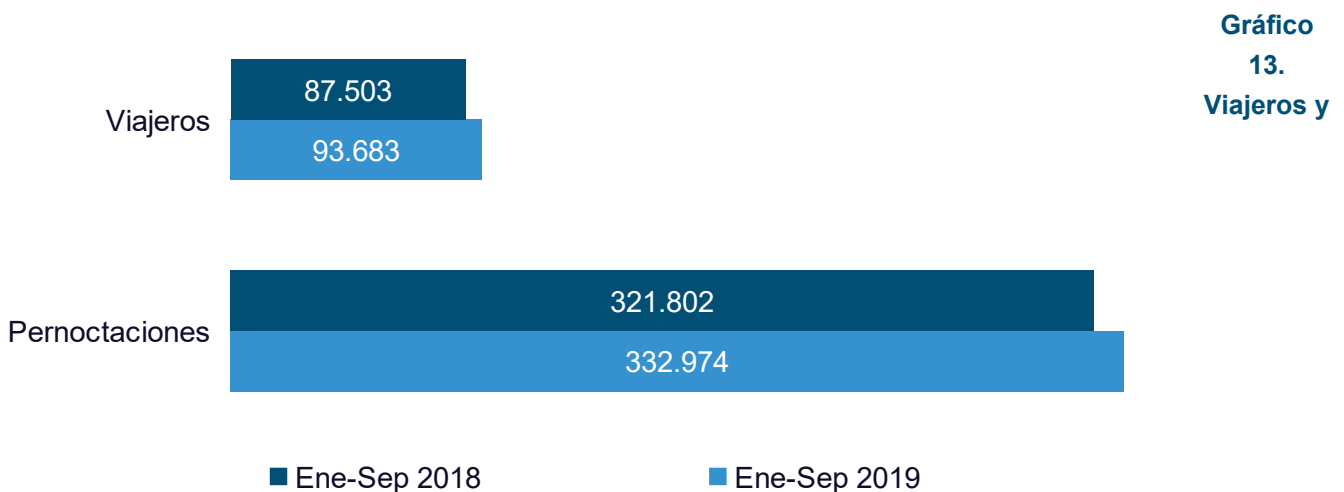
Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

En relación con la **Semana Santa**, Benicàssim registró en 2018 una ocupación hotelera del 87%, registrando un total de 8.309 pernoctaciones, con un incremento del 5,85% con respecto a las realizadas en 2017. Por su parte, en el **Puente de Mayo**, la ocupación hotelera fue del 70,46%, con 3.682 pernoctaciones. Y, por último, durante la celebración del **FIB 2018**,

la ocupación de los establecimientos hoteleros de Benicàssim fue del 93%, llegando a las 10.691 pernoctaciones, con un crecimiento del 1,5% con respecto al año anterior.

La estancia media de los turistas alojados en los establecimientos hoteleros de Benicàssim fue en 2018 de 3,73 días, registrándose un incremento del 5,67% con respecto al registrado en 2017. La estancia media de los *Residentes en España* fue de 3.81 días, experimentando un aumento del 5,54%; y la de los *Residentes en el Extranjero*, de 3,49 días, con un incremento del 6,09%.

Los resultados de la actividad hotelera en Benicàssim en 2019 retoman la tendencia positiva de los últimos años. Entre los meses de **enero y septiembre de 2019** se alojaron en los establecimientos hoteleros del municipio 93.683 turistas, con un incremento del 7,06% con respecto al mismo periodo del año anterior. Es este periodo se registraron un total del 332.974 pernoctaciones, con un crecimiento del 3,47% con respecto a los mismos meses de 2017.



pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim entre los meses de enero y septiembre (2018 y 2019)

Fuente: INE y Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

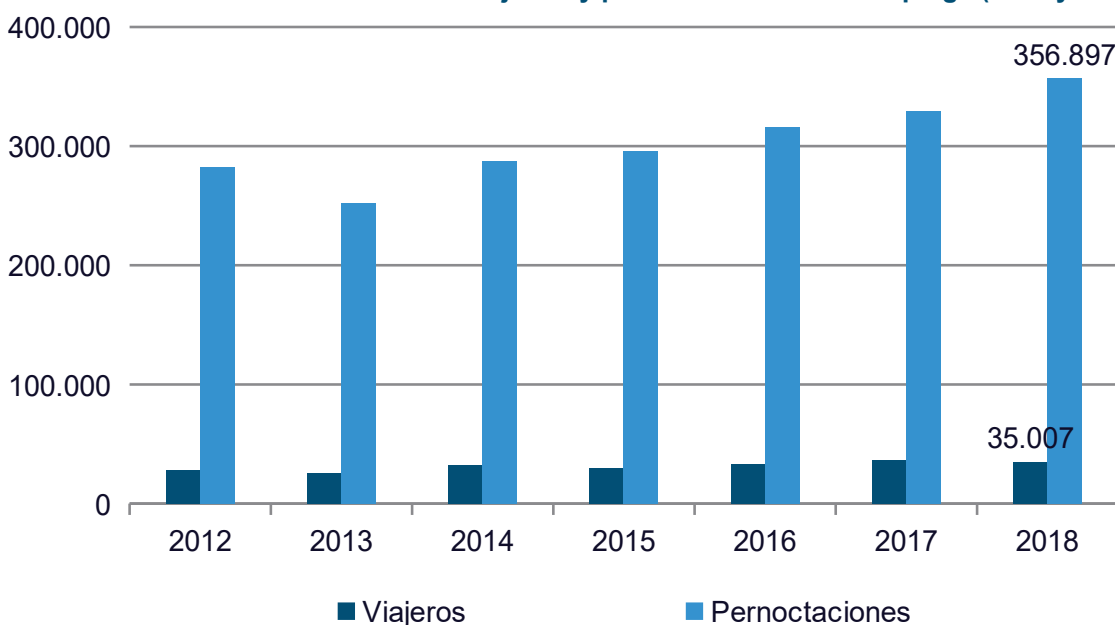
La Semana Santa de 2019 registró una ocupación en los establecimientos hoteleros de Benicàssim del 73,69%, experimentando un descenso del 15,43% con respecto a la Semana Santa del año anterior. Por su parte, en la edición del 2019 del Festival Internacional de Benicàssim, la ocupación de los hoteles de Benicàssim fue del 74,01%, registrándose también un descenso importante del 20,46%. Por último, la edición del 2019 del Rototom Sumplash, registro una ocupación en los establecimientos hoteleros del 95,22%, siguiendo la tendencia de los últimos años.

El turismo en Campings de Benicàssim

Benicàssim recibió en 2018 un total de 35.007 turistas que se alojaron en sus campings, experimentando un descenso del 3,19% con respecto al año 2017, como resultado de un descenso importante en la llegada de turistas residentes en España.

Los turistas alojados en los campings de Benicàssim en 2018 realizaron un total de 356.897 pernoctaciones, registrando, al contrario de lo observado en relación con los viajeros alojados, un aumento notable del 8,33% con respecto a las pernoctaciones de 2017, por encima del crecimiento experimentado para el conjunto de Campings de la Costa de Castellón (6,45%), y del conjunto de la provincia de Castellón (7,25%).

Gráfico 14. Turistas alojados y pernoctaciones en Campings (2012 y 2018)



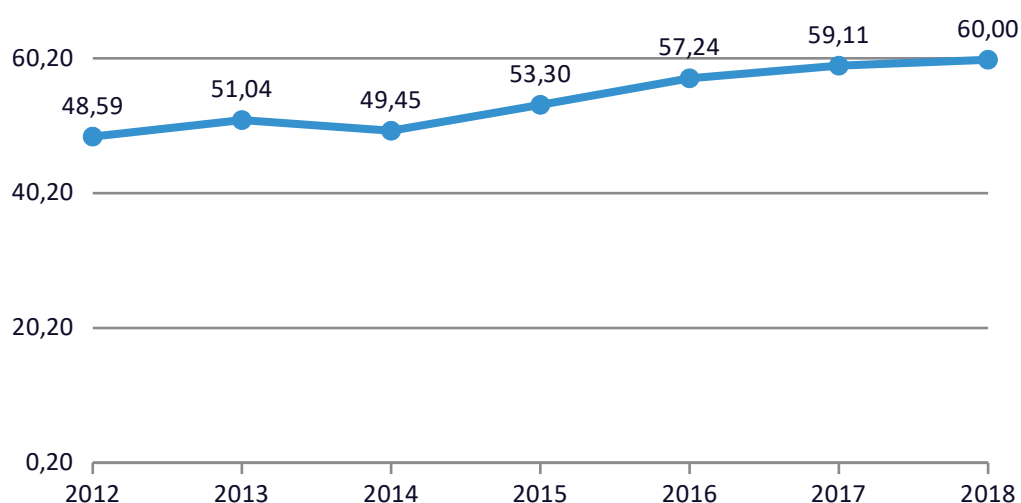
Fuente: INE y Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

En relación con la procedencia de los turistas que se alojan en los campings de Benicàssim, el 54,77% (19.173) de los turistas son *residentes en el extranjero*, registrando en 2018 un incremento del 4,78% con respecto al año anterior; los cuales realizan el 68,4% (244.134) de las pernoctaciones, experimentando un importante crecimiento del 12,9% con respecto a las del 2017.

Por su parte, los *residentes en España* representan el 45,23% (15.834) de los turistas alojados en los campings del municipio, registrando un descenso del 11,35% con respecto al año 2017. Las pernoctaciones realizadas por los *residentes en España*, en 2018, representan el 31,60% del total (112.763), y experimentan un descenso del 0,41% con respecto al año anterior, proporcionalmente mucho menor que el descenso registrado en el número de viajeros alojados, debido al aumento de la estancia media.

La ocupación media de los campings de Benicàssim en 2018 ha sido del 60%, experimentando un incremento del 1,5% con respecto al año anterior. Esta ocupación supera en más de 10 puntos a la registrada para el conjunto de Campings de la Costa de Castellón, con un 49,55% de ocupación media anual, así como a la registrada en algunos de sus destinos de mayor relevancia, como Oropesa, en donde la ocupación media de los campings ha sido del 58,39%, o Peñíscola, con una ocupación media del 49,55%.

Gráfico 15. Grado de ocupación en los Campings de Benicàssim (2012-2018)



Fuente: INE y Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

En cuanto a su distribución a lo largo del año, los campings de Benicàssim muestran una menor estacionalidad que los establecimientos hoteleros, con una distribución más equilibrada a lo largo del año, disminuyendo aún más en 2018, con respecto a años anteriores. Los meses de mayor ocupación en la temporada de verano, de julio a septiembre, representan el 32,46% de las pernoctaciones del año; y las correspondientes a los meses de invierno, de noviembre a marzo, suponen el 37,64% de total.

La estancia media de los turistas que se alojan en los campings de Benicàssim, en 2018, es de 11,09 días, lo que supone un incremento del 9,37% con respecto al año anterior.

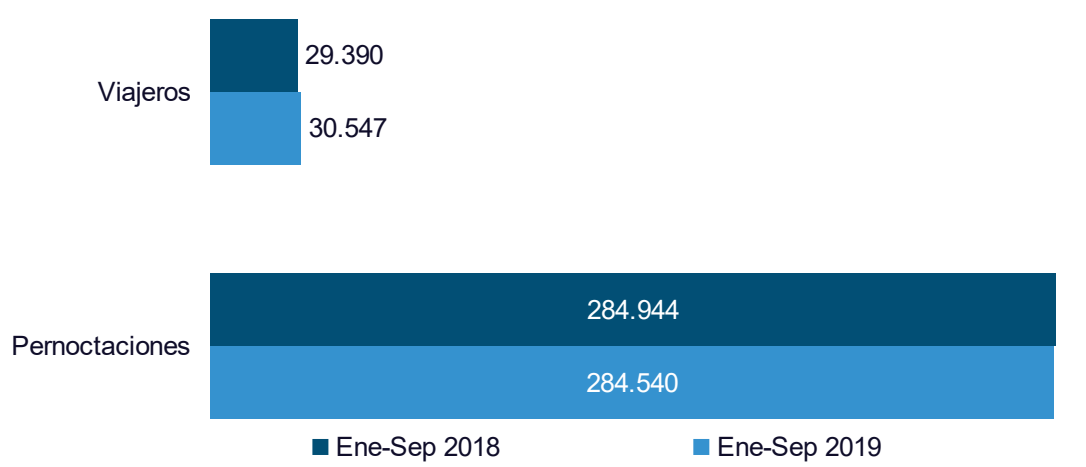
En el año 2019, entre los meses de enero a septiembre, los Campings de Benicàssim registran un incremento en el número de viajeros alojados del 3,94% con respecto al mismo período del año anterior. Los viajeros *residentes en España* experimentan en este período un descenso del 7,73%, mientras que los turistas *residentes en el extranjero* crecen un 15,23%.

Las pernoctaciones, por su parte, experimentan un descenso del 0,14% con respecto al mismo período de 2017, con un descenso en las pernoctaciones de los viajeros *residentes en*

España, del 3,84%, y un incremento en las realizadas por los *residentes en el extranjero*, del 2,01%.

Asimismo, en la Semana Santa de 2019 se registró una ocupación en los Campings de Benicàssim del 67,5%, lo que supone un descenso importante de más de 30 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Por su parte, en la edición del 2019 del Festival Internacional de Benicàssim, la ocupación de los Campings de Benicàssim fue del 69,18%, igualmente inferior a la registrada en la edición del 2018 (79,38%).

Gráfico 16. Viajeros y pernoctaciones en Campings de Benicàssim entre los meses de enero y septiembre (2018 y 2019)



Fuente: INE y Oficina de Información Turística Ayuntamiento de Benicàssim. Elaboración propia.

3.3 Conclusiones participación agentes: Encuesta y Mesas

Con el objetivo de facilitar la máxima participación de todos los sectores y ámbitos involucrados en la actividad turística de Benicàssim, en relación con la identificación de los factores a considerar en el desarrollo de una propuesta estratégica que impulse el desarrollo del turismo en el municipio, se realizó una encuesta online enviada a más de 35 empresas, entidades y agentes profesionales relacionados con el turismo en el municipio.

El cuestionario está compuesto de siete preguntas que perseguían conocer la opinión de los actores turísticos del municipio sobre los siguientes temas:

- (i) La satisfacción de la demanda con distintos aspectos de su experiencia en el destino.
- (ii) Los retos que el municipio de Benicàssim debe afrontar para incrementar su competitividad como destino turístico.
- (iii) Las acciones consideradas prioritarias en materia de promoción y comunicación.

A continuación, se describen los resultados obtenidos.

Principales recursos y atractivos del municipio para representar la imagen turística de Benicàssim.

En la primera pregunta se solicitaba la valoración del grado de importancia de cada uno de los principales recursos y atractivos del municipio para representar la imagen turística de Benicàssim, (sobre una escala de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante).

Como se puede observar en el Gráfico 17, **el clima y las playas** es el atractivo considerado más importante seguido por los **Eventos culturales y Festivales** resultando estos recursos los que mayor relevancia tienen para representar la imagen turística de Benicàssim según los agentes turísticos del destino.

Satisfacción de la demanda turística.

En esta pregunta se ha solicitado a las empresas y entidades turísticas de Benicàssim que valoren, según su percepción, el grado en que los diferentes elementos que conforman la experiencia turística en el municipio satisfacen las expectativas y necesidades de los turistas que lo visitan.

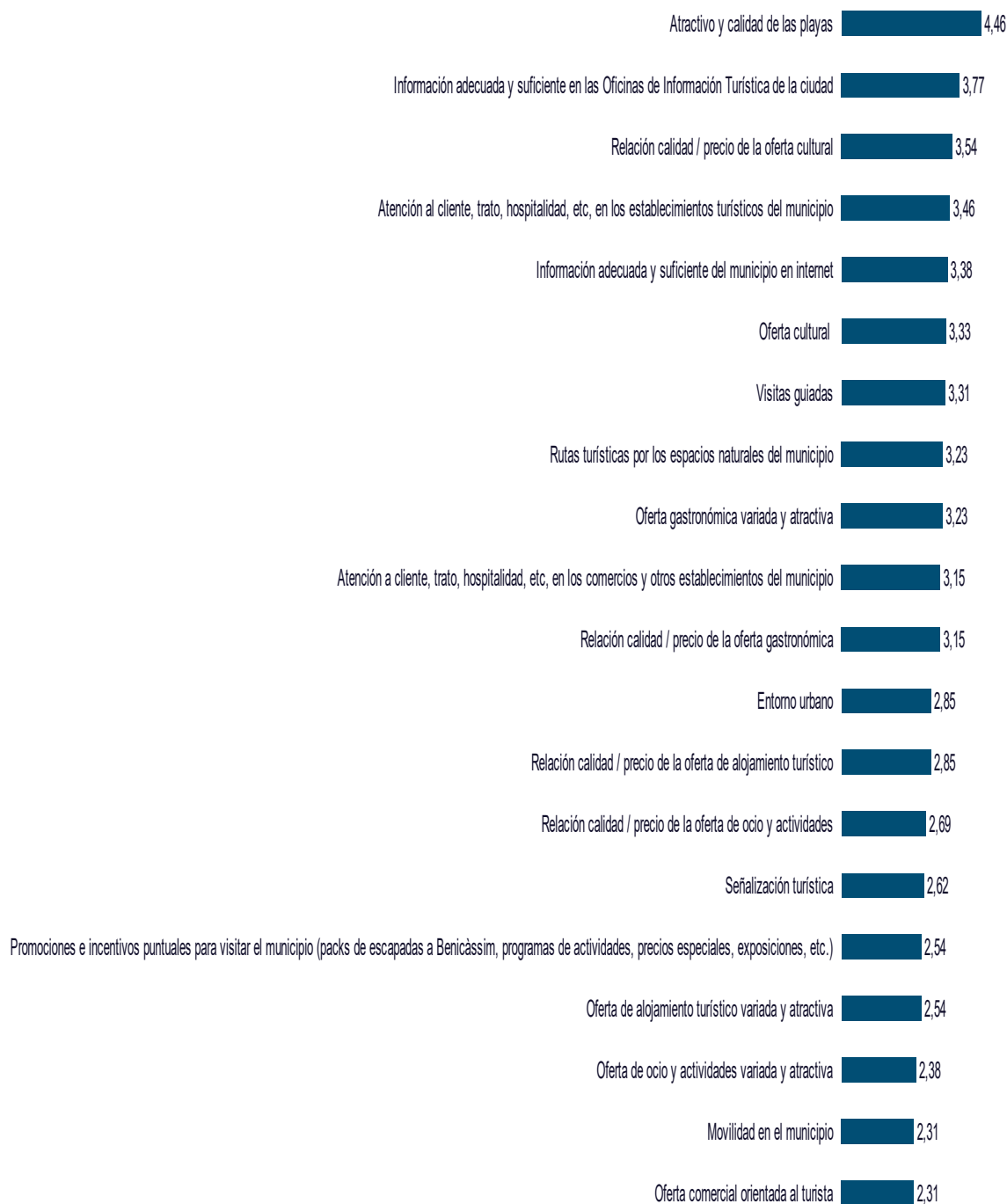
En este sentido, la mayor parte de los encuestados valoran muy alta la satisfacción de los visitantes con **el atractivo y calidad de las playas**, a la que otorgan una puntuación de 4,46 sobre un máximo de 5.

Asimismo, la satisfacción respecto a la **Información en las Oficinas de Turismo del municipio**, y la **relación calidad-precio** es valorada, respectivamente con un 3,77 y un 3,54. A continuación, la *atención al cliente, el trato y la amabilidad en otros establecimientos no turísticos*, es puntuada con un 3,46; la *información adecuada y suficiente en Internet*, con un 3,38; y la *oferta cultural* de Benicàssim, recibe un 3,33; y las *visitas guiadas*, con un 3,31.

Los aspectos que reciben una puntuación más baja son la *oferta comercial orientada al turista*, y la *movilidad en el municipio*, que son valorados con un 2,31 respectivamente; y la *oferta de ocio*, que recibe un 2,38.

También es importante señalar, que según la percepción de los agentes turísticos del municipio, aspectos como *las rutas turísticas en los espacios naturales* (3,23), la *oferta gastronómica* (3,23), la *atención y amabilidad en los establecimientos* del municipio (3,15), la *relación calidad precio de la oferta gastronómica* y de la *oferta de alojamiento*, valoradas en ambos con un 3,15, son aspectos de la experiencia turística en el municipio que satisfacen suficientemente las expectativas de la demanda turística.

Gráfico 17. Valoración de la satisfacción de las demandas de los turistas que visitan Benicàssim (escala de 1 a 5).



Fuente: Encuesta Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020. Elaboración propia.

Retos de Benicàssim como destino turístico

En relación con los retos que, según los agentes turísticos del municipio, ha de afrontar Benicàssim para incrementar su competitividad como destino turístico, casi todos los referidos en la pregunta han recibido una valoración muy alta, por encima de 4, (en una escala de valoración de la importancia, de 1 a 5, siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante).

El reto considerado más importante por los agentes encuestados es el **fortalecimiento de las relaciones y la coordinación entre los diferentes agentes relacionados con el turismo**, que ha sido valorado con la máxima puntuación (5).

Gráfico 18. Valoración del grado de importancia de los retos en la gestión/dinamización turística Benicàssim (en una escala de 1 a 5).



Fuente: Encuesta Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020. Elaboración propia.

A continuación, **incrementar el posicionamiento en los mercados internacionales** ha sido calificado con un 4,92, y **posicionarse en nuevos productos-mercados y mejorar la oferta**

de ocio y las actividades, son considerados otros de los retos más importantes, con una puntuación de 4,77 respectivamente.

Acciones de promoción a realizar

Respecto a las acciones de promoción que debe realizar Benicàssim para incrementar su notoriedad y posicionamiento en los mercados turísticos, valoradas según su nivel de importancia (sobre una escala de 1 a 5), **los acuerdos con OTAS (operadores online)**, y **la promoción a través de las Redes Sociales**, han sido valoradas con un 4,69 respectivamente, siendo las acciones consideradas de mayor relevancia por el conjunto de las empresas y entidades turísticas de Benicàssim consultadas.

Asimismo, hay un segundo grupo de acciones, entre las que se encuentra, **los acuerdos con turoperadores especializados**, y **la mejora de la página web turística del destino (www.turismo.benicassim.es)**, calificadas con un 4,62 respectivamente; **la realización de campañas de marketing online**, con un 4,28, **la presentación en mercados emisores**, valorada con un 4,46; y **los viajes de familiarización (turoperadores, prensa, blogueros)**, que ha sido valorada con un 4,15.

Gráfico 19. Valoración de las acciones de promoción a realizar, según su grado de importancia (escala de 1 a 5).



Fuente: Encuesta Plan Estratégico de Turismo

Conclusiones

- La mayor parte de las empresas y entidades relacionadas con el turismo en el municipio de Benicàssim, señalan *el clima y las playas*, y los *eventos culturales y Festivales*, como los atractivos más representativos de la imagen del destino.
- Asimismo, los mercados estratégicos de Benicàssim, a nivel nacional, según los empresarios y entidades turísticas del municipio, son *Madrid, Aragón y las Comunidades Autónomas del norte de España*; y a nivel internacional han destacado *Francia.*, el *Reino Unido* y *Alemania*.
- El *turismo familiar*, el *turismo de sol & playa*, el *turismo de eventos (culturales y deportivos) y festivales*, y el *turismo de salud & bienestar*, son considerados los mercados-producto estratégicos por los agentes turísticos del municipio.
- Los agentes turísticos del municipio de Benicàssim consideran que una parte importante de los factores que conforman la experiencia turística del municipio satisfacen las expectativas y necesidades de la demanda que visita Benicàssim, entre los que destacan el *atractivo y calidad de las playas* de Benicàssim, la *información ofrecida por las Oficinas de Información turística*, la *relación calidad precio del destino* y la *atención y amabilidad en los establecimientos turísticos del municipio*.

Por el contrario, entre los aspectos que no satisfacen las expectativas y necesidades de la demanda destacan la *oferta comercial orientada al turista*, la *movilidad en el municipio*, y la *oferta de ocio*.

- Entre los retos de Benicàssim como destino turístico los agentes turísticos destacan, *Fortalecer las relaciones y coordinación entre los agentes relacionados con el turismo en el municipio*, *incrementar el posicionamiento en los mercados internacionales* y *posicionarse en nuevos mercados-productos*.
- Las acciones de promoción que hay que impulsar para incrementar el posicionamiento de Benicàssim son los *acuerdos con turoperadores especializados y agencias OTAs (agencias online)*, la *promoción en Redes Sociales* y la realización de *acuerdos con turoperadores especializados* según los agentes turísticos del municipio,
- Por último, según la mayor parte de las empresas y entidades turísticas de Benicàssim que han respondido la encuesta realizada en el marco del presente estudio, *la playa, el clima y la calidad de vida y de los servicios* de Benicàssim son los atractivos que mejor representan la imagen turística del destino.

3.4 DAFO

La información disponible y el análisis efectuado permiten concluir que el municipio de Benicàssim posee las condiciones necesarias para convertirse en uno de los destinos de referencia de la provincia de Castellón.

Una ubicación estratégica en el arco mediterráneo, con un importante grado de conectividad, que se ha visto favorecido con la puesta en funcionamiento del Aeropuerto de Castellón; un territorio con una climatología benigna y confortable que favorece su uso y disfrute; un espacio de litoral con unas playas urbanas de calidad, tanto en sus características físicas como con respecto a sus equipamientos y servicios, que es avalada por los más prestigiosos distintivos de calidad (Banderas Azules, ISO, “Q” de Calidad Turística).

A nivel medioambiental, Benicàssim cuenta con un patrimonio natural de excepcional valor y singularidad, aspecto que le confiere al destino la posibilidad de ampliar horizontes a nivel turístico y de enfocar la oferta en el desarrollo de actividades turísticas ligadas al turismo de naturaleza y deportivo durante prácticamente la totalidad del año, dadas sus características climatológicas excepcionales.

El 55,5% de la superficie del municipio (3.612,62 ha) es forestal y el 34,8% está protegida (1.256,98 ha). El Parc Natural del Desert de les Palmes (3.200 ha), es una Sierra Litoral considerada Paisaje de Relevancia Regional, que tiene un 39% de su superficie en el municipio de Benicàssim. El Desert de les Palmes forma también parte de la Red Natura 2000 ya que se trata de una Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA; 1.248,67 ha) y Zona de Especial Conservación (ZEC; 1.245,97 ha). Benicàssim también cuenta con una Microrreserva de flora en les Agulles de Santa Àgueda (5,56 ha). La sierra litoral del Desert de les Palmes tiene una gran riqueza natural, histórica y social.

Por su parte, el fondo marino de Benicàssim está en parte protegido por el Espacio Marino de Oropesa i Benicàssim (espacio protegido de la Red Natura 2000 al tratarse de un Lugar de Interés Comunitario (LIC) y ZEPA; 1.245,97 ha debido a que en él concurren hábitats de interés comunitario para las Praderas de Posidonia (*Posidonium oceanicae*; y especies de interés comunitario, en concreto, aves marinas de gran interés. Cabe destacar que, recientemente (febrero de 2020), se ha iniciado por parte de la Generalitat Valenciana el proceso para incorporar el humedal del Cuadro de Santiago al Catálogo de Zonas Húmedas de la Comunitat Valenciana, hecho que, como se mencionaba anteriormente, favorece la creación de una variedad de oferta turística ligada al turismo ornitológico o birdwatching, turismo deportivo, cicloturismo o turismo de naturaleza.

Benicàssim también goza de una intensa vida cultural y social, gracias a la celebración de eventos de durante casi todo el año, entre los que destacan festivales que poseen una reconocida tradición, como el Festival Internacional de Benicàssim, el Rototom Sunsplash, y eventos como la Belle Epoque.

Además, Benicàssim cuenta con equipamientos y servicios para el desarrollo de eventos deportivos y de reuniones; siendo además un destino excelente tanto para familias como para el segmento senior.

Por otro lado, Benicàssim ha puesto en marcha un nuevo producto “**Benicàssim Saludable**” basado en los recursos que posee el municipio relacionados con el bienestar, el cuidado del cuerpo y la salud.

En resumen, Benicàssim es un destino con potencial para convertirse en uno de los principales destinos de la provincia de Castellón y de la Comunitat Valenciana en su conjunto.

Sin embargo, la afluencia turística y algunos indicadores del sector turístico del municipio de Benicàssim, como la ocupación y el RevPar hotelero, alertan sobre la existencia de algunos factores que limitan la competitividad del destino. Para afrontarlo, el sector turístico de Benicàssim se halla inmerso en un proceso de adaptación a los nuevos retos del escenario turístico, caracterizado por una fuerte competencia entre destinos y productos y los cambios en los patrones de comportamiento de la demanda turística.

Considerando la opinión de la demanda actual, los servicios de la oferta resultan muy satisfactorios y los precios resultan muy competitivos por lo que parece obvio considerar que si se trata de incrementar la afluencia habría que mejorar la promoción del destino en los mercados emisores clave (nacionales e internacionales), y plantear propuestas atractivas hacia las tipologías de turistas que se consideren como objetivo prioritario.

Del mismo modo, y una vez analizados la comunicación y las propuestas turísticas de Benicàssim en los canales “online” y “offline”, parece necesario mejorarla e impulsar con el sector privado propuestas que, aprovechen la excelente accesibilidad y la variedad de los recursos del municipio, para interesar y atraer a los nuevos segmentos de demanda.

En este contexto, el Plan Estratégico de Turismo de Benicàssim 2016-2020, pretende ser la herramienta que contribuya a consolidar y profundizar el desarrollo del turismo, aprovechando su potencial para generar renta y empleo mediante la participación y la sostenibilidad.

A continuación, se exponen las fortalezas y debilidades de Benicàssim como destino turístico y se plantean un avance de las oportunidades y amenazas para culminar el proceso de convertirse en un destino competitivo y sostenible.

Fortalezas

Gobernanza turística

- Benicàssim cuenta con un órgano de participación público-privada en la gestión turística del destino, el Consejo Sectorial de Turismo, conformado por todos los agentes públicos y privados relacionados con el turismo en el destino.
- Benicàssim ha iniciado el proceso de implantación del modelo DTI Comunitat Valenciana, y se encuentra en la Fase 3 (la más avanzada del programa).
- Benicàssim es miembro de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana y de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de España.
- El Ayuntamiento de Benicàssim cuenta con un Área de Turismo con un equipo de técnicos que acreditan una dilatada experiencia turística, muy motivados y con una alta implicación en el desarrollo turístico del municipio.
- El municipio cuenta con un servicio de Oficinas de Información Turística muy bien valorado por los turistas que visitan Benicàssim.
- Participación en el Sistema de Calidad Turística en Destino, impulsado por la Secretaría de Turismo y la FEMP, y que cuenta con 20 empresas turísticas y entidades relacionadas distinguidas con el sello de “Compromiso de Calidad”.
- El Ayuntamiento de Benicàssim cuenta desde 2019 con una concejalía de Territorio Inteligente, la primera de España, que colabora estrechamente con el Área de Turismo en el desarrollo de Benicàssim como Destino Turístico Inteligente aportando un amplio conjunto de tecnologías donde la innovación, la accesibilidad y la sostenibilidad en sus tres facetas social, económica y medioambiental conforman el grueso de las actuaciones transversales diseñadas en su Plan Estratégico.
- El Ayuntamiento de Benicàssim cuenta además desde 2019 con una nueva concejalía de Desarrollo Sostenible cuya función principal es la de integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en sus políticas gubernamentales trabajando de forma transversal con todas las áreas de gobierno incluida el Área de Turismo.
- El Ayuntamiento de Benicàssim en su compromiso por el desarrollo sostenible local, forma parte desde 2008 de la Red Española de Ciudades por el Clima, que promueve la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), asumiendo así los compromisos adoptados en la Conferencia Aalborg + 10 (2004), los cuales desarrollan los principios básicos de la Carta Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles aprobados en Aalborg en 1994. Además, en el año 2007 se adhirió a la Red de Entidades Locales + Biodiversidad 2010, sección de la FEMP, con el objeto de colaborar en la promoción de las políticas locales para la conservación y uso sostenible de los recursos naturales, la conservación del patrimonio natural y el fomento del desarrollo rural con criterios de sostenibilidad.

En 2017, el municipio se adhirió al Pacto de las Alcaldías, en el cual se enmarca su ARVCC y el PACES. Por su parte, en 2020 firmó su compromiso de adhesión a la Red de

Entidades Locales para la Agenda 2030. Todas estas adhesiones y compromisos adquiridos en materia de sostenibilidad favorecen el posicionamiento del municipio como destino turístico sostenible y el desarrollo del sector compatibilizando la protección del entorno y favoreciendo el bienestar social.

- Existencia de un proyecto que fomenta la realización de eventos sostenibles y el reporte y seguimiento de indicadores de sostenibilidad en eventos, con el fin de que su impacto deje un legado positivo sobre el entorno y sobre la población local.
- Existencia de un Observatorio Turístico que realiza periódicamente análisis sobre el comportamiento de la demanda turística.

Factores geográficos e Infraestructuras de acceso

- Benicàssim posee una localización geográfica estratégica, en el denominado corredor del Arco Mediterráneo, que conforma un espacio con un importante dinamismo económico.
- El municipio de Benicàssim cuenta con una climatología benigna (dispone de casi 300 días de sol al año), que permite disfrutar de sus recursos y atractivos durante todo el año.
- Buena conectividad por carretera con los principales mercados emisores nacionales.
- Proximidad y buena conectividad con el Aeropuerto de Castellón. Así como proximidad con el Aeropuerto de Valencia (90 Km.).

Oferta turística del municipio

- Oferta de alojamiento hotelero de gama media alta, casi el 60% de las plazas hoteleras.
- Precios muy competitivos para la demanda, con una tarifa media diaria global por habitación disponible de casi 78 €, en línea a la tarifa de la Comunitat Valenciana.
- Diversidad en la oferta extrahotelera: campings y apartamentos turísticos.
- Amplia y variada oferta de restauración y hostelería.
- Oferta para la realización de reuniones y convenciones de pequeño y mediano tamaño.
- Recurso natural de gran valor paisajístico y medioambiental: El Desierto de las Palmas.
- Recursos culturales, entre los que destacan las Villas, el Monasterio Carmelita, La Torre de San Vicente.
- Oferta de infraestructuras e instalaciones deportivas para la celebración de eventos deportivos.
- Oferta de servicios en relación con salud y el bienestar
- Oferta de ocio relacionada con el ámbito familiar: Parque Acuático, Parc del Trenet, equipamientos en las playas y en el municipio de juegos infantiles.
- Paseo marítimo de Benicàssim, buena parte del cual discurre entre las Villas.

Producto turístico

- Playas de calidad con una excelente dotación de equipamientos y servicios; avaladas por prestigiosos sellos de certificación: Bandera Azul, ISO 14.001, Q de Calidad turística. Asimismo, poseen un alto grado de accesibilidad, dos de ellas cuentan con servicio de accesibilidad hasta el agua para personas con movilidad reducida.
- Gastronomía adaptada a diversas formas de consumo (carta, menú, tapas y pinchos).
- Celebración de eventos culturales y festivales durante casi todo el año.
- Festivales con notoriedad a nivel nacional e internacional ya consolidados: FIB y Rototom.
- Red de senderos en el Desierto de las Palmas, balizados y señalizados.
- Existencia de más de 15 Km. de carril bici en Benicàssim.
- Rutas cicloturísticas aptas para ser utilizadas por públicos de todas las edades, entre la que destaca la Vía Verde, por su valor paisajístico.
- Las características del municipio y la existencia de recursos que permiten promover nuevos productos como el “turismo familiar”, el “turismo activo y de naturaleza”, el “turismo senior”, el “turismo de salud”, y el “turismo deportivo”.

Demanda turística

- Elevado nivel de satisfacción de la demanda turística en general, y especialmente con respecto a la oferta turística del municipio, y la profesionalidad y amabilidad de su personal.
- Muy buena valoración de la imagen del destino en relación con factores que facilitan la experiencia turística, como la accesibilidad y la señalización.
- Posicionamiento de los campings de Benicàssim en el mercado europeo.
- Alta estancia media en los campings de Benicàssim, de 11 días.

Presencia en internet

- Existencia de una web oficial de turismo del destino. www.turismo.benicassim.es
- Presencia del destino en las principales redes sociales Facebook y Twitter
- Existencia de una aplicación móvil del destino.

Debilidades

Gobernanza Turística

- Escasa proactividad del sector empresarial en el acompañamiento de la gestión turística del destino.
- Escasa involucración de los residentes en Benicàssim en el desarrollo turístico del municipio.

- Falta de un sistema automatizado de información turística.
- Falta de una aplicación turística con valor añadido para acompañar la experiencia turística en el destino.
- No existe un sistema automatizado para la obtención, análisis y difusión de los datos.
- No existe un sistema de open data que permita a los agentes turísticos la consulta directa de datos sobre el sector.
- A pesar de las potencialidades basadas en el patrimonio natural del destino, existe una falta de puesta en valor del mismo por parte del gobierno local y una necesidad de concienciación ciudadana sobre la gestión sostenible de los recursos naturales y su protección.

Infraestructuras de acceso

- Déficit en la actual conectividad ferroviaria.
- Falta de comunicación con transporte público con el Aeropuerto de Castellón, y con el Aeropuerto de Valencia.
- Escasa dotación de servicios en la estación de ferrocarril de Benicàssim. Falta de señalización e información.
- Carencia de una estrategia cohesionada en materia de movilidad sostenible que fomente el uso de medios de transporte más sostenibles, el uso de la bicicleta y los desplazamientos a pie.

Oferta turística del municipio

- Baja ocupación hotelera.
- Cierre de plazas hoteleras en temporada baja, y que en algunos meses es superior al 50% de la capacidad total del municipio.
- Buena parte de los apartamentos turísticos no están adecuadamente preparados para su uso en la temporada de invierno.
- Escasa presencia de operadores receptivos.
- Déficit en las relaciones y coordinación entre los diferentes componentes de la oferta turística de Benicàssim.
- Escaso nivel de conocimiento de idiomas.
- Escasa formación en materia de sostenibilidad y estrategias de responsabilidad social corporativa por parte del sector hostelero.
- Falta de valoración de los esfuerzos y herramientas que el ayuntamiento pone a disposición del sector (Web, programa de visitas guiadas).

Producto turístico

- Gran competencia con otros destinos provinciales y regionales en la gama de productos que ofrece el destino.
- Déficit de aprovechamiento turístico de eventos de gran potencial: “día de las paellas”, “Belle Epoque”, etc.
- Falta de puesta en valor turístico de algunos recursos culturales: Torre de San Vicente, Villa Elisa.
- Falta de puesta en valor turístico de los recursos naturales protegidos, como el Desierto de las Palmas y actividades asociadas a su uso y disfrute, por ejemplo, las rutas BTT, rutas de la naturaleza, retiros, deportes de montaña, avistamiento de aves, etc. Igualmente, existe un potencial no explotado para el desarrollo de eventos deportivos ligados a deportes acuáticos.
- La estructuración del producto gastronómico de Benicàssim es muy básica, y poco diferenciada con respecto a otros destinos competidores.
- Escasa oferta gastronómica para grupos con necesidades específicas, por ejemplo, carta vegana y vegetariana, celíacos, intolerancias, etc.
- Falta de aprovechamiento del potencial del destino en relación con los eventos deportivos.
- Insuficiente estructuración de algunos de los productos de referencia de Benicàssim: turismo de salud & bienestar, turismo familiar, turismo de reuniones turismo deportivo, turismo gastronómico.
- Escaso desarrollo de propuestas orientadas al consumo turístico como escapadas o paquetes experienciales tanto para viajeros que viajan por su cuenta como para los que consumen paquetes de servicios.

Demanda turística

- Baja proporción de la demanda extranjera en el destino.
- Elevada estacionalidad de la demanda turística.
- Falta de conocimiento de la demanda turística que se aloja en apartamentos turísticos y oferta no reglada.

Presencia en internet

- Falta de adecuación del sitio Web (www.turismo.benicassim.es) a los requerimientos actuales del mercado: estructura, contenidos, accesibilidad.
- Escasa presencia de ofertas relacionadas con los productos turísticos del municipio de Benicàssim en internet.
- Escaso aprovechamiento del portal de turismo de España (spain.info) como herramienta de promoción y comercialización turística.

Oportunidades

- Pertenencia de Benicàssim a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la C.V., y a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de España.
- Creación en el Ayuntamiento del Area de Desarrollo Sostenible con una nueva estrategia en materia de sostenibilidad que permite analizar el grado de adecuación de las políticas al desarrollo sostenible y establecer planes de mejora y seguimiento de forma transversal aprovechando las nuevas tecnologías de IA y Bigdata.
- Desarrollo del primer Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (PACES) que permite al municipio establecer políticas de mitigación y adaptación al cambio climático en todas las áreas de gobierno.
- Creación en el Ayuntamiento de la concejalía de Territorio Inteligente con un innovador Plan Director del Territorio Inteligente donde se incluyen infraestructuras tecnológicas necesarias para desarrollar el conjunto de acciones correctoras detectado en este DAFO que provienen de sus carencias en infraestructuras tecnológicas adecuadas.
- Funcionamiento creciente del Aeropuerto de Castellón.
- Proximidad a mercados emisores nacionales de relevancia (Valencia, Madrid, Barcelona, Zaragoza, etc.).
- La localización del municipio de Benicàssim en el eje estratégico del Arco Mediterráneo favorece el desarrollo de las infraestructuras de acceso, y en conjunto el desarrollo económico, con un impacto importante en el sector turístico.
- Creciente importancia de la demanda interesada en la salud & bienestar.
- Existencia en municipio de unas excelentes infraestructuras de cicloturismo.
- Creciente importancia de la gastronomía como producto turístico a nivel nacional e internacional, siendo uno de los factores de elección del destino de viaje.
- Afinidad de las características del municipio con las motivaciones de los nuevos segmentos de la demanda (cicloturistas, runners, millennials, etc.).
- Capacidad del municipio de Benicàssim como base de visitas turísticas al entorno ampliando la capacidad de retención de la demanda.
- Plan de desarrollo territorial de los municipios vinculados al aeropuerto de Castellón.
- Programas y acciones que desarrolla INVATTUR, en el campo de la sostenibilidad y la innovación en relación con el turismo.

Amenazas

- Creciente competencia especialmente con destinos mejor posicionados en algunos de los productos prioritarios.
- Incremento de la competencia en turismo gastronómico que dificulta diferenciarse como destino relevante.

- Aumento de la descoordinación del sector turístico del destino.
- Intensificación del desencuentro entre los intereses del turismo residencial, residentes y turistas.
- El posicionamiento de Benicàssim como destino de festivales puede contradecir la estrategia de posicionamiento en otros productos más coherentes con los recursos de mar y montaña y la imagen de destino tranquilo y de calidad.
- El cambio climático representa una amenaza previsible para el sector turístico local a medio-largo plazo en cuanto a que se prevé, de acuerdo con el ARVCC, un aumento de las sequías, de los fenómenos meteorológicos extremos (DANAS), una regresión de la franja costera y un aumento de las temperaturas que producirá una pérdida del confort climático y a su vez un aumento de costes energéticos y en de recursos.
- En general se puede estimar que la vulnerabilidad socioeconómica y residencial del municipio es baja actualmente y, a juzgar por la renta bruta media del municipio, así seguirá a largo plazo. No obstante, cabrá estar a la expectativa de la recuperación socioeconómica tras la crisis del COVID19 ya que el turismo es uno de los sectores con un mayor grado de incertidumbre asociado a la recuperación pospandemia, además de la inherente incertidumbre asociada al cambio climático. Además, también es necesario considerar la vulnerabilidad al cambio climático a la que pueden ser susceptibles algunos grupos de interés, por ejemplo, las mujeres, debido a que ellas representan un menor porcentaje de la masa salarial, pero son las que mayor proporción de paro suponen (47% y 59%, respectivamente, durante el primer trimestre de 2019).
- Por lo que respecta a las amenazas detectadas en el ARVCC, El área litoral es el espacio de mayor riesgo según la elevada vulnerabilidad y exposición existente ante el peligro de lluvias intensas y crecidas fluviales.

Además, el aumento de las temperaturas del mar Mediterráneo en los meses cálidos del año hará necesario modificar los protocolos de alerta temprana y actuaciones de emergencia establecidos para este tipo de eventos, puesto que desde mediados de junio es posible el desarrollo de tormentas convectivas intensas en territorio valenciano con volúmenes de lluvia muy abundantes. De manera que la temporada alta turística requerirá la puesta en marcha de protocolos de actuación en fecha más temprana (desde junio) que las actualmente previstas (septiembre) y prolongados hasta finales de noviembre.

Por otro lado, en lo que respecta a la **salud**, habrá un incremento de la vulnerabilidad por el aumento de grupos de riesgo de enfermedades cardiovasculares y pulmonares, motivado por la tendencia al envejecimiento natural de la población, así como a la llegada de residentes europeos de avanzada edad. La proyectada mayor frecuencia de olas de calor estivales en el área mediterránea requiere por lo tanto el establecimiento de sistemas de alerta temprana a la población, residente y estacional (turistas) que estimen por ejemplo la variación del volumen de oxígeno en aire disponible por exceso o por

defecto. Ello puede contribuir a minimizar los impactos de estos cambios ambientales a las personas incluidas en grupos de riesgo (personas susceptibles de padecer enfermedad cardiovascular) e igualmente, a personas con patologías relacionadas con el aparato respiratorio.

De una forma más tenue, aunque no por ello menos significativa, los impactos derivados del incremento de temperatura y la sequía causarán una disminución de recursos hídricos en el municipio, que afectarán a la disponibilidad de agua en los acuíferos y podría comportar problemas de abastecimiento, afectando por lo tanto al sector servicios, donde la vulnerabilidad sería alta debido a la importancia que tiene para el municipio, y también al sector doméstico. Estos sectores podrán verse afectados si se produce un aumento de la cuota del agua debido a baja disponibilidad en el municipio o si se producen restricciones en el uso en casos extremos que repercutirían en el sector servicios y, de manera indirecta, en el sector doméstico en el caso de las familias más vulnerables socioeconómicamente y con riesgo de pobreza. Es por ello por lo que son fundamentales para la adaptación al cambio climático adoptar medidas de adaptación en el municipio encaminadas a asegurar y optimizar el abastecimiento de agua y aumentar la calidad del recurso y su uso racional.

- En cuanto a otros sectores vinculados a la socioeconomía, se detallan a continuación la vulnerabilidad asociada a los posibles impactos:
 - Es de esperar que un aumento de los episodios climáticos vinculados al calor extremo incremente el efecto isla de calor del **núcleo urbano**, más alejado de los influjos de la brisa marina. Es en el núcleo urbano donde se concentra gran parte de la concentración más vulnerable por su edad, y, por lo tanto, la vulnerabilidad sería considerable y se deberían aplicar acciones de adaptación al cambio climático que a la vez contribuyan a la mitigación.
 - En el sector de la **energía**, la vulnerabilidad se asociaría sobre todo al aumento de los episodios de calor extremo que conllevarán un aumento de la demanda para el sector doméstico y el sector servicios. Por lo tanto, se debe actuar también como en el caso de la disminución en el efecto de la isla de calor en aumentar la resiliencia al cambio climático de una manera eficiente energéticamente.
 - El **transporte** y la infraestructura presenta una vulnerabilidad vinculada a episodios de precipitación extrema, inundaciones, tormentas y avalanchas que pueden aumentar la inseguridad del transporte o de los transeúntes. Se considera en general una vulnerabilidad media debido al carácter extraordinario y/o puntual de los eventos extremos y a la incertidumbre asociada a estos. Además, se pueden adoptar medidas de adaptación de forma paulatina para aumentar la resiliencia a eventos de calor extremo que dañarían los materiales.

- El aumento de la intensidad y frecuencia de los episodios de sequía comportará un estrés hídrico en las **zonas verdes** del municipio. Los eventos extremos vinculados a tormentas también aumentarían la vulnerabilidad por daños físicos de la vegetación y las infraestructuras. Muchas de las zonas verdes del municipio tienen especies adaptadas a la sequía por su origen mediterráneo o incluso de climas más cálidos y disponen de riego automatizado y sistemas de saneamiento. Por lo tanto, cabe considerar soluciones que favorezcan a una atenuación del riesgo vinculado al calor, como utilizar cubiertas vegetales con una menor necesidad hídrica, emplear pavimentos y mobiliario urbano claros que retengan menos el calor y disminuir el posible riesgo ante tormentas mediante la revisión del arbolado y otros elementos que pueden conllevar un riesgo para la seguridad de la ciudadanía.
- La vulnerabilidad del sector agrícola se debe al aumento de la aridez pero es necesario considerar el escaso peso del sector en la actividad económica del municipio. No obstante, sí que se considera que los cultivos del municipio de Benicàssim, vinculados en mayor proporción con el regadío, son vulnerables por este hecho y por este motivo deben adaptarse, particularmente a nivel de eficiencia en el consumo hídrico. El aumento progresivo de las temperaturas también puede comportar una menor producción de ciertas variedades de cultivos y un cambio varietal.

4. Objetivos y Marco estratégico del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.

El Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim persigue fortalecer la “Gobernanza colaborativa” y el proceso de “mejora competitiva” que viene desarrollándose en el turismo del municipio sobre los principios del desarrollo sostenible, la innovación, y el desarrollo tecnológico, y que ha dado lugar al notable progreso de la actividad turística situando a Benicàssim como un importante destino turístico de la Comunitat Valenciana. Un Plan que representa también un factor de desarrollo socioeconómico, ayudando a combatir los efectos negativos provocados por la Pandemia del COVID-19 con soluciones innovadoras. Se persigue con ello completar la implantación de un modelo turístico sostenible, seguro, competitivo, participativo, innovador y basado en el uso inteligente de las tecnologías, que facilite la adaptación del sector y la sociedad residente a una economía digital.

El Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim persigue además dar un salto cualitativo y aprovechar el potencial turístico del municipio, especialmente en lo que respecta al aprovechamiento sostenible de su patrimonio cultural y su entorno natural y productivo combatiendo los impactos negativos del turismo, promoviendo el consumo sostenible y la promoción de los productos agroalimentarios de la provincia, contribuyendo así a los objetivos de la Agenda 2030 y a la mitigación del cambio climático.

En definitiva, **el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim persigue que el sector turístico del municipio contribuya a la generación de empleo y renta y a la mejora de la calidad de vida en Benicàssim y en toda la provincia.**

4.1 Objetivos específicos del Plan de Estratégico de Turismo Sostenible.

El Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim tiene como objetivos específicos

- ▶ **Consolidar la gobernanza participativa** promoviendo la coordinación entre las instituciones y entidades involucradas en el desarrollo del turismo en el municipio y su entorno.
- ▶ **Asegurar la sostenibilidad del modelo turístico** mediante la puesta en valor, protección y mejora del patrimonio natural y del entorno urbano, el fomento de la movilidad sostenible y la accesibilidad universal, el desarrollo comercial y turístico.
- ▶ **Mejorar la orientación al mercado de los actuales productos turísticos**, adecuando sus componentes a las tendencias de la demanda turística y **fomentar la creación de nuevos productos y propuestas de carácter experiencial** que contribuyan al posicionamiento de Benicàssim en nuevos mercados y segmentos turísticos.

- ▶ **Abordar la promoción y el consumo sostenible del turismo y los productos locales** para incrementar el posicionamiento turístico de Benicàssim y facilitar la comercialización de los productos turísticos y vinculados.

4.2 Marco estratégico del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim

El desarrollo del turismo en Benicàssim se fundamenta en la participación del conjunto de agentes involucrados en la actividad turística del municipio. Este proceso, promovido por el Ayuntamiento de Benicàssim, a través del Área de Turismo, se expresa en múltiples escenarios, entre los que destaca el Consejo Sectorial de Turismo, el Grupo de Mejora SICTED, el Laboratorio de Innovación Turística de Benicàssim (Benicàssim Lab) creado en el marco del proyecto Benicàssim DTI y de Territorio Inteligente, y las mesas de trabajo, las encuestas y entrevistas que se desarrollan en el marco de los procesos de planificación.

La combinación de la gestión de las entidades públicas municipales, la tarea diaria del ente gestor del destino, y el proceso participativo desarrollado ha permitido contar con la opinión de los actores públicos y privados relacionados con la actividad turística en el municipio, obtener su percepción y opinión sobre los retos que han de abordarse, los mercados sobre los que priorizar la acción y ha orientado la visión y la estrategia turística de Benicàssim.

Atendiendo a esta opinión compartida se ha concretado la visión que se desea para el municipio de Benicàssim y su entorno como destino turístico.

Benicàssim es un municipio turístico, destino de referencia de Castellón Mediterráneo, saludable, sostenible e innovador, reconocido por la calidad de sus playas, la singularidad de su entorno natural, el atractivo de sus festivales y eventos, su historia, su cultura y sus gentes, y la diversidad de su oferta turística, comprometida con el desarrollo de experiencias turísticas memorables para todo el año.

Entre los valores o atributos que se asocian a Benicàssim a modo de lemas con la imagen del destino destacan:

- La consolidación y refuerzo del posicionamiento de Benicàssim como destino saludable de litoral con playas de calidad acreditada, con un entorno natural de gran singularidad (Desierto de las Palmas), en donde descansar y divertirse en cualquier período del año.
- El desarrollo de un destino multiproducto, comprometido con la mejora de los productos actuales y el desarrollo de nuevos productos turísticos, para la demanda actual, y para nuevos segmentos de mercado; basados en la innovación y en las tendencias del mercado.
- La orientación al mercado de la oferta turística y el desarrollo de experiencias memorables que generen vínculos emocionales con sus visitantes.

- El desarrollo sostenible del turismo, salvaguardando y enriqueciendo la identidad cultural, conservando y potenciando el medio ambiente, y buscando siempre el equilibrio del progreso económico con el bienestar de sus residentes.

Benicàssim es también un municipio asomado a su futuro planificando y aplicando soluciones creativas, innovadoras e inteligentes que buscan crear el mejor espacio para disfrutar el territorio, con planes de movilidad sostenible, la mejora de la accesibilidad, la señalización, y el fomento de la movilidad en bicicleta.

En resumen, la visión descrita plantea que Benicàssim se consolide como un **destino turístico saludable, sostenible, respetuoso con el estilo de vida de sus residentes** y capaz de atraer y satisfacer a sus visitantes creando con ellos vínculos emocionales que despierten el deseo de regresar.

En línea a la visión turística de Benicàssim, los principios que estructuran el Marco Estratégico del Plan son: (i) Sostenibilidad, (ii) Innovación, (iii) Calidad y (iv) Participación público-privada

■ **Sostenibilidad**

El paradigma del desarrollo sostenible constituye el fundamento que aporta las bases necesarias para la definición de un modelo de desarrollo turístico capaz de generar un proyecto de crecimiento con perspectivas de futuro; que involucre al conjunto de la población, aumentando su calidad de vida; y que garantice la conservación del entorno (urbano y natural), materia prima del desarrollo del destino turístico.

En este sentido, hablar de **desarrollo sostenible** implica trabajar bajo tres principios fundamentales:

- La **sostenibilidad medioambiental**, garantizando que el desarrollo sea compatible con la preservación y mejora del entorno, ya sea este urbano o natural.
- La **sostenibilidad social y cultural**, garantizando que el desarrollo sea compatible con la cultura y los valores de las comunidades anfitrionas, y contribuya a mantener y fortalecer la identidad de la comunidad.
- La **sostenibilidad económica**, garantizando que el desarrollo sea económicamente eficiente, que favorezca la mejora de la calidad de vida de los residentes, y que los recursos sean gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras.

En las últimas dos décadas se ha acentuado una creciente sensibilidad social por la calidad ambiental, pues son bien conocidos los efectos de la degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado en numerosos destinos.

El turismo no debe entenderse como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente. Por el contrario, el turismo depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.). Se presentan en los espacios turísticos presiones excesivas sobre el territorio y los intereses socioeconómicos que muy a menudo están enfrentados, se hace necesario un enfoque que permita la confluencia de posiciones antagónicas que contemplen la mayor parte posible de necesidades y prioridades de los agentes sociales locales y los sectores económicos. En esta medida cobra sentido la implementación de modelos de participación ciudadana como paso fundamental hacia una gestión sostenible, más transparente, democrática y participativa.

Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local.

Este cambio en la concepción del turismo contemporáneo se inscribe en la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible, que hagan compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social. En este sentido, la sostenibilidad no es una posible opción a la actividad turística, sino que es la única opción, aquella que puede mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de hoy y del futuro sin sobrepasar la capacidad de carga de los ecosistemas que son el soporte de vida en la tierra.

Por otra parte, como se pone de relieve en la iniciativa Smart Destination, la sostenibilidad no es un concepto que comprenda únicamente al medio ambiente, sino que implica la capacidad de las sociedades para sostenerse en el tiempo incluyendo aspectos económicos y sociales.

En esta misma línea se ha manifestado el Foro de Davos que en su última edición concluye que hay que poner el desarrollo económico al servicio de las personas y la equidad, a la vez que se combaten los efectos del cambio climático.

■ Innovación

El Plan del Turismo Español Horizonte 2020⁷ define la innovación como “todo cambio basado en el conocimiento que genera valor”, una definición que, aunque resumida resulta suficientemente válida en la medida que incorpora la necesidad de cambio, el conocimiento como base y la generación de valor como finalidad.

7

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. 2008.

La innovación no se circunscribe a nuevas aplicaciones tecnológicas, sino que se extiende al diseño y desarrollo del producto, los procesos, la organización y la comercialización⁸ como recoge el Manual de Oslo que indica que las entidades, además de emplear la innovación para mejorar sus modelos de gestión o negocios, deberían ampliar su aplicación a los modelos de relación con los agentes externos (clientes, proveedores, agentes reguladores, etc.).

Actualmente, se considera la innovación como una fuente de ventajas competitivas, que permite una mejor adaptación al entorno y la detección y aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio.

Como se apunta en el *Manual operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*⁹, elaborado por el INVAT-TUR, los destinos turísticos innovadores incrementan su diferenciación y eficiencia, satisfaciendo mejor las necesidades de la demanda y adaptándose con más garantías a la evolución del mercado turístico. La innovación se convierte, por tanto, en un factor clave para la reinversión permanente de los destinos turísticos y para el mantenimiento de su competitividad. En este contexto, y con el propósito de ayudar a los destinos de la Comunidad Valenciana en su transformación en espacios de innovación, la Agencia Valenciana del Turismo ha desarrollado en los últimos años diferentes líneas para potenciar la innovación y, lo que es más significativo, ha incorporado la innovación en sus diferentes áreas.

En resumen, la innovación permanente, considerada como el medio para mejorar la comunicación con los mercados y gestionar los recursos del destino, es uno de los principios que inspiran y orientan el desarrollo turístico de Benicàssim.

■ Calidad

En la actualidad, la Calidad es una cualidad que se da por descontada y ha pasado a ser un concepto absolutamente necesario para entrar y permanecer en el mercado turístico, por ello es también uno de los principios que definen el desarrollo del turismo en Benicàssim.

Al final del siglo XX, el sector turístico español, consciente de la necesidad de competir mediante la satisfacción del cliente y no por el precio, optó decididamente por incorporar la calidad a la gestión turística para diferenciar la oferta y dar respuesta a los cambios que se estaban produciendo en los hábitos de la demanda. Desde entonces y en el marco del Sistema de Calidad Turística Española, se han creado toda una serie de instrumentos y

8

OCDE – Eurostat. *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. 2005.

9

Generalitat Valenciana. INVAT-TUR. *Destinos Turísticos Inteligentes: Manual operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*. 2015. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) de la Universidad de Alicante.

actuaciones para empresas, atractivos y destinos, que se han convertido en un referente internacional de la calidad turística garantizada.

En este contexto, el Consejo Ejecutivo de la OMT aprobó recientemente la siguiente definición de calidad de un destino turístico, propuesta por el Comité de Turismo y Competitividad de la OMT: "La calidad de un destino turístico es resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades públicos. También presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural".

■ **Participación público-privada**

Las características propias que definen la actividad turística (diversidad sectorial, transversalidad, y territorialidad); la gran cantidad de agentes que intervienen en la configuración del producto turístico, en su promoción y en su comercialización; y el carácter diverso, heterogéneo y "no jerárquico" de dichos agentes (públicos y privados), evidencian la necesidad de un modelo de gestión que asegure la coordinación entre todos los eslabones de la cadena de valor del turismo, situándolo como uno de los aspectos clave del desarrollo sostenible del destino turístico.

En la actualidad, lograr los niveles de satisfacción en las experiencias más básicas que disfrutan los turistas en un destino, no depende sólo de factores como el atractivo de sus recursos (naturales, culturales, etc.), la existencia de oferta turística acorde con sus necesidades y motivaciones, infraestructuras, equipamientos y servicios generales de apoyo a la actividad turística (accesos, comunicaciones, señalización, etc.), sino sobre todo del grado de integración de todos ellos, y de su orientación tanto hacia el turista / visitante (cliente externo), como hacia la población local (cliente interno), lo que requiere de la articulación de espacios de participación y colaboración que congregate al conjunto de agentes involucrados en el desarrollo de la actividad turística.

5. Plan de Acción

El impulso de Benicàssim como destino turístico sostenible requiere la realización de un conjunto de actuaciones orientadas a la implementación del marco estratégico propuesto y, por tanto, al cumplimiento de los objetivos marcados en el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.

El plan de actuaciones que se propone es el resultado, por un lado, del proceso de participación desarrollado con el conjunto del sector público y privado relacionado con la actividad turística en Benicàssim, que ha dado lugar al diagnóstico turístico recogido anteriormente, y en el que se han identificado las principales potencialidades y vulnerabilidades turísticas del municipio; y, por otro, de los objetivos y el marco estratégico del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.

Cada una de las actuaciones se recoge en una ficha con la siguiente estructura:

1. **Línea Estratégica** en la que se enmarca la acción.
2. **Denominación** de la acción.
3. **Objetivos específicos**.
4. **Descripción**: Definición de la acción, señalando los elementos conceptuales que han de orientar la actuación, así como los objetivos y tareas en su caso.
5. **Agente Responsable**: Identifica los agentes a los que compete llevar a cabo la acción
6. **Agentes Involucrados**: Identifica los agentes a los que hay que implicar y cuya participación es necesaria para la ejecución de la actuación.
7. **Periodo de ejecución**.
8. **Resultados previstos**.
9. **Indicadores de seguimiento**: Indicadores que servirán para comprobar la correcta implementación y el grado de avance de la acción.

5.1 Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional.

Esta línea estratégica agrupa las actuaciones destinadas a optimizar la gestión turística de Benicàssim, promoviendo la coordinación entre las instituciones y entidades involucradas en el desarrollo del turismo en el municipio, y la colaboración entre el sector empresarial, en la promoción y comercialización del destino turístico.

Así cómo también impulsando la competitividad del destino mediante la mejora de calidad de los servicios y productos turísticos, mediante el desarrollo tecnológico y la implantación de modelos de gestión basados en la calidad turística.

Los objetivos de esta línea son:

- Impulsar el modelo de gestión turística del destino basado en la coparticipación público-privada, mediante la involucración del conjunto de agentes relacionados con la industria turística de Benicàssim.
- Promover la coordinación constante entre todos los agentes, actores y sectores del municipio relacionados con el turismo en el territorio.
- Impulsar la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas de Benicàssim mediante el desarrollo de iniciativas y herramientas que fomenten la profesionalización y mejora de la calidad de los servicios turísticos.
- Fomentar el desarrollo del turismo en el marco de un modelo de territorio saludable, sostenible y accesible, en la que la experiencia turística es compatible con la calidad de vida de sus habitantes.
- Favorecer el modelo de gobernanza sostenible de Benicàssim a través de soluciones tecnológicas que contribuyan a incrementar la eficacia y eficiencia de los procesos de gestión.

Cuadro 1. Actuaciones de la Línea Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional	
G1	Programa de impulso a la cooperación entre agentes del sector
G2	Programa de Sensibilización social y participación de la ciudadanía en el turismo.
G3	Señalización Turística Inteligente
G4	Información Turística Inteligente - Chatbot
G5	Red telemática de Control de Aforos en diferentes aplicaciones y escenarios
G6	Sistema de geolocalización y apoyo a la seguridad de personas de colectivos desfavorecidos.
G7	Creación de un Órgano de Sostenibilidad
G8	Programa formativo y premios RSC para impulsar la sostenibilidad en el sector hostelero y comercios
G9	Redacción y publicación de cartas de servicios internos
G10	Plan de formación continua en Nuevas Tecnologías y TICS

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G1 Programa de impulso a la cooperación entre agentes del sector

Objetivos Específicos

- Promover el encuentro y las relaciones entre el sector turístico de Benicàssim.
- Fomentar el conocimiento entre las empresas turísticas locales, y el intercambio de experiencias y perspectivas.
- Potenciar la colaboración entre las empresas turísticas de Benicàssim, especialmente en el diseño y desarrollo de servicios y productos turísticos.

Descripción

El fortalecimiento de las relaciones y la coordinación entre los diferentes agentes relacionados con el turismo es uno de los principales retos que debe afrontar Benicàssim para incrementar su competitividad como destino turístico, y así lo han reconocido los propios agentes del sector en los encuentros mantenidos y a través de la encuesta online realizada dentro del proceso participativo.

Esta acción plantea mejorar el conocimiento mutuo, la cooperación y la coordinación de actuaciones entre los agentes turísticos de Benicàssim a través de un Programa que comprende diferentes actividades entre las que se proponen inicialmente la organización de encuentros y “afterworks” profesionales”.

- Organización de encuentros profesionales

Organización de encuentros profesionales de turismo de medio día o un día de duración sobre temáticas que interesen y promuevan la colaboración del sector turístico. Los encuentros deberían celebrarse con participación de ponentes foráneos que aporten referencia o experiencia de éxito respecto de las temáticas a tratar y con ponentes locales que aporten la visión del destino. Los encuentros, liderados y asistidos por la Concejalía de Turismo deberán divulgarse a los medios locales y nacionales para reforzar el posicionamiento del destino, y al sector en colaboración con las asociaciones y los integrantes del Consejo Sectorial de Turismo.

- Organización de “afterworks” profesionales

Los “afterworks” son un instrumento habitualmente empleado por profesionales para fortalecer la colaboración empresarial y hacer “networking” porque la comunicación a través del móvil o las redes sociales no es suficiente y el contacto personal sigue siendo fundamental.

Los “afterworks” se suelen desarrollar entre semana, en horario de tarde-noche y en salones o zonas reservada, de hoteles y restaurantes, para crear un clima distendido donde los participantes puedan intercambiar opiniones y perspectivas, mejorar sus relaciones e incluso generar oportunidades de colaboración. La duración no tiene que ser muy larga y su periodicidad tampoco muy frecuente.

Se recomienda que los “afterworks” sean liderados por las asociaciones sectoriales, se programen evitando coincidir con las fechas de mayor actividad para el sector y variar los locales de celebración para que éstos aprovechen la promoción y asuman el rol de anfitriones ocupándose del *catering*, aunque otras empresas colaboren aportando productos que igualmente pueden ser objeto de promoción.

Agente Responsable: Concejalía de Turismo de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo. Asociaciones sectoriales. Empresas y Atractivos turísticos.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- a. Integración del sector empresarial relacionado con el turismo, y desarrollo de espacios de colaboración en relación con el diseño y desarrollo de productos y experiencias turísticas.
- b. Coordinación entre el sector empresarial y el sector público en el desarrollo de la promoción del destino

Indicador de seguimiento:

- N° de encuentros profesionales realizados.
- N° de participantes en los encuentros profesionales realizados.
- N° de afterworks realizados
- N° de participantes en los afterworks realizados

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G2 Programa de Sensibilización social y participación de la ciudadanía en el turismo.

Objetivos Específicos

Los objetivos de esta actuación son:

- Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general y al turismo residencial en particular; a los agentes sociales del municipio (sindicatos, asociaciones de vecinos, de padres de alumnos, etc.) y a otros sectores productivos del municipio.
- Incrementar el conocimiento de los atractivos turísticos del municipio y el reconocimiento del turismo como actividad que contribuye a su mantenimiento y revalorización.
- Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales del municipio en la generación de oportunidades de negocio y empleo.
- Asegurar una excelente acogida al turista instalando en la población la conciencia de ser anfitriones turísticos.

Descripción

Benicàssim tiene en la sensibilización de su ciudadanía hacia la actividad turística un importante reto que superar para avanzar como destino turístico y mejorar competitivamente.

Actualmente una de las principales quejas del sector turístico de Benicàssim es la falta de comprensión de los residentes (población y turistas de segunda residencia) y hasta su intransigencia con el ruido que generan negocios y actividades orientadas a cubrir el tiempo de ocio de los turistas en el destino en horarios que no perturban el descanso nocturno de los vecinos.

Esta falta de entendimiento puede afectar la satisfacción de la experiencia del turista y la capacidad de fidelización del destino, representar una limitación al desarrollo del tejido empresarial turístico frenando el emprendimiento de nuevas iniciativas y negocios y amenazar el desarrollo integrado y sostenible del turismo en el destino.

En consecuencia, la Estrategia de Turismo de Benicàssim 2016-2020 plantea poner en marcha un Programa de sensibilización y participación de la ciudadanía en la actividad turística que complemente la difusión de la Declaración municipal de Benicàssim como destino turístico con acciones orientadas a generar una visión positiva y una mayor participación e implicación de los ciudadanos y residentes-turistas en el desarrollo del turismo y la satisfacción de la experiencia del turista en el destino.

Se propone diseñar un completo Programa de sensibilización a lo largo del periodo de vigencia del Plan Estratégico con la realización de diferentes acciones que permitan incrementar el conocimiento local y acercar a varios colectivos del municipio al sector turístico.

a. Jornadas “Conoce tu municipio turístico”

Organización de visitas a los principales atractivos dirigidas a diferentes colectivos (policía local, estudiantes, transportistas, etc.) para fomentar una ciudadanía conocedora de Benicàssim como destino turístico, se sientan orgullosos de su municipio y puedan atender con conocimiento y seguridad a posibles preguntas de los visitantes.

b. Concursos campaña “Te gustará Benicàssim”

Estos concursos, que pueden ser de vídeos, relatos, fotografías, etc., y convocarse para una campaña genérica (“Te gustará Benicàssim”) y/o estacionales (“Te gustará Benicàssim en primavera, otoño, verano, Semana Santa, etc.”) están dirigidos a fomentar la participación activa de la ciudadanía en la generación de material promocional de Benicàssim como destino turístico.

Los concursos tendrían en común inspirar experiencias de viaje al destino a turistas de distintos perfiles y motivaciones en diferentes épocas del año conforme a la estrategia de desestacionalización turística y de productos-mercado establecida. El material resultante podrá ser empleado como fuente de contenidos para la promoción turística, especialmente a través de la Web y redes sociales.

Para que tenga éxito es aconsejable organizar algo divertido (gymkanas fotográficas, eventos populares en los que se muestren los vídeos y se voten, etc.) y ofrecer un premio atractivo a los participantes.

c. Redacción de artículos en medios de comunicación locales y canales de comunicación del Ayuntamiento.

Publicación periódica de noticias que contribuyan al reconocimiento de los beneficios del turismo en distintos ámbitos de la vida socioeconómica y cultural en el municipio, ayuden a una mejor comprensión de la actividad y sus implicaciones, y permitan avanzar en la valoración positiva del turismo como sector generador de bienestar para la población residente.

d. Inserción de noticias sobre turismo en la sección de la web del ayuntamiento y los perfiles de redes sociales dirigidos a la ciudadanía.

e. Creación del programa Anfitriones turísticos

Se trata de facilitar la implicación de la población más interesada atendiendo a las nuevas tendencias que llevan a los visitantes a buscar el consejo y la recomendación de los

residentes y sentirse “local”. Los participantes voluntarios en este programa de encuentros entre visitantes y habitantes han de mostrar pasión por Benicàssim y tener sentido de la hospitalidad.

Agente Responsable: Concejalía de Turismo de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo. Asociación de Residentes de Benicàssim. Área de Cultura del Ayuntamiento, asociaciones y empresas del sector.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos: Sensibilización de los residentes en Benicàssim en relación con el valor de los recursos y atractivos del municipio, así como de la importancia del turismo como sector generador de progreso social, cultural, y económico.

Promover la interacción entre los residentes y los visitantes, convirtiendo a los residentes en prescriptores de los recursos y atractivos del municipio contribuyendo a que los visitantes realicen un consumo sostenible.

Indicador de seguimiento:

- N° de jornadas realizadas.
- N° de participantes en las jornadas realizadas
- N° de acreditaciones de anfitriones concedidas.
- Propuestas e iniciativas desarrolladas como consecuencia del Programa.

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G3 Señalización Turística Inteligente

Objetivos Específicos

- Garantizar la accesibilidad universal a los recursos y atractivos turísticos de Benicàssim a través del uso de la tecnología inclusiva.
- Potenciar la actividad turística en Benicàssim a través de la mejor información y guiado de los principales recursos y equipamientos turísticos del municipio.
- Contribuir a mejorar la seguridad vial y el confort de los usuarios en sus desplazamientos interurbanos.
- Potenciar la imagen de calidad del destino turístico Benicàssim con una integración y homogeneización del sistema de señalización que participe en la creación de un espacio más habitable y sostenible evitando el impacto físico y visual de la señalización en el municipio.
- Impulsar el desarrollo de Benicàssim como Destino Turístico Inteligente, conectando a los turistas con los recursos, servicios y empresas turísticas, a través de una señalización turística peatonal inteligente que le envíe información contextualizada en función del lugar en donde se encuentre.

Descripción

Los avances tecnológicos de los últimos años han provocado una transformación sin parangón en el conjunto de la industria turística. El uso de la tecnología en todos los eslabones de la cadena de valor del turismo se ha convertido en una necesidad ante los cambios disruptivos que se suceden a una velocidad de vértigo.

La señalización turística, uno de los elementos más relevantes en la conformación de un destino turístico, es a su vez uno de los aspectos que se han ido adaptando a los procesos de digitalización que han ido acompañando al desarrollo tecnológico.

La señalización turística inteligente conecta un sistema de información físico (la señal) con el sistema de información del smartphone del turista utilizando la tecnología beacon.

Los beacons son dispositivos electrónicos basados en una novedosa tecnología de Bluetooth de baja energía (BLE) que ayudan a los terminales móviles a entender su emplazamiento y los recursos y servicios que los rodean con un grado de precisión elevado, permitiendo con ello la creación de un territorio inteligente conectado.



El beacon se aloja en el tapón de un poste de una señal o panel de información. En la ilustración adjunta puede verse el detalle del alojamiento del beacon en un panel de información.

Una señalización turística adecuada es un elemento prioritario en la ordenación del sistema turístico de Benicàssim, tanto para la puesta en valor y consumo de los recursos que integran su patrimonio turístico, como para mejorar la distribución de los flujos turísticos en el municipio. Para ello resulta fundamental que la señalización turística pueda satisfacer los requerimientos y expectativas de los turistas y visitantes, proporcionándoles una orientación e información clara.

El desarrollo de esta actuación se subdivide en las siguientes fases:

- 1.º Análisis, diagnóstico e inventario de la señalización en el estado actual.
- 2.º Redacción del plan de señalización turística urbana inteligente.
- 3.º Diseño de la señalización turística.
- 4.º Elaboración del proyecto de señalización turística peatonal.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales, Áreas competentes del Ayuntamiento.

Período Ejecución: Año 1 - Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- a. Necesidades de señalización turística identificadas.
- b. Señalética diseñada y plan de ejecución.

Indicador de seguimiento:

- N° señales inteligentes desplegadas en el municipio.
- Grado de satisfacción con la señalización turística inteligente.

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G4 Información Turística Inteligente - Chatbot

Objetivos Específicos

- Adaptar los servicios de información turística a las necesidades y comportamientos actuales de la demanda.
- Ofrecer el servicio de información turística 24 horas al día / 7 días de la semana de manera permanente.
- Facilitar la interacción e integración del visitante con el destino.
- Incrementar el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos turísticos de Benicàssim

Descripción

La relación entre el turismo y las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) es recíproca y bien conocida. Por una parte, las nuevas tecnologías de la información han provocado un cambio organizativo radical en la industria turística, transformando y acelerando tanto los procesos de las empresas y servicios turísticos, como la forma de interactuar con el cliente y la comercialización de productos turísticos. Por su parte, el turismo tiene un alcance cada vez más universal y los nuevos mecanismos de oferta y demanda a través de la red, están proporcionando nuevos retos y problemas que resolver a la industria de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Los consumidores de turismo cada vez buscan productos turísticos más personalizados y servicios inteligentes que les proporcionen información de alta calidad, personalizada, en cualquier momento y en cualquier lugar y habitualmente en tiempo real. Los destinos turísticos se enfrentan al desafío de garantizar esas ofertas de forma moderna, interactiva, accesible y fiable, en ello se basa su competitividad.

Por un lado, el turista necesita más información, más servicios, más rapidez de intervención, más opciones, más simplicidad. Por otro lado, los destinos necesitan ser más exigentes, más completos, más flexibles y adaptables. Y es que, en una sociedad del conocimiento, el valor diferencial no está en ofrecer un producto tecnológico sino un valor-contenido o servicio capaz de dar gran utilidad al consumidor final.

En la actualidad, la industria del turismo se enfrenta al gran desafío que supone incorporar las enormes posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y entre estas se encuentran los sistemas inteligentes de información, **los chatbots**, que lejos de suplir el factor humano, tan importante en la personalización del contacto con el turista, contribuye a complementar la labor del personal de información.

Un chatbot es un programa informático con el que es posible mantener una conversación, tanto si se quiere pedir algún tipo de información o que lleve a cabo una acción.

Una de las grandes ventajas de los chatbots es que, a diferencia de las aplicaciones, no se descargan, no es necesario actualizarlos y no ocupan espacio en la memoria del teléfono. Otra es que se puede tener integrados varios bots en un mismo chat. De esta forma se evita tener que ir de una app a otra según lo que necesitemos en cada momento.

Con todo ello se consiguen experiencias de usuario más agradables e interacciones con el servicio de atención al cliente más rápidas y sencillas. Además, los chatbots incorporan sistemas de inteligencia artificial, por lo que tienen la posibilidad de aprender sobre los gustos y preferencias de los turistas que utilizan el servicio, permitiendo la mejora continua del sistema.

Los chatbots aportan las siguientes ventajas:

- Ofrece atención durante 24 horas y todos los días de la semana
- Una eficacia y efectividad especial, ya que, si la máquina no es capaz de ofrecer una solución concreta, es programada para proporcionar un contacto telefónico o email concreto para solucionar el problema.
- Rapidez e inmediatez a la hora de responder a las pretensiones de los usuarios.
- Pueden enviar información concreta de manera programada a determinados usuarios.
- Proporciona atractivo, ya que supone una forma especial de contactar con el cliente, transmitiendo un mayor acercamiento.

1.º Diseño del Chatbot

2.º Diseño de las conversaciones.

3.º Entrenamiento lingüístico.

El chatbot se desarrollará inicialmente en dos idiomas: español e inglés

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Áreas competentes del Ayuntamiento.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos

- a. Chatbot de la Oficina de Información Turística de Benicàssim en funcionamiento

Indicador de seguimiento:

- N° de preguntas que puede responder el chatbot.
- N° de canales en los que está desplegado.
- N° de turistas atendidos.

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G5 Red telemática de control de aforos mediante radares LoRa

Objetivos Específicos

- Modernizar los servicios de control turístico de aforos a las necesidades actuales del sector público, de la hostelería y el comercio
- Ofrecer el servicio digital telemático municipal para el control de manera permanente.
- Incrementar el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos turísticos de Benicàssim de forma segura y controlada para reducir el impacto medioambiental y aumentar la seguridad de los turistas y ciudadanos.

Descripción

El control de aforo se han vuelto por desgracia popular por la situación causada por el COVID 19, tanto en edificios municipales como en prácticamente todos los establecimientos hosteleros, y comercios, aunque normalmente requieren personal que resulta poco rentable y poco seguro a nivel laboral al estar expuestos constantemente.

La red de radares con conectividad LoRa nos permite conocer a tiempo real el aforo de una calle, de un edificio público, un pabellón, un espacio cultural, una sala de espera o cualquier espacio que deba ser perfectamente controlado. También nos permite modificar a distancia sus parámetros técnicos y los datos del propio aforo, incluso activar avisos luminosos mediante paneles claramente visibles.

Son sistemas móviles o fijos que realizan un recuento perfectamente el paso de personas o vehículos en una u otra dirección en una calle. Si queremos controlar la afluencia en una plaza solo debemos hacerlo controlando en sus vías de acceso al igual que es viable con cualquier otro espacio con accesos que puedan ser controlados.

Este verano se han vigilado nuestras playas con drones aunque no es viable hacerlo en un casco urbano con la normativa vigente para estas aeronaves no tripuladas por motivos de seguridad ni en cualquier lugar de gran concurrencia y no se ha podido realizar el perfecto control en el casco urbano que concentra gran parte de la oferta hostelera, coincidente con la zona ZAS, que perseguimos mejorar en su control, por ello se propone la dotación de esta solución que nos permita mejorar la gestión de este requerimiento actual por la COVID 19.

Otra de las aplicaciones planeadas para la plataforma y el sistema de conteo por radar es el control de los senderistas y cicloturistas en las rutas y vías verdes donde se desea poder aumentar su control, su seguridad además de aportarnos útiles datos estadísticos de uso sobre estos activos turísticos, donde la masificación podría resultar contraproducente por el impacto medioambiental.

Por último, otra de las aplicaciones diseñadas para el sistema de radares permite la protección de elementos importantes para la accesibilidad y movilidad, consistente en el control individual de cada una de las plazas PMR de las calles, las destinadas a personas con

movilidad reducida. La solución permite conocer si las plazas están ocupadas o libres lo que facilita la movilidad del colectivo, su grado de ocupación para determinar si es necesario reubicar, reducir o ampliar, y evitar el fraude asociando vehículo, tarjeta y plaza.

Para ello se requiere instalar los dispositivos sensores por radar de las plazas y la integración de tecnología de tracking e identificación del usuario de la PMR con comunicación inalámbrica LoRa, la red LoRa del municipio y la plataforma cloud software con su app móvil de monitorización del estado de las plazas, alerta antifraude y datos de ocupación y uso.

Todos estos datos son gestionados por la plataforma Saas que además de permitirnos la gestión de la red de radares, mediante un sistema GIS y la red LoRa, nos aporta los datos de afluencia en cada momento y los almacena para su consulta o representación gráfica posterior. La plataforma monitoriza adicionalmente el correcto funcionamiento de los componentes de cada unidad radar y analiza los mismos para la gestión remita de alertas.

Su enlace telemático con la plataforma de IOT medioambiental y a su vez con la de Big-data transversal nos permite estudiar el impacto de este avanzado sistema desde las diferentes vertientes de la sostenibilidad, siendo la social la más beneficiada aunque sin duda la reducción del tiempo de aparcamiento impactará también en la medioambiental así como generará una importante satisfacción del usuario.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Áreas competentes del Ayuntamiento.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos

- a. Plataforma y sistema radar de control de aforos en funcionamiento

Indicador de seguimiento:

- N° de registros del sistema
- Tiempo de funcionamiento continuado
- N° de informes de afluencias realizado

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G6 Sistema de geolocalización y apoyo a la seguridad de personas de colectivos desfavorecidos.

Necesidades a cubrir

Aportar un sistema de geo-localización de bajo consumo energético y un coste operativo bajo que permita la solicitud de ayuda telemática para personas de colectivos que requieran, por motivos de seguridad o de calidad de vida, atención especial en casos de emergencia.

Objetivos Específicos

- Generar una solución de geolocalización en Benicàssim.
- Activar un sistema de aviso o emergencia, eficiente en cuanto su sencillez de uso y operatividad.
- Conseguir que el servicio tenga un coste muy asequible y buena cobertura en Benicàssim.
- Mejorar la cobertura de la red LORA en interiores y en lugares opacos al GPS.

Descripción

Los colectivos desfavorecidos requieren una atención especial para la mejora de su calidad de vida y Benicàssim quiere innovar aportando una solución para que ciudadanos y turistas con necesidades especiales de control y monitorización.

La tecnología de red LoRa, de baja potencia pero largo alcance que instalará Benicàssim en varios edificios públicos, es una excelente solución de conectividad bidireccional que permite además la localización de una persona que porte un simple localizador LoRa, sin el coste de las comunicaciones móviles. Esta red con cobertura en una gran parte del territorio, tanto en interiores como en exteriores aporta en determinados casos y escenarios una precisión mayor que la de un GPS, pudiendo actuar en interiores.

Estos localizadores de pulsera o estilo tracker, muy usados también en vehículos, pueden incluir un botón de emergencia y aprovecharán la red LoRa de Benicàssim para transmitir sus avisos o simplemente su posición. Los usuarios podrán hacerlo sin ningún coste.

Por ello pueden ser utilizados para proteger a diferentes colectivos que lo requieren como víctimas de violencia de género, para localizar personas mayores con patologías mentales o que simplemente desean sentirse más seguras así como a niños que puedan haberse extraviado en actividades lúdicas como por ejemplo en la playa.

La red y la plataforma de gestión de tracking personas o activos da también soporte a una generación de dispositivos LoRa de I-Salud que mediante pulseras y sistemas más avanzados permiten el seguimiento biométrico y que pueden también conectarse a esta red IOT abierta, desarrollada para mejorar la seguridad y calidad de vida de nuestros turistas y ciudadanos.



Pulsera LORA-GPS



En este sentido, para promover la adecuada gestión del sistema de geolocalización avanzada de Benicàssim se requerirá de:

1. La red de telecomunicaciones de baja potencia LoRa (Actuación S5)
2. Equipos de localización personal
3. Asistencia y formación Técnica para el personal de las áreas de seguridad municipal.
4. Software avanzado para el análisis transversal de Bigdata turístico.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Concejalías implicadas

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Aportar un nuevo sistema de localización con aviso de emergencias.
- Sencillez de uso y operatividad
- Involucrar a agentes locales que puedan ser beneficiarios en materia.

Indicador de seguimiento:

- N° de transmisiones realizadas al año
- Presupuesto requerido para la sostenibilidad del servicio
- N° de trackers LoRa en uso por sus beneficiarios

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G7 Creación de un Órgano de Sostenibilidad

Objetivos Específicos

- Reforzar el funcionamiento del ente gestor del turismo de Benicàssim para una correcta gestión del Plan Estratégico de Turismo Sostenible.
- Incrementar la satisfacción en el uso de los servicios que presta el Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim
- Mejorar la eficiencia y la eficacia en los procesos de funcionamiento del Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim.

Descripción

Los principales retos del presente y del futuro en materia de sostenibilidad deben plantearse desde una perspectiva global e integradora y han abordarse desde la administración pública de forma transversal a todas las áreas de gobierno. Esto es colaborando unas con otras y enfocando los esfuerzos en un mismo sentido, así es como lo indica la propia Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, y recalca dicha necesidad como única vía para construir sinergias y alianzas entre agentes y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de manera exitosa.

Benicàssim, como municipio comprometido con los ODS y con la sostenibilidad, debe garantizar el desarrollo sostenible a todos los niveles. Hasta la fecha, el compromiso asumido por el consistorio se ha caracterizado por la realización de actuaciones esporádicas y sin una interconexión, lideradas por diversas concejalías, pero sin el establecimiento de una hoja de ruta concisa y ordenada que permitiera definir un cronograma específico, evaluar la eficacia de cada actuación en materia de sostenibilidad y avanzar año tras año en materia de sostenibilidad desde las diferentes concejalías.

Para ello, desde la Concejalía de Desarrollo Sostenible se propone la creación del Órgano Gestor de Sostenibilidad que garantice el cumplimiento de los ODS tanto a nivel interno como externamente y que permita unificar esfuerzos en la consecución de objetivos de sostenibilidad municipales en beneficio del bien común.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Desarrollo Sostenible.

Agentes involucrados: **Áreas del** Ayuntamiento de Benicàssim así como agentes y grupos de interés del municipio en materia de sostenibilidad.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Mejorar la comunicación interna entre concejalías en materia de sostenibilidad.
- Llevar a cabo un registro continuo de acciones en materia de sostenibilidad.
- Aumentar la posibilidad de éxito ante posible financiación europea.
- Llevar a cabo un seguimiento continuo de indicadores de sostenibilidad.
- Involucrar a agentes locales que puedan ser de interés en materia.

Indicador de seguimiento:

- N° de sesiones realizadas al año
- Presupuesto para la gestión y coordinación del órgano
- N° de proyectos realizados en materia de sostenibilidad al año

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional**G8 Programa formativo y premios RSC para impulsar la sostenibilidad en el sector hostelero y comercios****Objetivos Específicos**

- Sensibilizar al sector hostelero sobre la necesidad de incluir criterios de sostenibilidad en su gestión diaria y formarles en materia de turismo sostenible, buenas prácticas ambientales y RSC de una forma teórico-práctica a través de charlas y talleres prácticos.
- Servir de apoyo para crear alianzas entre los diferentes establecimientos.
- Formar en materia de turismo sostenible, responsabilidad social corporativa y sostenibilidad en el sector de la hostelería, alimentación y cocina sostenible y buenas prácticas ambientales en el sector.

Descripción

Se trata de lanzar un proyecto formativo orientado a empresarios del sector hostelero benicense y al comercio.

Para dotar de herramientas en el sector que fomenten la gestión sostenible, se propone un ciclo de formaciones teórico prácticas entre el personal de los diferentes establecimientos hosteleros y orientadas a diferentes puestos de trabajo.

Las formaciones se realizarán en varios bloques y en la parte práctica se intentará impartir con algún caso de éxito del sector:

- Bloque 1: Responsabilidad Social Corporativa (para gerentes, directores y personal responsable)
- Bloque 2: Alimentación y cocina sostenible (para personal de cocinas y responsables de compras)
- Bloque 3: Buenas prácticas ambientales (para personal de sala, limpieza, mantenimiento, etc.).
- Bloque 4: Turismo sostenible (para administrativos, comercial y ventas).

Al finalizar la fase formativa, se lanzarán los premios en materia de sostenibilidad del sector, cuya finalidad será la de premiar las buenas prácticas del sector en materia de sostenibilidad.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Desarrollo Sostenible
Agentes involucrados: Ayuntamiento de Benicàssim y colectivo de hostelería y comercios locales.
Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3
Resultados previstos: <ul style="list-style-type: none">• Fomentar la sostenibilidad en el sector hostelero y comercios locales.• Formar en materia de sostenibilidad del sector para mejorar la profesionalización y diferenciación del sector.• Promover buenas prácticas en el sector y premiar aquellas actuaciones destacables.
Indicador de seguimiento: <ul style="list-style-type: none">▪ N° de establecimientos que realicen las formaciones▪ N° premios concedidos

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G9 Redacción y publicación de cartas de servicios internos

Objetivos Específicos

- Diseñar cartas de servicios prestados por el ayuntamiento para el conocimiento de la ciudadanía.
- Mejorar la transparencia en las comunicaciones con la ciudadanía.

Descripción

Se llevará a cabo una recopilación de servicios de cada área del consistorio para después poder plasmarlo en diferentes dípticos informativos.

Una vez diseñados y maquetados los dípticos se imprimirán y se repartirán a modo informativo en los diferentes edificios públicos del ayuntamiento.

Igualmente, se publicarán a través de redes sociales, y web municipal.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Desarrollo Sostenible

Agentes involucrados: Concejalías implicadas

Período Ejecución: Año 1

Resultados previstos:

- Disponer de cartas de servicios bien definidas para dar a conocer una manera transparente los servicios municipales.

Indicador de seguimiento:

- N° dípticos entregados

Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional

G10 Plan de formación continua en Nuevas Tecnologías y TICS

Objetivos Específicos

A través de charlas y talleres prácticos;

- Conseguir una alta familiarización con los sistemas de gestión y con los sistemas CMS municipales para generación y edición de contenidos web por parte del personal municipal y otros usuarios de los servicios.
- Aportar la formación para el correcto uso de los sistemas de E-Marketing digital con capacidad de generar campañas publicitarias
- Aportar la formación para el correcto uso de los sistemas de Encuestas digital con capacidad de generar encuestas y sondeos electrónicos.
- Formar en materia de tecnología disponible para alcanzar el turismo sostenible, responsabilidad social corporativa y sostenibilidad en el sector de la hostelería, alimentación y cocina sostenible y buenas prácticas ambientales en el sector.

Descripción

Se trata de lanzar un proyecto formativo orientado al personal municipal para obtener el máximo beneficio en el aprovechamiento de las herramientas digitales que este proyecto pone a su alcance para mejorar su competitividad.

El proyecto pretende además acercar el uso de nuevas tecnologías IOT mediante demostraciones con nuevos dispositivos que gracias a las plataformas telemáticas municipales para aplicaciones IOT de la red permitirán al personal municipal y empresarios colaboradores para su participación en acciones de medida de parámetros medioambientales y de eficiencia energética con el objetivo del cumplimiento colaborativo de los ODS y Agenda 2030.

Las formaciones se realizarán en varios bloques y en la parte práctica se intentará impartir con algún caso de éxito del sector:

- Bloque 1: Sistema CMS de edición de contenidos
- Bloque 2: Sistemas de E-marketing
- Bloque 3: Sistema de Encuestas y Sondeos
- Bloque 4: Sistemas IOT Medioambientales
- Bloque 5: Sistemas IOT Localización
- Bloque 6: Sistemas IOT: Eficiencia Energética

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Territorio Inteligente

Agentes involucrados: Ayuntamiento de Benicàssim y colectivo de hostelería y comercios locales.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Fomentar la digitalización en el sector hostelero y comercios locales.
- Formar en materia de nuevas tecnologías para la sostenibilidad para mejorar la profesionalización y diferenciación del sector.
- Promover el mejor aprovechamiento de las herramientas que el proyecto pone a su alcance para conseguir resultados destacables.

Indicador de seguimiento:

- N° de establecimientos y personal municipal que realicen las formaciones
- N° de establecimientos que usen las herramientas digitales del Plan

5.2 Sostenibilidad Turística.

El desarrollo turístico sostenible es claramente dependiente del modelo urbano-territorial y turístico del destino. El turismo tiene una relación muy estrecha con el hecho urbano, donde el territorio es soporte y elemento básico de la experiencia turística. En este contexto, la sostenibilidad forma parte indisociable de los procesos de renovación urbano-turística que comprenden diversos ámbitos de actuación:

- Protección y mejora del paisaje y del entorno urbano.
- Transporte y movilidad sostenible.
- Revitalización comercial.
- Renovación y reconversión de espacios urbanos y naturales degradados
- Gestión sostenible de recursos patrimoniales, espacios de calidad ambiental, etc.
- “Desurbanización” y ampliación de espacios públicos.

El notable peso de la sostenibilidad en el paradigma de los territorios inteligentes obedece a la creciente concentración urbana de la población y a la necesidad de reconducir procesos urbanos que afectan negativamente a la sostenibilidad. Entre estos procesos cabe señalar el excesivo consumo de recursos, las dificultades para el tratamiento de los residuos, y también la llegada de visitantes destino que supone un incremento del consumo de recursos y la cogestión de determinados espacios.

En este sentido, la estrategia de desarrollo turístico ha de estar orientada a actuar sobre los factores que inciden de manera directa en la sostenibilidad del territorio, contribuyendo a generar un espacio con mayor calidad de vida para los residentes, al tiempo que propicie una mayor calidad de la experiencia turística para sus visitantes.

Los objetivos de esta línea son:

- Promover la accesibilidad universal en Benicàssim.
- Impulsar el desarrollo de modelos de movilidad sostenible.
- Promover el desarrollo sostenible mediante el desarrollo de políticas orientadas al cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030, así como a mitigar el cambio climático.
- Fomentar la mejora o implantación de certificaciones de sostenibilidad para el destino y empresas.
- Impulsar la mejora o implantación de tecnologías ambientales de mitigación dl cambio climático en los equipamientos públicos.

- Promover la restauración de espacios urbanos degradados de interés cultural y/o patrimonial, contribuyendo a la cohesión urbana y a la recuperación de ámbitos de convivencia ciudadana.
- Fomentar el desarrollo del turismo en el marco de un modelo de municipio amigable, accesible, sostenible, en la que la experiencia turística es compatible con la calidad de vida de sus habitantes.

Cuadro 2. Actuaciones de la Línea Sostenibilidad

Sostenibilidad Turística	
S1	Benicàssim Accesible - Plan de Accesibilidad Turística
S2	Plan de educación y sensibilización ambiental del municipio
S3	Aula de educación ambiental y observatorio de cambio climático en la playa
S4	Plan de Movilidad Urbana y Sostenible de Benicàssim
S5	Red de telecomunicaciones LoRa municipal para interconexión de sistemas IOT
S6	Red IOT de medida y análisis Bigdata medioambiental
S7	Edificios públicos descontaminantes con nanotecnología y luz solar

S1 Benicàssim Accesible - Plan de Accesibilidad Turística

Objetivos Específicos

- Elaborar un Plan de Accesibilidad Turística que facilite la visita turística y la movilidad de todas las personas, incluidas aquellas con alguna discapacidad, colaborando con las entidades europeas y nacionales¹⁰ que trabajan para conseguir que el turismo sea efectivamente accesible para todos.
- Sensibilizar al conjunto del sector empresarial de Benicàssim relacionado con el turismo sobre la necesidad de incorporar la accesibilidad como criterio en el diseño de sus servicios y productos.

Descripción

Aunque el crecimiento del turismo genera oportunidades, su desarrollo debe hacerse con equidad porque no siempre todos los segmentos de la sociedad pueden disfrutar por igual de los atractivos y servicios turísticos. La falta de equidad es especialmente lamentable cuando afecta a personas con movilidad reducida, por edad o por alguna discapacidad, que deberían participar y disfrutar de las actividades turísticas con la misma facilidad que cualquier otro viajero.

El “Código Ético Mundial para el Turismo”¹¹, suscrito por una buena parte de la industria y las entidades responsables de la planificación turística, pide explícitamente que se aliente y facilite la práctica del turismo de todas las personas, incluidas aquellas con alguna discapacidad. Facilitar el derecho a viajar a las personas con discapacidad o movilidad reducida debería ser un elemento básico y transversal de cualquier política de turismo responsable y sostenible. Hay que recordar que la población con algún tipo de movilidad reducida incluye también a las personas de la tercera edad por lo que, en conjunto, la población con movilidad reducida es un importante segmento del mercado y en gran parte con alta capacidad de gasto.

Benicàssim es especialmente adecuada, dada su orografía y urbanismo, para convertirse en un destino turístico accesible pero, aunque ya hay alguna iniciativa en este sentido en el municipio (playas accesibles), la accesibilidad debe ser integral y estar presente en todos los atractivos, instalaciones, productos y servicios turísticos porque, como se ha indicado ya, no

10

Red Europea para el Turismo Accesible (ENAT), la ONCE, la Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (PREDIF), el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) y otras

11

El “Código Ético Mundial para el Turismo” fue elaborado por la Organización Mundial de Turismo y refrendado en 2001 por la Asamblea general de las Naciones Unidas

solo es una cuestión de igualdad, sino también de tener en cuenta las ventajas económicas que la accesibilidad entraña para los destinos turísticos.

En este sentido se llevará a cabo el siguiente plan de trabajo:

- 1.º. Diagnóstico de accesibilidad turística de Benicàssim y plan de mejora de infraestructuras, instalaciones y servicios, tanto públicos como privados.
- 2.º. Colaboración y supervisión de la Certificación UNE 170001-1:2007 de accesibilidad universal en el municipio y en los activos turísticos.
- 3.º. Creación de un grupo de trabajo de Accesibilidad Turística de Benicàssim, con la participación de las administraciones local, provincial, y autonómica, universidades, centros tecnológicos, empresas y otras organizaciones, para diseñar planes y acciones coordinados.
- 4.º. Participación en proyectos locales, nacionales e internacionales dirigidos a desarrollar mejoras en sostenibilidad turística: Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), Organización Internacional de Turismo Sostenible (OISTO), Red Europea de Turismo Accesible (ENAT), Red Española de turismo accesible (Red Estable), Covenanton Demographic Change, City Access Award de la CE, plataformas y acciones de marketing como Socialtourism, Tourism4all, etc.
- 5.º. Promoción de la oferta turística accesible mediante soportes especializados y acciones de marketing a colectivos específicos.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim, Consejo Sectorial. Área de Medio. Área de Seguridad y Movilidad. Área de Desarrollo Sostenible. Delegaciones de PREDIF, CERMI y otras entidades que trabajan para facilitar el desplazamiento y los viajes de personas con capacidad de movilidad reducida.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Se han identificado las necesidades de accesibilidad en los recursos y atractivos del municipio.
- Se trabaja en coordinación con las diferentes Áreas del Ayuntamiento implicadas, en la implementación de las acciones definidas en el Plan de Mejora para la Accesibilidad Turística de Benicàssim.

Indicador de seguimiento:

- Diagnóstico de Accesibilidad Turística y Plan de Mejora.
- N° de acciones de mejora identificadas.
- Firma de acuerdos con entidades internacionales y nacionales que trabajan para facilitar la movilidad de personas con capacidad reducida.
- Firma de acuerdos entre empresarios turísticos locales y operadores turísticos especializados en turismo para viajeros con capacidad de movilidad reducida.

Sostenibilidad Turística

S2 Plan de educación y sensibilización ambiental del municipio

Objetivos Específicos

- Elaborar un Plan de educación ambiental transversal a varias concejalías implicadas y con el apoyo de diferentes grupos de interés involucrados del municipio; centros educativos, asociaciones, ONG's. etc.
- Mejorar la sensibilización ambiental de la ciudadanía a través de la formación en materia y mediante diferentes vías óptimas de comunicación.
- Fomentar una cultura más sostenible en el municipio y favorecer el sentido de pertenencia por parte de la ciudadanía en general a un territorio de elevada riqueza natural y paisajística.

Descripción

Se prevé la redacción conjunta de un plan de educación y formación ambiental y en materia de desarrollo sostenible del municipio coordinado por la concejalía de Desarrollo Sostenible, pero con la participación de la Concejalía de Medio Ambiente, Educación, Ciclo del Agua, Cultura, Sanidad, Información ciudadana y Turismo.

Tras la redacción del mismo, se llevarán a cabo las formaciones en materia identificadas por grupos de interés y un diagnóstico y análisis final del grado de efectividad de cada curso.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Turismo, Desarrollo Sostenible, Medio Ambiente, Educación, Cultura, Sanidad, Ciclo del Agua, Información ciudadana y agentes locales.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Actuar estratégicamente sobre la población más vulnerable en materia de educación ambiental, por ejemplo, la población con menos recursos, población infantil y mayores, colectivos relacionados actividades que requieran un uso y consumo de recursos naturales, empresas del sector turístico, personal interno del ayuntamiento, etc.
- Formar a todos aquellos colectivos que más requieren este tipo de formación en materia ambiental, de cambio climático, de optimización de recursos, de valorización del patrimonio natural, etc.
- Llevar a cabo un seguimiento de cada formación y evaluar su efectividad, así como el grado de entendimiento y puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por parte de la ciudadanía o turistas del municipio.

Indicador de seguimiento:

- N° de formaciones realizadas
- Valoración del grado de efectividad de cada formación.
- Resultados de encuesta anual sobre el grado de sensibilización por cuestiones ambientales.

S3 Aula de educación ambiental y observatorio de cambio climático en la playa

Objetivos Específicos

- Restaurar la antigua Biblioteca del Mar con criterios de arquitectura e interiorismo sostenible para transformarla en un aula medioambiental orientada a acciones de educación y sensibilización de los ecosistemas marinos.
- Elaborar un programa lúdico didáctico para la temporada estiva y durante el invierno que genere contenidos llamativos para grupos de interés concretos; familias, niños y niñas, comunidad científica, etc.
- Crear un espacio que sirva de espacio interactivo para promover la ciencia, el conocimiento y el desarrollo sostenible sirviendo de atractivo turístico y ofreciendo actividades innovadoras.

Descripción

Benicàssim cuenta con recursos naturales de excepcional valor. Sus playas son un atractivo reclamo para turistas que quieren disfrutar del deporte acuático, de sus playas extensas de arena o de las aguas del mar Mediterráneo. Para poner en valor este ecosistema natural, la ciudadanía y el turista debe conocer cómo conservarlo de forma que se garantice el desarrollo sostenible y su protección para futuras generaciones.

La educación ambiental en este sentido es fundamental para concienciar sobre los peligros climáticos asociados a la regresión de la costa, a la alteración de los fondos marinos y la protección de la biodiversidad. Para ello, se propone la restauración de una construcción situada actualmente en el paseo marítimo y transformarla en un “Aula de educación ambiental”, que permita generar actividades y contenidos en materia de educación ambiental con el fin de promover conductas más respetuosas con el entorno en general y en particular, con la protección del ecosistema.

Igualmente, este espacio para la educación ambiental será un punto atractivo donde realizar actividades lúdico-didácticas a lo largo de la temporada estiva y durante el invierno, que constará de numerosas actividades para público infantil y familiar, exposiciones relacionadas con la protección del ecosistema y actividades prácticas en la costa que permitirán entretener al público al mismo tiempo que se fomente el cuidado y respeto por las playas, los fondos marinos y las especies que allí habitan.

Se propone la reforma de la antigua Biblioteca del Mar, situada en el paseo marítimo a fin de convertirla en un aula de educación ambiental. Dicha reforma tendrá en cuenta aspectos relacionados con la arquitectura sostenible, integrando materiales más sostenibles, vegetación y un espacio exterior armonizado.

El desarrollo del proyecto llevará consigo la redacción y puesta en marcha de un proyecto lúdico didáctico en materia medioambiental que integre actividades en la playa dinámicas y sesiones teóricas de educación ambiental.

Los contenidos fundamentales del proyecto serán:

- El conocimiento de los ecosistemas marinos locales.
- El estudio de la biodiversidad marina y sus principales amenazas.
- El Cambio Climático y sus causas y consecuencias integrando las buenas prácticas para hacer frente a los peligros que conlleva la actual crisis climática.
- La importancia de los hábitos sostenibles en el día a día para proteger estos ecosistemas necesarios para la vida.

Se pretende ofrecer acciones gratuitas y subvencionadas por el ayuntamiento en parte para cursos de verano o actividades específicas.

Igualmente, será un punto de encuentro para la realización de charlas y ponencias relacionadas con la sostenibilidad y de exposiciones que pongan en valor la protección del medio marino.

Igualmente, se pondrá a disposición de agentes y asociaciones locales que soliciten previamente el espacio para la realización de actividades afines sin ánimo de lucro y podrán combinarse las actividades teóricas con cursos específicos relacionados con los deportes acuáticos teniendo en cuenta la colaboración de diferentes clubes y asociaciones de deportes acuáticos locales.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Desarrollo Sostenible

Agentes involucrados: Área de Desarrollo Sostenible, Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim, Área de Territorio Inteligente. Asociaciones y entidades locales afines a la causa.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- a. Se prevé aumentar el grado de sensibilización en materia de protección ambiental por parte de turistas y ciudadanía.
- b. Las actividades y cursos serán una alternativa al turismo familiar durante la temporada de verano.
- c. La construcción sostenible favorecerá la imagen en la costa y servirá para sensibilizar también a locales de la zona en cuanto a alternativas de construcción sostenible.
- d. El aula ambiental permitirá conocer mejor la valoración de turistas de nuestro entorno natural y se fomentará la puesta en valor de estos ecosistemas como recurso valioso en el municipio.
- e. La creación de este espacio puede ser un aliciente a la hora de realizar exposiciones al aire libre y un nuevo espacio disponible para la ciudadanía.
- f. La ampliación de la duración de esta estructura en otras estaciones del año puede favorecer las visitas de escolares o turistas para desestacionalizar el turismo actual.
- g. La restauración permite la optimización de los recursos frente a la compra de una estructura nueva.

Indicador de seguimiento:

- N.º de asistentes a cursos
- N.º de acciones comunicativas y campañas de educación
- N.º de entidades solicitantes del espacio
- N.º de turistas que han pasado por la instalación
- Resultado de la encuesta sobre calidad del servicio

Sostenibilidad Turística

S4 Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS)

Objetivos específicos:

- Disminución de atascos y de los efectos derivados de la congestión: ruido, contaminación atmosférica, contribución al efecto invernadero y accidentes.
- Disminución del consumo de energías no renovables, promoviendo el consumo del uso de combustibles renovables, como los biocombustibles, y otras energías más limpias.
- Reducción del tiempo de viaje.
- Mejora de los servicios de transporte público.
- Recuperación del espacio público disponible, al tener que destinarse menos al tráfico e infraestructuras.
- Mejora, en consecuencia, de las condiciones de accesibilidad para todos los habitantes, incluidas las personas con movilidad reducida.
- Mejora de la salud de los habitantes gracias a la reducción de la contaminación y el ruido, y también gracias a la promoción del uso de los modos a pie y en bicicleta (modos más saludables), así como la delimitación de áreas de la ciudad de baja contaminación.
- Mejora de la calidad del medio ambiente urbano y de la calidad de vida de los habitantes.

Descripción

Los hábitos actuales de movilidad en la ciudad se caracterizan por una expansión urbana continua y una dependencia creciente respecto del vehículo privado, produciendo un gran consumo de espacio y energía y unos impactos medioambientales que ponen de relieve la necesidad de lograr un sistema de transporte urbano bien concebido que sea menos dependiente de los combustibles fósiles. Benicàssim es un municipio que, dado, su crecimiento poblacional con los años ha ido precisando un plan estratégico cohesionado en materia de movilidad que cubriera las nuevas necesidades en materia:

- Mejorar la seguridad vial favoreciendo al peatón, ciclistas y motoristas.
- Promover otras formas de desplazamiento más sostenibles asociadas a la movilidad sostenible.
- Mejorar la accesibilidad.
- Disminuir atascos, ruido, contaminación en general.

La necesaria creación del PMUS en Benicàssim supondrá un valor añadido excepcional no solo para la ciudadanía y el tejido económico sino también para el sector turístico.

El interés y compromiso por integrar activamente la componente ambiental en las políticas y planes acción hace más necesaria que nunca la implantación de esta medida que sin duda permitirá hacer frente a los objetivos asumidos por el consistorio en materia de adaptación al cambio climático y mejora de la calidad de vida.

La metodología de redacción del PMUS se centrará en las siguientes fases:

Fase 1: Organización y puesta en marcha del proceso. Plan de trabajo, prediagnóstico, fase participativa, etc.

Fase 2: Prediagnóstico y objetivos generales.

Fase 3: Análisis y diagnóstico.

Fase 4: Elaboración del plan

- Definición de objetivos
- Selección de medidas
- Definición de indicadores
- Definición de escenarios
- Estrategia a seguir
- Redacción del plan
- Búsqueda de financiación

Fase 5: Puesta en práctica. Participación pública y puesta en marcha del Plan de Acción.

Fase 6: seguimiento, medición y medidas correctoras.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Seguridad y Movilidad,

Agentes involucrados: Área de Desarrollo Sostenible, Área de Urbanismo, Área de Medio Ambiente, Área de Territorio Inteligente.

Período Ejecución: Año 1

Resultados previstos:

- Obtener el primer PMUS de Benicàssim

Indicadores de seguimiento:

- Elaboración del Plan de Movilidad Urbana y Sostenible de Benicàssim

Sostenibilidad Turística

S5 Red de telecomunicaciones LoRa municipal para interconexión de sistemas IOT

Objetivos Específicos

- Diseñar la topología de la red LoRa
- Instalar la infraestructura y ponerla en funcionamiento
- Conseguir aportar cobertura total en exteriores
- Aportar conectividad LoRa en interiores

Descripción

La red de sensores y equipos de medida que conforman el proyecto IOT de Benicàssim conlleva obligatoriamente a la puesta en marcha de una red LoRa municipal, que funciona en una banda libre, aporta gran cobertura incluso en interiores, emitiendo con baja potencia y es capaz de conectar miles de sensores y sistemas muy variados como geolocalizadores, pulseras de biometría, contadores, radares... a través de una red de bajo coste, es sin duda una necesidad a cubrir para que estas redes con miles de sensores que aportan información medioambiental precisa e instantánea sean capaces de transmitir sus datos y su estado sin coste recurrente alguno de comunicaciones para ser sostenibles económicamente.

Benicàssim cuenta con recursos naturales de excepcional valor, que requieren de una red de sensorística avanzada para el control de su salud vegetal o el control de sus accesos. Igualmente necesita conocer la calidad del agua que se consume en el municipio y de la calidad de aire que se respira y más ahora al estar sufriendo una pandemia. Por supuesto al tener zonas urbanas declaradas ZAS, requiere tener un sistema de control de la contaminación acústica. Dado que por la Agenda 2030 estará obligado a demostrar su eficiencia energética y la generación sostenible de energía.

Todo ello indica que serán necesarios, de ahora en adelante, un amplio conjunto de sensores que monitoricen, midan y envíen un gran conjunto de datos, que de realizarse a través de redes 2G, 3G, 4G o incluso 5G supondrán tener que usar una tarjeta SIM que conllevará costes mensuales de por vida por cada uno de estos elementos que hacen posible las redes IOT.

Adicionalmente las capacidades de una red LoRa municipal con varios nodos estratégicamente situados como la planeada en el proyecto de sostenibilidad turística permite ser usada como sistema de geolocalización y su capacidad de envío y recepción de datos permite que sea usada para sistemas de aviso de emergencias.

Por ello la puesta en marcha de una red LoRa municipal, que funciona en una banda libre, aporta gran cobertura incluso en interiores, emitiendo con baja potencia y es capaz de

conectar miles de sensores y sistemas muy variados como geolocalizadores, pulseras de biometría, contadores, radares, a través de una red de bajo coste, es sin duda una necesidad a cubrir para que estas redes con miles de sensores que aportan información medioambiental precisa e instantánea sean capaces de transmitir sus datos y estado sin coste recurrente alguno, siendo sostenibles económicamente.

La red se plantea con 8 nodos de exterior de alta cobertura y un conjunto de 10 repetidores de interior de muy baja potencia que se instalarán para complementar la señal, ambos basados en tecnología KERLINK uno de los fabricantes más reputados en esta gama de equipos para redes LORA. Dichos nodos se monitorizan, configuran y gestionan íntegramente de forma remota desde la plataforma SaaS de gestión de red LoRa.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Concejalías implicadas.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Red operativa en primera anualidad y más extensa cobertura en la mayoría de exteriores del municipio en la segunda anualidad
- Plataforma de gestión de red totalmente operativa en primera anualidad
- Aumento progresivo de los nodos conectados
- Diversidad de aplicaciones verticales IOT soportadas

Indicador de seguimiento:

- Tipos diferentes de sistemas IOT conectados a la red a la red LoRa
- N° de equipos M2M / IOT conectados a la red a la red LoRa
- N° de registros de datos gestionados e informes emitidos por la plataforma

Sostenibilidad Turística

S6 Red IOT de medida medioambiental y análisis de Bigdata

Objetivos Específicos

- Diseñar la topología de la red de sensores
- Instalar el equipamiento y ponerlo en funcionamiento en la primera anualidad
- Utilizar conectividad LoRa en nodos interiores y exteriores
- Aportar datos útiles a nivel medioambiental y de salud pública a través de LoRa.
- Desplegar sensores para medir y registrar centralizadamente:

Descripción

Un factor clave para la sostenibilidad medioambiental es la medida a tiempo real de los parámetros que nos indican a través de sensores y otros equipos de medida diseminados por el municipio instalados en edificios o instalaciones municipales, el nivel real de calidad del aire que respiramos, el agua que bebemos, el ruido que soportamos, nuestros niveles de consumo y eficiencia energética. Por ello Benicàssim necesita de la puesta en marcha de una red IOT multifuncional para que las acciones y los resultados de este plan de sostenibilidad sean medibles y más satisfactorios al poder conocer la necesidad de adoptar determinadas medidas correctoras.

Por ello el proyecto IOT de Benicàssim se asocia a la puesta en marcha de la red LoRa municipal, que funciona en una banda libre, aporta gran cobertura incluso en interiores permitiéndonos una rápida instalación e interconexión de miles de sensores a través de esta red de bajo coste para generar una útil red de medida de parámetros medioambientales, que además nos aporta pruebas del cumplimiento de los ODS y la Agenda 2030.

Benicàssim necesita de la puesta en marcha de una red IOT multifuncional para que las acciones y los resultados de este plan de sostenibilidad sean medibles para poder adoptar determinadas medidas correctoras en caso de ser necesarias.

Este destino turístico ya tiene reconocimientos por la calidad de su aire municipal y queremos potenciar esta ventaja competitiva. Cuenta con recursos naturales de excepcional valor, que requieren de una red avanzada para el control de su salud vegetal, sus repercusiones medioambientales positivas en la calidad del aire, así como determinar cómo afecta la polución urbana a su entorno natural. Por ello contar con una red de 4 nodos fijos y 2 móviles capaces de medir gases urbanos y niveles de partículas PM25 nos permite sensorizar adecuadamente la calidad del aire en nuestro municipio.

Igualmente necesita conocer la calidad del agua que se consume en el municipio y más ahora al estar sufriendo una pandemia. Por ello se proponen 3 nodos medidores fijos y otros 3 móviles capaces de medir los parámetros que pueden afectar a la calidad del agua urbana. Los equipos móviles nos permiten sondear la calidad en cualquier punto del municipio, asegurando la salubridad de las redes de distribución.

Por supuesto al tener zonas urbanas declaradas ZAS, el destino requiere tener un sistema de control de la contaminación acústica. Por eso se propone incorporar 4 nodos fijos y 2 móviles para medir dicha contaminación acústica y poder adoptar las medidas oportunas.

Dado que por la Agenda 2030 también estará obligado a demostrar su eficiencia energética y la generación sostenible de energía, se propone la instalación de 32 conjuntos de medida de consumo energético y de generación energética sostenible en edificios municipales.

Por ello la puesta en marcha simultánea de la red LoRa municipal aporta gran cobertura incluso en interiores para poder interconectar miles de capaces de transmitir sus datos y estado sin coste recurrente alguno, siendo sostenibles económicamente aportando la información medioambiental de forma precisa e instantánea.

La red se plantea con 8 nodos de exterior de alta cobertura y un conjunto de 10 repetidores de interior de muy baja potencia que se instalarán para complementar la señal, ambos basados en tecnología KERLINK uno de los fabricantes más reputados en esta gama de equipos para redes LORA.

Dichos nodos se monitorizan, configuran y gestionan íntegramente de forma remota desde la plataforma SaaS de gestión de red medioambiental, que también se encarga de su almacenamiento, análisis y representación gráfica.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Concejalías implicadas

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Red operativa de 4 tipos de sensores en primera anualidad
- Plataforma de gestión de redes IOT verticales operativa en primera anualidad
- Enlace de plataforma de Bigdata medioambiental con la de análisis transversal
- Enlace de la plataforma de Bigdata medioambiental con “SMARTVILLAGES”
- Aumento progresivo de los nodos conectados
- Uso de los nodos móviles de forma continuada

Indicador de seguimiento:

- Tipos diferentes de sistemas IOT conectados a la Plataforma medioambiental
- N° de equipos M2M / IOT conectados a la Plataforma medioambiental
- N° de registros de datos gestionados e informes emitidos por la plataforma m.
- Uptime de la plataforma de red y de la propia red de nodos sensores

Sostenibilidad Turística

S7 Edificios públicos descontaminantes con nanotecnología y luz solar

Objetivos Específicos

- Generar una solución solar de descontaminación urbana en Benicàssim
- Activar un sistema de aviso o emergencia, eficiente en cuanto su sencillez de uso y operatividad.
- Conseguir que el servicio tenga un coste muy asequible y buena cobertura en Benicàssim.
- Mejorar la cobertura de la red LORA en interiores y en lugares opacos al GPS

Descripción

Existen pocas alternativas para reducir la contaminación urbana sin menoscabar la actividad económica, la movilidad o la accesibilidad.

La solución que aquí se propone, es de bajo coste, no requiere de ningún suministro energético o gastos adicionales en el tiempo y aporta ventajas únicas como permitir la descontaminación y desinfección urbana utilizando únicamente la luz solar. Estamos hablando de la fotocatalisis basada en nanotecnología, una revolucionaria solución que permite crear ciudades que se auto-descontaminan al realizar una función fotosintética, en este caso fotocatalítica, muy parecida a la que realizan las plantas. Por ello queremos aplicar esta medida correctora consistente en aplicar una laca transparente sobre superficies urbanas y en especial en las de edificios municipales.

Proponemos la aplicación de una capa de nanotecnología fotocatalítica en las fachadas de los edificios públicos municipales para que generen una acción desinfectante, auto-limpiante y descontaminante de gases urbanos.

La nanocapa es un líquido que contiene las nanopartículas descontaminantes sin que se aglomeren para no perder sus propiedades excepcionales y aporta a las superficies un tratamiento especial para la mejor adhesión de las mismas a las superficies donde se aplican.

La aplicación se realiza con sistemas de spray como se aplicaría cualquier pintura, es transparente y actúa con la luz solar, mediante un mecanismo foto-químico llamado fotocatalisis, capaz de reducir los niveles de muchos gases contaminantes ya incluidos en las directivas europeas como los Óxidos de Nitrógeno, Óxidos de Azufre, Monóxido de Carbono y Compuestos Orgánicos Volátiles.

La Asociación Ibérica de la Fotocatalisis y numerosos proyectos realizados recomiendan el uso de esta avanzada tecnología de descontaminación solar en cualquier edificio de nueva construcción o en sus reformas. Ayuntamientos como Barcelona, Madrid, Bilbao, Sevilla, obligan a la aplicación de estas nanocapas solares descontaminantes.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Área de Desarrollo Sostenible

Período Ejecución: Año 1

Resultados previstos:

- Descontaminar el aire circundante a las superficies donde se aplique la nanocapa
- Desinfectar las superficies donde se aplique la nanocapa

Indicador de seguimiento:

- Calidad del aire con unidad móvil de sensor de calidad del aire
- Nivel de asepsia de la superficie (Mediante análisis CLEAN TRACE)

5.3 Desarrollo de productos turísticos

Esta línea estratégica recoge las acciones dirigidas a mejorar la orientación al mercado de los productos turísticos actuales de Benicàssim, adecuando sus componentes a las tendencias actuales de la demanda turística; así como también las actuaciones tendentes a la creación de nuevos productos que contribuyan al posicionamiento de Benicàssim en nuevos mercados y segmentos turísticos.

Los objetivos de esta línea estratégica son:

- Impulsar la adecuación al mercado de los productos turísticos de Benicàssim.
- Poner en valor los recursos y atractivos de Benicàssim contribuyendo a su configuración como productos turísticos a integrar en las ofertas del municipio.
- Promover el desarrollo de nuevos productos turísticos en el marco de la colaboración entre el sector turístico.
- Fomentar el desarrollo de una oferta turística diferenciada que proporcionen al turista la posibilidad de disfrutar de experiencias singulares y memorables.

Cuadro 3. Actuaciones de la Línea Desarrollo de Productos Turísticos

Desarrollo de productos turísticos	
DP1	Diseño y desarrollo de Experiencias Turísticas
DP2	Impulso al desarrollo del Turismo Gastronómico en Benicàssim
DP3	Impulso al Cicloturismo - Incorporación a la Red Eurovelo y Creación de un Centro BTT en Benicàssim
DP4	Impulso al desarrollo del Turismo Deportivo en Benicàssim
DP5	Desarrollo del producto Turismo de Reuniones e Incentivos en Benicàssim
DP6	Congreso orientado al turismo sostenible

Desarrollo de productos y ofertas turísticas

DP1 Diseño y desarrollo de experiencias turísticas

Objetivos Específicos

Los objetivos de esta actuación son:

- Diseñar ofertas de experiencias paquetizadas comercializables dirigidas tanto al turista como a los intermediarios del sector. Estas ofertas estarán vinculadas a los productos de Benicàssim, trasladando al mercado una oferta más diversa y atractiva que promueva la generación de pernoctaciones en el municipio.
- Incrementar la demanda turística de Benicàssim, tanto a nivel nacional como internacional.
- Fomentar la colaboración entre el sector turístico municipio mediante la elaboración conjunta de propuestas de consumo que integren diferentes elementos de su oferta turística.
- Diversificar el portafolio de productos turísticos de Benicàssim.

Descripción

Entre las debilidades que se han identificado en la fase de diagnóstico del turismo en Benicàssim, destaca el escaso desarrollo de propuestas orientadas al consumo turístico como escapadas o paquetes.

La evolución del mercado turístico, de los canales (internet) y, por supuesto, del propio comportamiento del viajero, han redefinido las tendencias en el marketing turístico, que apunta hacia un cambio en la forma en que se configura el producto turístico, no sólo como una mera agrupación de servicios, sino como una oferta integral, dinámica y flexible, que responde a una experiencia demandada por el cliente.

El reto de poner a disposición del turista productos turísticos asociados a experiencias es aún mayor y más relevante en el caso de destinos turísticos muy afectados por su concentración en demanda nacional, y que pueden reorientarse hacia mercados europeos si logran configurar su oferta poniendo en valor sus experiencias diferenciales.

Teniendo en cuenta los hábitos de los nuevos viajeros, se debe diseñar una amplia variedad de oferta de producto basada en diferentes experiencias, que permita a viajeros con distintas motivaciones, disfrutar de actividades relacionadas con su motivación principal, pero también complementar su estancia con otras actividades afines o anexas a esa actividad principal.

El eje vertebrador de los paquetes de experiencias es la emocionalidad, propuesta de valor fundamental de las ofertas que se generen.

En este sentido, las experiencias turísticas se entienden como la actividad o conjunto de actividades que producen estados emocionales positivos, que las convierten en recuerdos memorables.

De esta manera, se propone crear paquetes con precio cerrado de una o varias noches de duración y que podrán estructurarse por:

- Un componente de la oferta turística de Benicàssim con una propuesta experiencial. (p.ej.: un fin de semana en un hotel con un programa de relax y bienestar.)
- Dos o más componentes de la oferta turística de Benicàssim con una o varias propuestas experienciales (fin de semana en un hotel con un programa de relax y bienestar, con una degustación gastronómica saludable y asistencia a un evento cultural, etc.)

Los paquetes de experiencias se diseñarán con criterios de segmentación, tanto por etapa de vida:

- Parejas (sin hijos)
- Familias (con hijos)
- Seniors.
- Jóvenes (millennials).

Como por criterios motivacionales:

- Relax y Bienestar. Escapadas saludables a Benicàssim.
- Gastronomía Saludable. Escapadas gastronómicas con un componente saludable.
- Compras.
- Deportes, etc.

El diseño de estos paquetes se hará en el marco de un proceso formativo dirigido a las empresas turísticas de Benicàssim en el que se transmitirá la metodología para el diseño y creación de experiencias turísticas, que contará con prácticas que se utilizarán para el diseño de las primeras experiencias.

La promoción y comercialización posterior de estas experiencias se apoyará en las herramientas con las que cuenta el Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Área de Turismo, Consejo Sectorial, sectores turísticos: hoteles, hostelería, comercios, oferta complementaria.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Desarrollo de portafolio de experiencias turísticas de Benicàssim

Indicador de seguimiento:

- N° de empresas participantes en las acciones formativas.
- N° experiencias turísticas en el portafolio de productos de Benicàssim

Desarrollo de productos turísticos

DP2 Impulso al desarrollo del Turismo Gastronómico en Benicàssim

Objetivos Específicos

- Desarrollar el Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim.
- Fomentar la colaboración profesional en el ámbito de la gastronomía de Benicàssim, en relación con el desarrollo de un producto gastronómico diferencial e innovador.
- Incrementar la notoriedad de Benicàssim en relación con la gastronomía, en los mercados nacionales y en los internacionales objetivo.
- Impulsar el diseño de paquetes experienciales relacionados con el producto gastronómico.

Descripción

La gastronomía viene configurándose en los últimos años como un importante dinamizador del turismo en los destinos españoles, experimentando a nivel global un importante crecimiento como motivación principal o complementaria en la elección del destino de viaje.

Benicàssim cuenta con una rica y apreciada gastronomía tradicional vinculada a los productos autóctonos y a la saludable dieta mediterránea, y con una oferta de restaurantes y bares con un gran potencial, que se encuentra en un proceso de adaptación a las nuevas tendencias y a los requisitos que marcan las motivaciones y necesidades de la demanda turística actual.

Esta oferta, organizada en la Asociación de Empresarios de Hostelería de Benicàssim (Ehosbe), y con la colaboración del ayuntamiento ya está contribuyendo a dinamizar el turismo gastronómico en la localidad con la organización de jornadas gastronómicas, aunque sin una planificación a medio y largo plazo.

Benicàssim es además un referente culinario del plato valenciano más apreciado y reconocido a nivel nacional e internacional, la paella, gracias entre otras cosas a la celebración de un evento de carácter popular, el día de las paellas, que ya es una tradición del municipio.

Todo ello permite a Benicàssim cohesionar un atractivo producto gastronómico como seña de identidad y valor añadido del resto de productos turísticos del destino. La creación del Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim, que se ha iniciado recientemente, constituye el impulso necesario para favorecer el desarrollo de este importante producto turístico para el destino.

En relación con los objetivos definidos para esta actuación, se proponen las siguientes acciones:

1. Implementación del Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim. En el marco del Plan de Marketing Turístico de Benicàssim 2013-2014, se iniciaron los trabajos conducentes a la conformación del Club de Producto Turístico Gastronómico de Benicàssim, realizándose las primeras reuniones con los componentes de la oferta de restauración del municipio, tras lo que se elaboró un borrador del Manual de Producto y del Manual de Gestión; sin que se prosiguiera con el proceso de constitución del Club de Producto.

El desarrollo del Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim es crucial para la estructuración del producto gastronómico del destino, por ser una herramienta que contribuye a la innovación y colaboración entre los agentes participantes en el diseño de productos de calidad y adecuados a las tendencias de la demanda. Para su dinamización se proponen las siguientes tareas:

- a. Convocatoria de reunión con los componentes de la oferta de restauración del municipio, en la que presentar el Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim, e identificar a los establecimientos interesados en participar.
 - b. Realización de Talleres de trabajo para la elaboración definitiva del Manual de Producto y del Manual de Gestión del Club de Producto
 - c. Puesta en marcha del Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim.
2. Aprovechamiento del evento gastronómico “Día de las Paellas de Benicàssim”. Este evento gastronómico constituye una referencia a nivel regional, no sólo por el carácter propio del evento sino también por la implicación de todos los residentes en Benicàssim, que convierte este acontecimiento en una fiesta popular en torno a uno de los platos tradicionales de la cocina mediterránea. No obstante, su impacto turístico, en relación con el número de visitas que genera, es inferior a su potencial. Su organización actualmente está fundamentalmente orientada a los residentes, como no podría ser de otra manera ya que se trata de una fiesta popular.

En este sentido, se propone introducir las adaptaciones necesarias para aprovechar el evento como un argumento para visitar el municipio, conocer la gastronomía y el resto de los recursos y atractivos de Benicàssim, además en temporada baja. Para ello, se propone, en colaboración con las asociaciones sectoriales y el resto de las entidades representativas del sector turístico del municipio, diseñar paquetes específicos para acudir al “Día de las Paellas” que incluya alojamiento, participación en la realización de una paella, degustación, etc.

3. Desarrollo de Jornadas Gastronómicas. Con el objetivo de tener un mayor impacto mediático en la promoción de las excelencias gastronómicas de Benicàssim, así como con el fin de atraer más visitantes al municipio, se propone la realización de Jornadas

Gastronómicas a lo largo del año, y que pueden ser Jornadas basadas en productos (la sepia, el arroz, etc.) o de carácter temático (Jornada Gastronómica del Azahar, Jornada de la Cocina Mediterránea, etc.). En definitiva, se trata de, en colaboración con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Benicàssim, definir un conjunto de Jornadas Gastronómicas distribuidas a lo largo del año, y en colaboración con el resto de los agentes turísticos elaborar paquetes de experiencias en torno a estos eventos. A la vez que se difunden y comunican para lograr incrementar la notoriedad del municipio en el ámbito gastronómico.

Agente Responsable: Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim

Agentes involucrados: Concejalía de Turismo, Asociación de Empresarios de Hostelería de Benicàssim, Asociación de Empresarios Turísticos de Benicàssim, Asociación de Hoteles, Asociación de Comerciantes de Benicàssim.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados Previstos:

- Conformación del Club de Producto Gastronómico de Benicàssim.
- Determinación de la menos un evento gastronómico a celebrar en Benicàssim con carácter anual.
- Puesta en valor turístico del “Día de las Paellas”.
- Diseño y desarrollo de experiencias turísticas relacionadas con la gastronomía de Benicàssim.

Indicador de seguimiento:

- N° de empresas adheridas al Club de Producto de Turismo Gastronómico de Benicàssim.
- Eventos y Jornadas Gastronómicas creadas
- N° de ofertas turísticas comercializables elaboradas para incluir en el portafolio del municipio.

Desarrollo de productos turísticos

DP 3 Impulso al Cicloturismo - Incorporación a la Red Eurovelo y Creación de un Centro BTT en Benicàssim

Objetivos Específicos

- Desarrollar el producto “cicloturismo” con criterios de segmentación y en clave de experiencias orientadas a sus distintos perfiles y motivaciones vacacionales, para dotar de contenido al producto en la Web de turismo de Benicàssim y otros instrumentos de promoción.
- Promover el destino como “Benicàssim BikeFriendly” e impulsar la visibilidad de Benicàssim como destino de la Ruta del Mediterráneo de la red Eurovelo.

Descripción

El cicloturismo es hoy uno de los principales productos turísticos del portafolio de productos del turismo de intereses especiales a nivel internacional. Para países y destinos posicionados en los mercados internacionales, el desarrollo de infraestructura e instalaciones de soporte para cicloturistas ha tenido un retorno superior a otros tipos de turismo.

En Europa, los cicloturistas europeos que transitaron por la Eurovelo¹² (la red de ciclovías más importante del mundo) gastaron casi 60.000 millones de euros en 2012. Benicàssim se ubica en una de tres de las rutas Eurovelo que atraviesan la Península Ibérica, se trata de la Ruta del Mediterráneo (número 8) que conecta 11 países europeos ribereños a lo largo de 5.880 km desde Cádiz hasta la isla de Chipre.

El cicloturismo es especialmente adecuado para Benicàssim tanto por las condiciones del destino que, como se indica en la descripción de producto, dispone ya de rutas de bicicleta de montaña por el Desierto de las Palmas y de casi 15 km de carril ciclista con dos Rutas: la “Ruta Vía Verde del Mar” Benicàssim-Oropesa, y la “ruta cicloturística y paisajística” que es una de las más impactantes de la Comunidad Valenciana, como por las características del usuario que, según los datos elaborados a partir de estudios de mercado¹³ responde al siguiente perfil: Buen status social con estudios secundarios y principalmente universitarios, la edad media es de 45-55 años siendo el 40% mujeres y el 60% hombres. Viajan en pareja (el

12

Eurovelo es una red de rutas ciclistas que cruzan el continente europeo con una extensión prevista de 70.000 km de las que ya están ya en funcionamiento 45.000 km. La red fue iniciada en 1995 por iniciativa de la Federación de Ciclistas Europeos (ECF) y apoyada por la Unión Europea

13

El impacto económico del cicloturismo en Europa 2014 (Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente. Fundación de los Ferrocarriles Españoles). Síntesis de estudios realizados.

50%) o en grupos de grupos (el 30%). La duración media de un recorrido es de 8 días y gastan de media €439 por viaje.

En España se estima que los cicloturistas realizan más de 890,000 viajes que generan cerca de €390 millones y unos 80 millones de excursiones que generan €1.230 millones¹⁴.

Por otra parte, el cicloturismo, y dentro de éste, la modalidad de bicicleta de montaña es una de las apuestas del turismo en la Comunidad Valenciana que ha desarrollado para su apoyo los Centros BTT que son espacios de acceso libre preparado para los practicantes de la bicicleta todo terreno (BTT o Mountain bike), que cuentan con una red de rutas señalizadas y con una serie de equipamientos y servicios de apoyo complementarios al uso de la bicicleta.

Benicàssim forma parte del centro BTT Costa de Azahar ubicado en Torreblanca. Este centro BTT ofrece diez itinerarios entre los que se incluyen cuatro que transcurren por Benicàssim y el Desierto de las Palmas.

Dada la importancia estratégica del producto, se propone desarrollar un Grupo de trabajo formado por un técnico del Área de turismo del Ayuntamiento y por los empresarios y agentes interesados para contar con una estructura de apoyo y desarrollar las siguientes gestiones

- 1.º) Gestionar la participación de Benicàssim como destino de la Ruta del Mediterráneo de la red Eurovelo.
- 2.º) Desarrollar propuestas para incorporarlas a los Instrumentos de promoción de <http://www.eurovelo.com/en> donde se presentan las rutas que participan en la Red que cuentan con un microsite y tienen acceso a los sitios web vinculados a las rutas.
- 3.º) Explorar las opciones de crear un Centro BTT en Benicàssim en coordinación con el Centro BTT de la Costa del Azahar.
- 4.º) implementar alguno de los sellos “Cyclefriendly” que garantizan la acogida al ciclista y que destaque a los alojamientos, restaurantes y otras infraestructuras que se adecuen a los criterios requeridos por la Red Eurovelo y los Centros BTT.

Agente Responsable: Concejalía de Turismo

Agentes involucrados: Empresarios de alojamientos (hoteles y campings). Concejalía de deportes del Ayuntamiento de Benicàssim.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Incorporación de Benicàssim a la Red Eurovelo.
- Creación de un Centro BTT en Benicàssim.
- Programa de adecuación de las empresas turísticas de Benicàssim: sello cyclefriendly.
- Realización de propuestas y paquetes para el segmento de cicloturistas.

Indicador de seguimiento:

- Inclusión de Benicàssim en la Red Eurovelo
- Número de empresas que acceden al sello “cyclefriendly”
- Numero de propuestas / paquetes elaborados para el mercado cicloturista.

Desarrollo de productos turísticos

DP4 Impulso al desarrollo del Turismo Deportivo en Benicàssim

Objetivos Específicos

- Estructurar la oferta orientada a la celebración de eventos deportivos, tanto los equipamientos públicos y privados disponibles, como el resto de la oferta turística.
- Aprovechar el actual posicionamiento de la Diputación de Castellón como líder de un proyecto europeo para potenciar la relación de las administraciones locales y las organizaciones deportivas.
- Incrementar el número de eventos deportivos a celebrar en Benicàssim, y por consiguiente, el número de visitantes y pernoctaciones en el municipio.

Descripción

El turismo deportivo ha supuesto durante este primer trimestre del año en la provincia de Castellón un impacto de más de tres millones de euros, resultantes no sólo de las pernoctaciones derivadas de los grandes eventos sino también de los visitantes que genera la celebración de competiciones menores en los municipios de la provincia.

La tipología de turista deportivo que llega a la provincia de Castellón depende del tipo de prueba a celebrar, aunque predomina el familiar. El deportista suele viajar acompañado de su equipo técnico, o en el caso de ser de categorías inferiores, junto a su familia.

Son personas procedentes de toda España y en ocasiones del extranjero que en muchos casos se desplazan a la provincia durante días. Tienen como objeto principal la participación en esa competición, pero al mismo tiempo conocen el destino y sus servicios, con lo cual pueden también convertirse en futuros prescriptores como sede deportiva y como destino turístico.

En la actualidad, la Diputación de Castellón desarrolla un plan de acción para estudiar el impacto que tienen las actividades turísticas en la dinamización de las economías locales, liderando el grupo de trabajo “*Desarrollo Territorial Turismo y Nuevas Tecnologías*” que desarrolla el lobby europeo Partenalia, Red Internacional de Provincias Europeas, cuya vicepresidencia ostenta el presidente de la Diputación Provincial de Castellón. En el marco de este programa, se está trabajando en la Red ACTIVE que constituye un proyecto lanzadera que se desarrolla por la Comisión Europea en el ámbito del deporte para potenciar la cooperación y colaboración entre gobiernos locales y organizaciones deportivas.

Por otro lado, como se pone de manifiesto en el análisis de los productos turísticos del municipio, Benicàssim cuenta con una oferta de equipamientos deportivos públicos y privados que ya acogen la celebración de eventos deportivos durante todo el año.

En este sentido, la presente actuación pretende aprovechar; por un lado, el rol de liderazgo que la Diputación de Castellón está desempeñando en el marco de Paternalia, y específicamente en relación con el proyecto Red ACTIVE, para incrementar la notoriedad del municipio de Benicàssim como destino de eventos deportivos; y por otro, optimizar las condiciones que el municipio posee para la captación de eventos deportivos.

En relación con esta actuación, interesa especialmente la promoción de eventos deportivos que promuevan los productos que en este ámbito desarrolla Benicàssim como el cicloturismo, la vela.

En este sentido, se proponen las siguientes tareas:

- 1.º. Participación de Benicàssim en el proyecto Red ACTIVE. Desarrollar contactos con la Diputación de Castellón para conocer el alcance del proyecto Red ACTIVE con el fin de identificar la posible participación de Benicàssim en dicho proyecto.
- 2.º. Realización de un Manual Profesional para Eventos Deportivos. En colaboración con el sector turístico proceder a la elaboración de un Manual Profesional para Eventos Deportivos, que contenga, los equipamientos públicos y privados de que dispone el municipio para la celebración de eventos, la oferta de alojamiento turístico disponible, la oferta de restaurantes, la oferta de empresas de servicios para el desarrollo de eventos, empresas de oferta complementaria y ,muy importante, que incluya “sugerencias para el Programa Social”, conformado por productos turísticos de Benicàssim, rutas y experiencias. El Manual es una herramienta crucial para facilitar a los profesionales del municipio la captación de candidaturas de eventos deportivos para Benicàssim.
- 3.º. Realización de una Base de datos de las Asociaciones Deportivas regionales, nacionales, y de los principales destinos emisores internacionales de Benicàssim (Reino Unido, Francia, y Alemania), así como de las entidades deportivas que ya han celebrado algún evento deportivo en el municipio. El objeto de esta base de datos es servir de herramienta comercial para el envío del Manual Profesional de Eventos Deportivos en Benicàssim, así como otras publicaciones de carácter promocional.

Se sugiere desarrollar esta actuación en colaboración con INTURSPORT, operador del grupo INTUR, que desde hace tiempo desarrolla su actividad en la captación de eventos deportivos en Benicàssim, el cual además de aportar equipamientos deportivos en el municipio, aporta una importante experiencia en relación con este mercado.

Agente Responsable: Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Concejalía de Turismo, sectores turísticos: hoteles, hostelería, oferta de ocio, comercios, oferta complementaria.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Posicionamiento de Benicàssim en el mercado de Turismo Deportivo.
- Incremento de eventos deportivos celebrados en el municipio de Benicàssim.
- Desarrollo de un ámbito de coordinación público-privada, con la participación del Ayuntamiento de Benicàssim, la Diputación de Castellón, y la empresa INTUR, para el impulso del turismo deportivo.

Indicador de seguimiento:

- Elaboración Manual Profesional de Eventos Deportivos. (corto plazo)
- N° de eventos deportivos realizados en Benicàssim (medio - largo plazo)

Desarrollo de productos turísticos

DP5 Desarrollo del producto Turismo de Reuniones e Incentivos

Objetivos Específicos

- Promover una estructuración de la oferta turística de Benicàssim en relación con el mercado de Reuniones favoreciendo con ello una acción más efectiva de los operadores del municipio que actualmente ya captan reuniones para celebrar en Benicàssim.

Descripción

El Turismo de Reuniones constituye un producto/mercado que ha ido adquiriendo relevancia en el desarrollo turístico de los destinos, y que, por sus características (estancia media, imagen, gasto medio, consumo en el destino, etc.), y potencial, es considerado un mercado que puede contribuir a desestacionalizar la actividad turística en Benicàssim, al mismo tiempo que aportar valor al conjunto de la oferta turística del municipio.

Las organizaciones que constituyen la demanda de este mercado se agrupan en tres grandes grupos.

- a. Asociaciones, colegios profesionales y organizaciones similares que componen el segmento de mercado llamado “asociativo”.
- b. Administraciones y organizaciones públicas que conforman el segmento “público o gubernamental”.
- c. Empresas que constituyen el segmento llamado “corporativo”.

Por lo que se refiere a las reuniones que esta demanda genera, a efectos prácticos pueden diferenciarse las siguientes modalidades:

- Reuniones tipo *Congreso*
- Reuniones tipo *Convención*
- Reuniones tipo *Jornada*
- *Incentivos*. Los viajes de incentivo son promovidos fundamentalmente por empresas y tienen un componente lúdico importante y aunque suele celebrarse alguna sesión de trabajo. Los incentivos se emplean como herramienta para premiar y motivar al equipo humano de las organizaciones.

Según la tipología del evento, es importante destacar la tendencia de crecimiento, en los últimos años, de eventos de pequeño tamaño (no más de 200 asistentes), que encajan en las características de la oferta específica de Benicàssim en relación con este mercado.

Benicàssim, cuenta con una oferta apta para la celebración de Reuniones, si bien no es un destino que hasta el momento se haya posicionado como tal de una manera estructurada y profesional, no obstante, y como resultado de la labor de algunos operadores del destino, en Benicàssim se desarrollan reuniones y jornadas.

Asimismo, y simultáneamente a esta organización del producto, se propone definir propuestas comerciales orientadas al segmento de los incentivos, para el que Benicàssim presenta un importante potencial, basado en su carácter de destino de “sol y playa”, buen clima, un entorno natural muy singular en el que poder realizar actividades, una oferta gastronómica de interés, etc.

En relación con esta actuación las tareas a desarrollar en este sentido son:

1. Realización de un Manual Profesional para Reuniones e Incentivos.

En colaboración con el sector turístico proceder a la elaboración de un Manual Profesional para Reuniones e Incentivos, que contenga, los equipamientos públicos y privados de que dispone el municipio para la celebración de Reuniones, la oferta de alojamiento turístico disponible, la oferta de restaurantes, la oferta de empresas de servicios para el desarrollo de eventos, y empresas de oferta complementaria.

Asimismo, y ante el importante aumento de la competencia en el mercado MICE a nivel nacional, crece la importancia de otros factores que hacen más atractiva la propuesta de valor de los destinos, uno de estos factores es, sin duda, lo que el destino puede ofrecer como opción para el tiempo de ocio de los participantes en los eventos que se celebran en el mismo; es decir, lo que se denomina el Programa Social del evento. Por ello, se sugiere incluir en el Manual una propuesta organizada de Programa Social y Programa AfterMeeting, con los objetivos, de incrementar el valor y la competitividad de Benicàssim como destino de reuniones e incentivos, y también de alargar la estancia de los participantes en los eventos y de sus acompañantes.

El Manual es una herramienta crucial para facilitar a los profesionales del municipio la captación de candidaturas de reuniones e incentivos para Benicàssim.

2. Desarrollar el segmento de Incentivos e incluirlo en el Manual Profesional.

El desarrollo del segmento de incentivos se plantea desde la conformación o configuración de experiencias, entendidas como paquetes de incentivos, basadas en actividades de carácter experiencial centradas en los productos de Benicàssim (sol & playa, actividades en la naturaleza, gastronomía, visitas culturales, etc.); en donde además se puede incluir el entorno provincial y regional (tours a otros destinos próximos de interior y del litoral de Castellón, etc.).

De este modo se plantean 2 posibles tipologías de incentivos-experiencias:

- a. *Incentivos-experiencias actividades Mar y Montaña* aprovechando los recursos de Benicàssim y su entorno.
- b. *Incentivos-experiencias Salud & Bienestar con gastronomía* aprovechando la oferta de Benicàssim en relación con estos productos.

Agente Responsable: Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Concejalía de Turismo, sectores turísticos: hoteles, hostelería, oferta de ocio, comercios, oferta complementaria.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Elaboración del Manual Profesional para reuniones e Incentivos en Benicàssim.
- Diseño y desarrollo de propuestas para Incentivos.

Indicador de seguimiento:

- Elaboración del Manual Profesional para Reuniones e Incentivos en Benicàssim (corto plazo).
- Nº de propuestas experienciales en el Programa Social
- Nº de propuestas experienciales para Incentivos

DP
6**Congreso orientado al turismo sostenible****Objetivos Específicos**

- Realizar un congreso local sobre turismo sostenible que albergue sesiones y actividades en torno a esta temática y permita poner en valor el compromiso ambiental del municipio.
- Motivar la presencia de profesional del sector de la sostenibilidad en el municipio y situar a Benicàssim como un ejemplo a seguir en materia.
- Desestacionalizar la oferta turística estiva y promover una tipología turística nueva en el municipio.
- Sensibilizar y concienciar al tejido empresarial turístico local sobre cuestiones de sostenibilidad.

Descripción

Con la creación de la nueva Concejalía de Desarrollo Sostenible, Benicàssim muestra su interés por hacer frente a los ODS y por integrar en su gestión municipal las principales cuestiones en materia de desarrollo sostenible. Durante los primeros años de la concejalía, las principales actuaciones están previstas para hacer frente a una asignatura pendiente del municipio en materia de sostenibilidad ambiental y acción por el clima. Para combinar los esfuerzos de esta concejalía y combinarlos con la actividad turística y los planes de acción estratégicos previstos en el nuevo modelo de turismo sostenible del municipio, se propone la realización de un congreso técnico que atraiga a profesionales y empresas del sector de la sostenibilidad y del turismo sostenible.

Se prevé organizar el congreso a fin de crear un evento periódico y anual que congrege a los y las mejores profesionales del sector turístico en el panorama nacional e internacional.

Las fechas seleccionadas permitirán la realización del evento en temporada baja lo que permitirá desestacionalizar la oferta turística y ampliará el turismo de congresos hasta ahora prácticamente inexistente.

Se plantea la posibilidad de contactar con la fundación CONAMA dadas las características del evento.

La fundación CONAMA realiza congresos locales anuales en diferentes municipios centrados en temáticas de actualidad del sector de la sostenibilidad.

El Congreso Nacional de Medio Ambiente es un referente nacional en materia de sostenibilidad que alberga a los mejores profesionales del sector en una semana en la que cualquier asistente puede conocer los avances más innovadores en materia medioambiental,

las tendencias del mercado, los principales acuerdos nacionales e internacionales en materia ambiental y las iniciativas más ambiciosas en materia por parte de diferentes municipios nacionales.

A su vez, la fundación presta apoyo en la realización de diferentes eventos locales a aquellos municipios que deseen realizar un evento de menos envergadura, pero con la perspectiva técnica en materia de sostenibilidad.

Agente Responsable: Concejalía de Desarrollo Sostenible y Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Concejalías de Desarrollo Sostenible y Turismo, sectores turísticos: hoteles, hostelería, oferta de ocio, comercios, oferta complementaria.

Período Ejecución: Año 2

Resultados previstos:

- Creación de un congreso temático de calidad que atraiga a numerosos especialistas en materia de turismo sostenible.
- Sensibilización y participación por parte del tejido hostelero y comercios locales.
- Posicionamiento como municipio comprometido con la sostenibilidad.
- desestacionalización del turismo.

Indicador de seguimiento:

- N.º ediciones desarrolladas
- N.º de asistentes a cada congreso

5.4 Promoción Turística

El Turismo es probablemente la actividad que se ha visto más influida por el fenómeno de la globalización y el incremento en el uso cotidiano y constante de internet y, por esto mismo, es también uno de los sectores donde se produce “más ruido y confusión” respecto de la oferta de destinos, productos y servicios.

Internet supone una herramienta muy importante para conseguir mejorar el posicionamiento de un destino turístico. Cada día son más los turistas que utilizan internet para inspirarse, reservar, comprar, informarse, expresar su opinión, contar su experiencia, etc., por lo que la estrategia de promoción online cobra cada día más relevancia.

Benicàssim debe intensificar su promoción en los mercados, con acciones focalizadas en los canales profesionales (en el trade, y en los prescriptores, principalmente) pero con un esfuerzo mayor en la búsqueda del consumidor final.

La acción promocional no se limita al marketing online, sino que también tiene lugar en los entornos tradicionales offline tanto en mercados actualmente clave como en aquellos con un interés potencial destacable. En estos mercados es preciso llevar a cabo más acciones directas e inversas, acudiendo al mecanismo de comarketing con operadores, instituciones, marcas renombradas, etc.

Bajo esta línea estratégica se agrupan las acciones destinadas a incrementar el posicionamiento turístico de Benicàssim, y la comercialización de los productos que conforman su oferta.

Los objetivos de esta línea estratégica son:

- Desarrollar un programa de promoción online de Benicàssim (Plan de Marketing online).
- Adaptar la promoción turística de Benicàssim a las tendencias actuales del mercado, contribuyendo a incrementar la eficacia de las acciones de comunicación, la notoriedad del municipio, y su posicionamiento.
- Situar la imagen turística de Benicàssim en mercados estratégicos, posicionándola de manera coordinada con la marca Comunitat Valenciana y la marca España en mercados internacionales de alto potencial y mercados complementarios; destacando la imagen de Benicàssim Saludable.
- Atraer nuevos visitantes mediante el desarrollo de estrategias segmentadas enfocadas a transmitir experiencias y a la creación de relaciones emocionales con el destino.

Cuadro 4. Actuaciones de la Línea Promoción Turística

Promoción Turística	
P1	Promoción online de Benicàssim como destino turístico (Plan de Marketing Online)
P2	Gestión de los perfiles turísticos de Benicàssim en las RR.SS.
P3	Acciones de promoción en canales profesionales
P4	Acciones de promoción para el público final
P5	Campaña de comunicación y fomento del patrimonio natural local relacionado con los productos turísticos asociados
P6	Desarrollo de una APP turística
P7	Nueva Web turística municipal inclusiva, multiidioma y responsive
P8	Plataformas SaaS Gestión turística avanzada, canales on line y promoción digital

Promoción y comercialización

P-1 Promoción online de Benicàssim como destino turístico (Plan de Marketing Online)

Objetivos específicos:

- Mejorar el posicionamiento online de Benicàssim.
- Captar segmentos de mercado turístico de mayor interés para Benicàssim.
- Fidelizar a los turistas actuales de Benicàssim.
- Optimizar la inversión en promoción turística que realiza Benicàssim mediante un mejor uso de las herramientas y canales online.

Descripción

Dentro de los canales de comunicación *online* de la oferta turística de Benicàssim, el principal, y sobre el que debe de girar la estrategia de promoción online, es su Web oficial de turismo. El resto de canales *online*, principalmente las redes sociales, la propuesta constituyen la fuente para medir la reputación del destino.

Para ello es necesario el empleo de herramientas, tanto para la creación de los contenidos (Sprout Social, Hootsuite), como para el monitoreo y análisis de la red (Oraquo, Brandwatch, Trackur, Sysomos, CrimsonExagon, Synthesio, Netbase, Meltwater, Pirendo o Nuvi)

1.º Para medir la reputación de la marca Benicàssim en Internet se deben desarrollar las siguientes tareas

- Monitorización de todas las menciones referentes a la marca a través de algunas de las herramientas mencionadas anteriormente.
- Análisis semántico: Una vez está toda la información recogida hay que utilizar la semántica para descartar errores como comentarios irónicos. Aquí es importante localizar los comentarios negativos para ver las posibles soluciones.

Los resultados de ambas tareas permitirán determinar el “sentiment” o grado de reputación digital que tiene Benicàssim en las redes como Marca y como Destino, a partir de las menciones positivas, negativas y neutras que se publican en la red, analizadas desde el punto de vista semántico.

2.º Para gestionar la reputación online del destino Benicàssim, las tareas a desarrollar serían las siguientes:

- Escuchar permanentemente: La monitorización debe ser constante.

- Intervenir de forma consensuada en los comentarios negativos: Esta es la mejor forma de “atajar” posibles conflictos que puedan llegar a viralizarse y generar un problema mayor.
- Difusión coherente (en el sentido de no cansar a los usuarios o emplear canales inadecuados) de las menciones y noticias positivas para la marca:
- Resolución de grandes conflictos: establecer un protocolo de antemano para este tipo de situaciones.
- Interactuar con “influencers”: Es una buena forma de hacer subir la reputación de la marca en la red.
- Potenciar los valores de la marca. Se debe contemplar en la planificación de contenidos.

3.º Para posicionar Benicàssim como destino en la mente del usuario, se llevarán a cabo las siguientes actividades:

a. En relación con las **acciones SEM** (posicionamiento natural) se propone:

- Anuncios en la red de display de Google (Brand), lo que permitirá además ir conociendo las Webs/Blogs que puedan ser los más idóneos.
- Anuncios en Instagram. Siempre garantizado su alcance por ser una red perteneciente al ecosistema de Facebook.
- En Facebook: Promocionar ciertas publicaciones, promocionar la FanPage, atraer tráfico o aumentar las conversiones en la Web, aumentar las instalaciones o incrementar las interacciones de una app móvil. A través de Ads (anuncios) en dicha plataforma y sus afiliados.
- En Twitter. Generar más interacciones con un tuit concreto, aumentar la base de seguidores, atraer tráfico o aumentar las conversiones en la Web, generar leads desde la propia red, aumentar las instalaciones o incrementar las interacciones de una app móvil. Todo ello a través de la plataforma de Ads de la red social.
- El Google Adwords. Atraer tráfico a contenidos concretos de nuestra Web a través de la red de búsqueda de Google (SEM).

b. Por otro lado, **las acciones de SEO** (posicionamiento orgánico), guiándonos siempre en las Keyword Research, se dividirán en dos bloques claramente diferenciados: On page y Off Page

- *On-Page*: Acciones a realizar dentro del site para con el objetivo de incrementar el volumen de visitas y transformaciones empleando Meta etiquetas, microformatos,

cabeceras H, Internal Link, Código, Sistemaps y Robots, Lead Nurturing, Lead Scoring.

- **Off-Page:** Acciones para apoyar la estrategia de marca y conseguir tráfico cualificado distinguiendo:
 - Social SEO: Acciones en las diferentes redes sociales con el fin de conseguir tráfico cualificado y enlaces que favorezcan el SEO, por ejemplo: Concursos y publicaciones que favorezcan el SEO.
 - SEO Content: Acciones para conseguir más tráfico cualificado y enlaces. (Blogs, optimización de contenidos, linkbaiting& link building, etc.).

4.º Monitorización y seguimiento. Se trata de disponer de todas aquellas métricas objetivas que permitan la evaluación de las acciones realizadas: impresiones, CTR, visualizaciones, etc. Además, se deberán generar informes con conclusiones de aprendizaje para el desarrollo de las posteriores acciones, de tal manera que se puedan ir realizando acciones más eficientes y eficaces según se avanza en el tiempo.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones Sectoriales.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Se incrementa el posicionamiento turístico de Benicàssim, mediante el aumento de las visitas en sus canales online que se traducen en un crecimiento en el número de visitas al destino.

Indicadores de seguimiento:

- Volumen de visitas a la web turística de Benicàssim.
- Tasa de rebote.
- Tasa de usuarios nuevos.
- Páginas visitadas por sesión
- CTR: esta es una de las métricas fundamentales y pone en relación los clics y las impresiones.
- Coste por clic.
- Porcentaje de Conversión.

Promoción Turística

P-2 Gestión de los perfiles turísticos de Benicàssim en las RR.SS.

Objetivos específicos

- Potenciar la marca Benicàssim a base de contenido inspiracional, propuestas de experiencias y escapadas ligadas a la agenda de eventos y actividades
- Ampliar los canales de comunicación del destino con sus visitantes actuales y potenciales y las vías de contacto para atención directa y personalizada
- Generar tráfico hacia la web oficial de turismo de Benicàssim fomentando su posicionamiento en internet
- Aumentar el alcance de la comunicación estimulando el crecimiento del número de seguidores del destino en las distintas plataformas.

Descripción

La influencia de las redes sociales en la toma de decisiones de viaje es cada vez mayor, y Benicàssim necesita optimizar su presencia y sacar el máximo partido a las plataformas sociales más influyentes (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, etc.) y considerar la opción de participar en nuevas redes en la medida que varían las preferencias de los usuarios.

El desarrollo de esta actuación tiene que planificarse siguiendo los siguientes pasos

a. Adaptación de los perfiles actuales

El primer paso será adaptar los perfiles sociales ya existentes con un enfoque esencialmente turístico y coherente con la estrategia de desarrollo turístico de Benicàssim. En este sentido es importante tener en cuenta las características de cada una de las redes sociales de interés para el destino que en el caso de Benicàssim, son: Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.

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.

En lo referente al origen geográfico, la propuesta es centrarse en los siguientes mercados principales:

- España: Madrid, centros urbanos de la Comunitat Valenciana, Cataluña, y Aragón.
- No residentes en España: Francia, Portugal, Alemania, y Reino Unido.

Para cada uno de ellos se debe establecer una estrategia de comunicación diferenciada, tanto en los mensajes como en la frecuencia y los medios sociales en los que se publicarán estos mensajes (p.e. no tiene sentido focalizar la comunicación hacia el público alemán a través de Twitter, viendo que es una plataforma que no es usada de forma masiva por este público).

En cuanto a la edad, este factor determinará qué tipo de mensajes son los que se deberán dirigir a cada segmento, mostrando los valores y atributos de Benicàssim como destino que mejor se adapten a cada uno. De esta forma, a un segmento adulto, será más adecuado dirigir mensajes sobre tranquilidad, salud & bienestar en primera instancia, y a un segmento familiar, hablarle de ocio infantil, y seguridad.

c. Generación de Tráfico (visitas de calidad) a la Web

Uno de los objetivos de la estrategia de medios sociales será llevar tráfico a la Web “turismo.benicassim” Para ello, todas las publicaciones que se hagan en cualquiera de los canales deberán llevar un enlace a un contenido de la Web. La idea es que las publicaciones sean el equivalente a un titular que atraiga al público objetivo y le estimule a conocer más sobre las actividades y ventajas que ofrece Benicàssim como destino turístico.

Algo imprescindible, para luego poder medir la eficacia de cada publicación/campaña, será crear antes de nada, una guía de etiquetado de campañas y publicaciones, con el objetivo de tener definidos los valores de etiquetado de cada medio que permitirán, según se implementen, realizar de forma eficaz dicha medición con la herramienta de analítica implementada para este fin.

d. Obtención de datos de posibles visitantes

A través de campañas dirigidas a “landings pages” concretas, obtener los datos básicos de los contactos interesados en visitar Benicàssim. Tres son los datos básicos que se deberían conseguir en un primer momento: Nombre, email y ciudad/país de origen. Posteriormente sería interesante ir consiguiendo más información y, por ejemplo, el perfil en Facebook y en Twitter para poder realizar acciones de publicidad dirigida a la base de datos de personas interesadas en Benicàssim como destino turístico o de estudios.

Para lograrlo, se deberán implementar dos estrategias:

- Directamente en las redes sociales mediante la publicación de campañas y/o concursos en los que se solicitarán estos datos (a cambio se pueden ofrecer premios o guías, etc.) para promover que acudan a Benicàssim.
- Mediante Landing Pages en las que se recojan estos datos (a cambio, como contraprestación, se puede ofrecer información relevante Benicàssim).

e. Atracción de fans/seguidores

Para lograr incrementar la presencia de Benicàssim como destino turístico será necesario atraer fans/seguidores a los distintos canales sociales establecidos. Para ello, será necesaria la promoción de estos canales tanto en medios offline (publicidad, TV, radio, prensa...) como en medios online (la propia Web, blogs, publicaciones online...). Para ello, sobre todo en una primera fase, será necesario apoyarse en campañas de pago en los medios online (Adwords-display, Facebook Ads, Twitter Ads) con el objetivo de lograr hacer crecer la base de fans/seguidores de los perfiles sociales.,

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Se incrementa la notoriedad de Benicàssim como destino turístico, y aumentan las visitas a la web “turismo.benciàssim”.

Indicadores de seguimiento:

En Facebook:

- Total “me gusta”
- Procedencia de las visitas
- Clics en publicaciones

En Twitter:

- Total seguidores
- Clics
- Impresiones
- Clics en enlaces

Youtube:

- Total de reproducciones canal
- Total de suscriptores

Istagram:

- Followers
- Me gusta en el contenido
- Veces compartido
- Menciones

Promoción Turística

P-3 Acciones de promoción en canales profesionales

Objetivos específicos

- Mejorar la posición de Benicàssim introduciéndola en más canales comerciales (OTAs en mercados emisores, agregadores, y metabuscadores), ya sea mediante acciones publicitarias o bien para la venta de producto propio o de asociados.

Descripción

La acción sobre el canal profesional incluye acciones en origen y en destino, con el objetivo de mejorar la percepción de Benicàssim como un destino atractivo para la intermediación, mejorando su visibilidad y conocimiento; así como fortaleciendo los vínculos entre profesionales.

Este programa propone:

1.º Mayor penetración en plataformas comerciales. Los turoperadores especializados y OTAs, ya sea con respecto a segmentos de la demanda (turismo familiar, senior, enogastronomía, etc.) o en relación con mercados emisores nacionales e internacionales (Francia, Reino Unido, etc.), constituyen un canal directo con un público objetivo al que es difícil o más costoso acceder de forma directa, optimizando con ello el esfuerzo de promoción de los destinos turísticos. En este sentido, algunos grandes operadores como TUI o el Corte Inglés ya desarrollan un modelo de negocio más segmentado contando ya con marcas específicas en función del perfil del cliente y la motivación.

Con esta actuación se propone promover, desde el Área de Turismo de Benicàssim, con la colaboración de las asociaciones sectoriales y las empresas turísticas, acuerdos de comercialización con los turoperadores y OTAs de mayor interés para el desarrollo turístico de Benicàssim, tanto en relación con los productos, como con los mercados emisores objetivo del municipio.

Con este fin, se proponen las siguientes tareas:

- Selección de los turoperadores y OTAs de mayor interés en relación con los productos turísticos y mercados objetivo de Benicàssim.
- Negociación con los turoperadores y OTAs seleccionados y desarrollo de programas de comercialización de la oferta turística del municipio.

2.º Poner en marcha un programa de embajadores Benicàssim Ambassadors: personas o entidades de prestigio en su ámbito de actividad con vinculación a Benicàssim y que

activamente promueven la imagen del municipio. Y también turistas que están altamente satisfechos de su paso por Benicàssim y así lo expresen fervientemente en diferentes medios de comunicación. De manera desinteresada, aquellos que deseen participar en el programa y cumplan los requisitos que se acuerden, contribuirán a mejorar la imagen y la marca de Benicàssim.

3.º Asistencia a ferias y eventos especializados. La estrategia de desarrollo turístico de Benicàssim mediante productos turísticos lleva aparejada una estrategia de comunicación y marketing orientada al producto. Por ello, el presupuesto disponible para estas acciones se inclinará hacia una mayor participación en ferias especializadas que hacia las generalistas.

4.º Intensificar las relaciones con el trade, así como con operadores especializados. Organización de presentaciones en mercados a profesionales, famtrips de agentes y preparación de candidaturas continuarán siendo instrumentos intensamente utilizados.

En relación con este punto, el Área de Turismo de Benicàssim participa y realiza acciones de famtrips y blogtrips. Estas acciones se han realizado tanto para la promoción genérica del destino como para la promoción específica de determinados productos.

Se trata por tanto de aprovechar la experiencia acumulada para *programar a lo largo del periodo del Plan una serie de famtrips, presstrips y blogtrips estableciendo criterios que aseguren su pertinencia y rentabilidad*, como los siguientes:

- Relevancia de la actuación para el logro de objetivos concretos en mercados-productos estratégicos de Benicàssim.
- Capacidad de convocatoria y grado de respuesta a la misma asegurando que los profesionales que participan en el viaje son los indicados para el logro de los objetivos propuestos.
- Interés y disposición a trabajar con el destino (turoperadores) y/o compromiso con la repercusión del viaje (prensa y blogueros)
- Implicación del sector turístico del municipio en la iniciativa y disposición de negociar con turoperadores.

Igualmente se considera necesario desarrollar un sistema de seguimiento para evaluar los resultados efectivos y mejorar la eficacia de futuras acciones.

Las tareas a desarrollar, en función de los criterios antes señalados, son:

- Selección y participación en las acciones inversas organizadas por la Diputación de Castellón y la Comunitat Valenciana.
- Organización de blog trips y presstrips segmentados por mercados y productos, especialmente en los ámbitos: Salud&Bienestar, Gastronomía, Sol&Playa Activo (mar y naturaleza), Turismo Deportivo, Turismo Familiar, y Turismo Senior.
-

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones Sectoriales, Patronato Provincial de Turismo, Turisme de la C.V.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Se incrementa el posicionamiento turístico de Benicàssim, y su oferta se encuentra presente en más canales de comercialización.

Indicador de seguimiento:

- Nº de acuerdos con TTOO y OTAs
- Nº de propuestas comercializadas a través de TTOO y OTAs
- Nº de Famtrips, presstrips y blog trips realizados (medio plazo)
- Nº de Embajadores de Benicàssim
- Nº de Ferias asistidas

Promoción Turística

P-4 Acciones de promoción para el público final

Objetivos específicos

- Desarrollar acciones directas en los mercados objetivos de Benicàssim.
- Desarrollar campañas de comunicación y promoción en los mercados internacionales.
- Diseñar y llevar a cabo acciones de comarketing con empresas, instituciones, eventos de reconocido prestigio, relacionadas con Benicàssim.

Descripción

Desde este programa se diseñará un calendario de presencia en los mercados de referencia para Benicàssim, considerando acciones en colaboración con otras entidades de promoción y otras marcas. Asimismo, es necesario implicar a prescriptores del destino, personas y organizaciones líderes de opinión en cualquier ámbito (gastronomía, moda, deporte, estilo de vida) con una vinculación con Benicàssim. Todos ellos pueden ser grandes aliados del destino Benicàssim. Con ello se pretende llegar con mayor confianza a diferentes públicos objetivo.

Este programa contempla las acciones que siguen:

1.º Acciones directas en los mercados. De la mano de Turespaña y de Turismo de la Comunitat Valenciana, se potenciarán las acciones directas en los mercados objetivos de Benicàssim (street marketing, showcookings, eventos, co-marketing, etc.), con posterioridad a un análisis riguroso de la mejor oportunidad para rentabilidad la inversión.

En relación con este punto los mercados considerados son:

- Mercados nacionales: Madrid, Comunitat Valenciana, Cataluña, Aragón, y País Vasco.
- Mercados Internacionales: Francia, Portugal, Alemania, y Reino Unido.

2.º Ampliar las campañas de comunicación a nuevos mercados. Se propone la contratación de agencias de comunicación en nuevos mercados, empresas especializadas que permitan llegar con mayor facilidad al potencial turista, gracias a su mejor conocimiento de la cultura local y de la gestión de redes sociales.

3rd Campañas de WOM (Word of Mouth) marketing implicando a influencers. El uso de influencers en redes sociales, bloggers especializados, y personas de prestigio aumentará el impacto en el público final, ya se trate de segmentos clasificados por edad, por ejemplo los millennials, o segmentos especializados tales como los foodies.

4.º Acciones de comarketing. Relacionarse y liderar campañas de co-marketing con marcas y operadores líderes nos permitirá mejorar los atributos percibidos de marca, llegando a un público final que ya está fidelizado a la marca líder.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones Sectoriales, Patronato Provincial de Turismo, empresas y entidades de referencia en Benicàssim.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Incremento en el número de visitantes.

Indicador de seguimiento:

- Nº de acciones de acciones directas en mercados de interés
- Nº de acciones de Wom Marketing realizadas
- Nº de acciones de acciones de comarketing

Promoción Turística

P-5 Desarrollo de Campaña de comunicación y fomento del patrimonio natural local relacionado con los productos turísticos asociados

Objetivos específicos

- Llevar a cabo una campaña de comunicación potente de los principales atractivos naturales del municipio; el Desierto de las Palmas, su biodiversidad, el ecosistema marino, las playas urbanas, los rincones naturales y paisajísticos de interés, los árboles singulares, los jardines, etc.
- Combinar dicha promoción con acciones turísticas que fomenten el turismo de naturaleza, por ejemplo, visitas guiadas a entornos naturales protegidos con intérpretes de la naturaleza, ciclorutas y BTT por la montaña, actividades deportivas acuáticas, paseos y rutas de senderismo, etc.

Descripción

Para mejorar la sensibilización ambiental y poner en valor los recursos naturales del municipio favoreciendo así una oferta de turismo de naturaleza, es necesario llevar a cabo una campaña comunicativa y atractiva que muestre la singularidad de estos entornos y anime a turistas y a la ciudadanía en general a disfrutar de actividades afines al aire libre.

Igualmente, es necesario llevar a cabo acciones que favorezcan la sensibilización ambiental y eduquen a la ciudadanía en general sobre la importancia de cuidar y proteger estos espacios naturales únicos.

Para ello, se prevé la puesta en marcha de una campaña comunicativa potente que identifique los lugares y ecosistemas naturales singulares, defina buenas prácticas ambientales y sociales para su uso y disfrute sostenible y anime a valorar la importancia y el atractivo de estas zonas.

La campaña de comunicación tendrá previstas las siguientes actuaciones:

- Guía de espacios naturales singulares y qué hacer en cada uno de ellos.
- Guía de buenas prácticas ambientales en dichos espacios.
- Señalética para cada uno de los espacios.
- Lanzamiento de una imagen de la campaña, video promocional y web específica.
- Tríptico informativo con actividades ligadas a cada espacio.
- Campaña en redes que incluyan concursos para fomentar la participación ciudadana.

- Exposición fotográfica para mostrar la belleza de dichos espacios.

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim – Concejalía de Desarrollo Sostenible

Agentes involucrados: Concejalías implicadas.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Puesta en valor de espacios naturales singulares.
- Aumento de la oferta en actividades asociadas a la naturaleza.
- sensibilización ambiental por parte de la ciudadanía y del turista.
- Posicionamiento en el sector turístico de naturaleza.

Indicador de seguimiento:

- Nº de acciones comunicativas realizadas.
- Nº de guías descargadas o entregadas en formato impreso
- Nº visitas a la web
- Nº de participantes a concursos en redes
- Nº de ofertas de actividades en turismo de naturaleza

Promoción Turística

P-6 Desarrollo de una App Turística

Objetivos específicos

- Adaptar la información de la web turística de Benicàssim a su uso en los dispositivos móviles.
- Disponer de una herramienta que forme parte de la experiencia turística en Benicàssim mediante propuestas de gamificación.
- Incentivar el consumo de los turistas en el destino.
- Permitir la interacción con el turista y la generación de nuevos contenidos.

Descripción

Los dispositivos móviles se han convertido en un elemento imprescindible en nuestra vida, generando una oportunidad que abre un amplio abanico de herramientas y estrategias para relacionarse, comunicarse y ofrecer un mayor valor a los consumidores a través del marketing móvil. En este nuevo concepto de negocio destaca la oferta de destinos turísticos.

El uso del Smartphone está superando a otros medios más tradicionales como el ordenador de sobremesa o los portátiles. Para acceder al contenido del Smartphone debemos destacar que las aplicaciones móviles (apps) son el principal punto de acceso a la información por parte de los usuarios, tal y como señalan algunos estudios sobre el tema, los usuarios ya destinan el 60% de su tiempo online a estos dispositivos y de dicho tiempo, un 51% de este, lo utilizan dentro de aplicaciones móviles.

En la actualidad muchos destinos desarrollan aplicaciones móviles en donde vuelcan literalmente toda la información de la que disponen en su web institucional, llevando a cabo una simple traslación de información al dispositivo, sin facilitar apenas la interacción con el usuario y sin aportar nada nuevo al viajero que nos está visitando.

Existen multitud de aplicaciones que simplemente ofrecen búsquedas (de restaurantes, guías del destino o muestran descripciones sobre los lugares), una funcionalidad que ya existen en otras aplicaciones. Es preciso que en el diseño y desarrollo de la app turística de Benicàssim se busque un valor diferenciador, algo que incentive al uso de esta herramienta, que conecte con el usuario, y que haga “apetecible” el uso de la aplicación como parte de la experiencia turística de visitar el municipio. Así mismo, con el fin de mejorar su actualización constante sin requerir la descarga de actualizaciones la App tendrá una programación mixta haciendo que los menús principales formen parte de una App nativa descargable, a la vez que incorporará

programación WebApp que permitirá que la misma ofrezca siempre contenidos actualizados que provendrán de la base de datos de la web turística de Benicàssim.

En relación con el fundamento conceptual, la clave está en la “gamificación” de la experiencia del viajero. Que la aplicación proponga juegos para que el turista utilice el municipio como un tablero donde vivir una aventura y al mismo tiempo esa experiencia le descubra lugares o sensaciones difíciles de plasmar en un texto, una foto o incluso un vídeo.

Mediante la aplicación móvil podremos plantear juegos por los que el visitante recibirá incentivos e incluso premios, como por ejemplo búsquedas del tesoro, ginkanas por el municipio, etc., con los que desde el ente gestor del destino podemos:

- Tener exactamente localizado al visitante. Pudiendo sugerir lugares cercanos (otros recursos, calles pintorescas, restaurantes, historias y leyendas sobre el lugar en el que se encuentra). Y sobre estas sugerencias el visitante podrá beneficiarse de descuentos, servicios “premium” (preferencia en la reserva de una mesa, obtener un regalo, que se le asigne un lugar en el restaurante con las mejores vistas, etc...)
- La posibilidad de potenciar la interacción con el usuario que podrá agregar contenido sobre ese lugar:
 - ✓ Si le ha gustado
 - ✓ Una foto
 - ✓ Un corte de voz con su experiencia
 - ✓ Un comentario

Y toda esta información nos permitirá:

- Monitorizar las zonas por las que los turistas se desplazan.
- Adaptar nuevas rutas en función de las preferencias y opiniones
- Generar participación e incluso competición para convertir la visita en toda una experiencia que tiene una extensión digital como puente de unión entre el mundo real y el bit.
- Que el municipio nos cuente historias (Graffitis de voz, videos sobre la ubicación, etc.)
- Mostrar esos contenidos incluso en tiempo real, para que se perciba el destino como un elemento vivo al que el propio visitante da la vida.

En relación con la presente actuación, el proceso a desarrollar conlleva las siguientes actividades:

- a. Definición objetivos y funciones.
- b. Desarrollo de la App

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.
Agentes involucrados: Concejalías implicadas
Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3
Resultados previstos: <ul style="list-style-type: none">• App turística de Benicàssim
Indicador de seguimiento: <ul style="list-style-type: none">• N° de descargas

Promoción Turística

P7 Nueva web turística municipal inclusiva, multi-idioma y multidispositivo

Objetivos específicos

- Adaptar la información de la web turística de Benicàssim a su uso en cualquier dispositivo.
- Permitir la generación, edición y gestión de contenidos en un CMS unificado y sencillo.
- Ser una herramienta promotora de la oferta turística de Benicàssim mediante experiencias virtuales.
- Incentivar el consumo de los turistas en el destino.
- Permitir la interacción con el turista en su propio idioma y la generación de nuevos contenidos en varios idiomas.
- Promover la accesibilidad universal.

Descripción

La web actual del área de turismo requiere importantes mejoras funcionales para ser útil como medio de captar nuevos turistas.

El diseño y programación de la página web estará optimizado para ser usado en dispositivos móviles (tablets y smartphone) es decir con un diseño Responsive.

La plataforma de gestión está preparada para que se adapte a criterios de accesibilidad AA y AAA.

La nueva web incorporará varios idiomas ya que actualmente está únicamente en castellano y valenciano. El sistema de traducciones queda integrado dentro de las funcionalidades que ofrece la nueva web de forma que pueda realizarse por terceras empresas.

El proyecto de la nueva web turística municipal contará con el diseño gráfico de una nueva web basado en un estilo moderno y funcional que podrá ser modificado íntegramente desde la herramienta de programación e integración de diseños realizado en la herramienta Odo.

La web integrará las herramientas vigentes de comercialización de productos, RESERVA TU EXPERIENCIA Y RESERVA TU VISITA GUIADA con los sistemas de pago deseados al que adicionalmente se le unirá la nueva tarjeta

Estas son las herramientas y módulos disponibles para la gestión de contenidos web que estarán incorporadas o se podrán incorporar:

- Gestión de una estructura en contenidos para páginas web.

- Gestor de noticias
- Gestor de eventos
- Gestor de formularios, encuestas y sondeos
- Gestor de campañas de email marketing y retargeting
- Gestor de folletos y elementos multimedia
- Gestor de puntos de interés
- Enlace con la red de Beacons para su actualización
- Gestor de información y contenidos para puntos de información.
- Gestor de inventarios y almacenes
- Gestor de difusión controlada en redes sociales
- Gestor de landing pages

Esta última opción de gestión de landing pages es muy importante dentro de las estrategias de marketing on line ya que todas las campañas que se lancen deben redirigir, tras conseguir el interés para el usuario, en una microweb que describa la oferta de la campaña y un formulario que permita captar los datos y organizarlos en una herramienta de consulta de forma que se puedan segmentar, controlar y los leads generad

Por otra parte hay que tener en cuenta que el uso el Smartphone está superando a otros medios más tradicionales como el ordenador de sobremesa o los portátiles. Para acceder al contenido del Smartphone debemos destacar que las aplicaciones móviles (apps) son el principal punto de acceso a la información por parte de los usuarios que ya destinan el 60% de su tiempo online a estos dispositivos y de dicho tiempo, un 51% de este, lo utilizan dentro de aplicaciones móviles.

En la actualidad los tipos de APPs posibles son nativas, webapps o mixtas, siendo estas últimas los que muchos destinos desarrollan para que sus aplicaciones móviles accedan a la web principal o a sus bases de datos para aportar la información a través de la App a tiempo real utilizando la opción webapp, sin requerir que estas se descarguen íntegramente en la propia APP a base de actualizaciones que, cuando son excesivas, acaban suponiendo habitualmente su desinstalación por el usuario.

Otra de las funciones principales de la web es su faceta como herramienta de gestión turística donde integra módulos de gran importancia como ERP, CRM, ERP que se ofrecen dentro de la suite de aplicaciones Saas. Adicionalmente se ofrece una solución completa de comercio electrónico, tanto de productos físicos (merchandaising, experiencias turísticas, etc.), como intangibles (productos y licencias digitales).

En relación con la presente actuación, el proceso a desarrollar conlleva las siguientes actividades:

- a. Definición objetivos y funciones.
- b. Desarrollo de la web
- c. Integración de módulos por orden de necesidad
- d. Diseño de las acciones de formación

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Área de Territorio Inteligente.

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Web turística de Benicàssim con total accesibilidad, multi-idioma y capacidad responsive, enlazada con la APP turística

Indicador de seguimiento:

- Diseño y puesta en marcha de la Web de Turismo de Benicàssim.
- Idiomas en los que se presenta la Web
- Grado de accesibilidad de la web
- Grado de usabilidad de la web

Promoción Turística

P8 Plataformas SaaS Gestión turística avanzada, canales on line y promoción digital

Necesidades a cubrir

Objetivos específicos

- Facilitar la actualización de la información de la web turística de Benicàssim a su uso desde cualquier tipo de dispositivo, por cualquier tipo de público y en varios idiomas.
- Aportar una herramienta útil abierta a aplicaciones o fuentes de datos de terceros
- Aportar un espacio unificado de generación y gestión de los contenidos web
- Permitir el diseño y gestión de campañas multimedia de promoción del destino, de sondeos y encuestas, tanto de satisfacción como de ocupación.
- Unificar los datos para su mejor consulta aunque sea provenientes de redes distintas como por ejemplo las de las zonas de acceso gratuito WIFI para que capturen datos de forma no intrusiva pero eficaz.
- Acercar la oferta del destino de una forma atractiva para incentivar el consumo de los turistas en su estancia, si es posible de forma programada.
- Permitir la mejor interacción con el turista.

Descripción

La optimización de las acciones de promoción, especialmente en relación con los contenidos online requiere el desarrollo de una suite de aplicaciones integradas enlazadas entre sí que permitan realizar una gestión eficiente, con menor dependencia de servicios externos, de generación y edición de nuevos contenidos para la web turística de Benicàssim, la gestión correcta mediante un CRM de las oportunidades comerciales y la atención al turista y que cubra las necesidades para la gestión de sondeos, encuestas, campañas de promoción digital, así como su primer análisis, incorpore los desarrollos tecnológicos necesarios que permitan mejorar la usabilidad de la aplicación web por parte de un mayor número de usuarios, incluyendo una accesibilidad AAA acorde a los estándares, en cuatro idiomas y desde cualquier tipo de dispositivo.

En este sentido, se requiere un CMS unificado y avanzado de uso sencillo e intuitivo que permita la actualización de los contenidos sin depender de terceras empresas que resten agilidad a la oferta informativa turística, la actualización sincronizada de la agenda con las de las áreas de Cultura y de comunicación de la corporación.

La suite SaaS que se propone incluye los siguientes módulos interoperables:

- 1) Sistema de gestión de alojamiento web y gestión unificada de dominios

- 2) Sistema CMS de edición y gestión de webs, microsites y sus funcionalidades
- 3) Sistema CMS de generación, edición y gestión de contenidos
- 4) Sistema ERP de gestión
- 5) Sistema de generación, edición y gestión de campañas de E-Marketing
- 6) Sistema CRM para gestionar leads de dichas promociones y su automatización
- 7) Sistema de generación, edición y gestión de sondeos y encuestas
- 8) Sistema de consultas y estadísticas para gestionar resultados
- 9) Módulo de comercio electrónico
- 10) Módulo de inventario
- 11) Módulo de enlace con sistemas de tarjeta ciudadana NFC

Agente Responsable: Ayuntamiento de Benicàssim.

Agentes involucrados: Concejalías implicadas

Período Ejecución: Año 1 – Año 2 – Año 3

Resultados previstos:

- Plataformas SaaS Gestión turística

Indicador de seguimiento:

- Desarrollo de la plataforma

6. Cronograma

Actuación	Línea estratégica asociada	2021	2022	2023
G1. Programa de impulso a la cooperación entre agentes del sector	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G2. Programa de Sensibilización social y participación de la ciudadanía en el turismo.	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G.3 Señalización Turística Inteligente	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G4. Información Turística Inteligente - Chatbot	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G.5 Red telemática de Control de Aforos mediante Radares LoRa	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G6. Sistema de geolocalización y apoyo a la seguridad de personas de colectivos desfavorecidos.	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G7. Creación de un Órgano de Sostenibilidad	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G8. Programa formativo y premios RSC para impulsar la sostenibilidad en el sector hostelero y comercios	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G9. Redacción y publicación de cartas de servicios internos	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
G10. Plan de formación continua en Nuevas Tecnologías y TICS	Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional			
S1. Benicàssim Accesible - Plan de Accesibilidad Turística	Sostenibilidad Turística			
S2 Plan de educación y sensibilización ambiental del municipio	Sostenibilidad Turística			
S3. Aula de educación ambiental y observatorio de cambio climático en la playa	Sostenibilidad Turística			
S4. Plan de Movilidad Urbana y Sostenible de Benicàssim	Sostenibilidad Turística			
S5. Red de telecomunicaciones LoRa municipal para interconexión de sistemas IOT	Sostenibilidad Turística			
S6. Red IOT de medida y análisis Bigdata medioambiental	Sostenibilidad Turística			
S7. Edificios públicos descontaminantes con nanotecnología y luz solar	Sostenibilidad Turística			
DP1. Diseño y desarrollo de Experiencias Turísticas	Desarrollo de productos turísticos			
DP2. Impulso al desarrollo del Turismo Gastronómico en Benicàssim	Desarrollo de productos turísticos			
DP3. Impulso al Cicloturismo - Incorporación a la Red Eurovelo y Creación de un Centro BTT en Benicàssim	Desarrollo de productos turísticos			
DP4. Impulso al desarrollo del Turismo Deportivo en Benicàssim	Desarrollo de productos turísticos			
DP5. Desarrollo del producto Turismo de Reuniones e Incentivos en Benicàssim	Desarrollo de productos turísticos			
DP6. Congreso orientado al turismo sostenible	Desarrollo de productos turísticos			

Actuación	Línea estratégica asociada	2021	2022	2023
P1. Promoción online de Benicàssim como destino turístico (Plan de Marketing Online)	Promoción Turística			
P2. Gestión de los perfiles turísticos de Benicàssim en las RR.SS.	Promoción Turística			
P3. Acciones de promoción en canales profesionales	Promoción Turística			
P4. Acciones de promoción para el público final	Promoción Turística			
P5. Campaña de comunicación y fomento del patrimonio natural local relacionado con los productos turísticos asociados	Promoción Turística			
P6. Desarrollo de una APP turística	Promoción Turística			
P7. Nueva Web turística municipal inclusiva, multidioma y responsive	Promoción Turística			
P8. Plataformas SaaS Gestión turística avanzada, canales on line y promoción digital	Promoción Turística			

7. Sistema de Seguimiento y Control

Parte esencial del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y evaluación de la intervención en su conjunto que contribuyan a valorar la continuidad del Plan, a maximizar el nivel de eficiencia de las inversiones que lo sustentan, y a mejorar la participación de todos los actores implicados en el desarrollo del Plan.

El Seguimiento o evaluación se efectuará de forma continua a lo largo de la implementación del Plan y va a permitir "controlar" y "medir" en tiempo real la evolución y el desarrollo de las acciones propuestas; pudiendo corregir y subsanar posibles carencias en su ejecución, aprobando nuevas metas a partir de los resultados obtenidos.

La evaluación es el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo los objetivos específicos del Plan Estratégico de Turismo Sostenible. El seguimiento y evaluación tendrá una periodicidad anual, y para ello se utilizarán los indicadores que acompañan a cada una de las acciones planteadas

En este sentido se proponen dos categorías de indicadores que responden a los ejes clave de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.

7.1 Indicadores de Seguimiento del Plan de Actuación

Los indicadores de seguimiento tienen como finalidad evaluar el grado de ejecución de las acciones que conforman el Plan de Actuación, y tienen que ver con la gestión del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Benicàssim.

Estos indicadores son los definidos para cada una de las acciones que conforman el Plan de Actuación.

1.º.Indicadores de Resultado

Los indicadores de resultados (indicadores de eficiencia) tienen como finalidad mostrar la medida en la que el Plan de Acción está cumpliendo los objetivos del Plan Estratégico de Turismo Sostenible, y para ello se ha definido un Cuadro de Mando conformado por los siguientes indicadores turísticos.

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
A. Gobernanza Turística			
A.1. Nº de reuniones del Consejo Sectorial de Turismo	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
A.2. Nº de acciones de participación con empresas y residentes	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
A.3. Nº de empresas participantes en el Club de Producto de Turismo Gastronómico	Concejalía de Turismo	Club de Producto	Anual
A.3. Nº de empresas participantes en el Club de Producto de Turismo Salud & Bienestar	Concejalía de Turismo	Club de Producto	Anual
A.4. Impacto directo del turismo.	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
A.5. Satisfacción de los turistas con respecto a su experiencia global en Benicàssim	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
B. Sostenibilidad Turística			
B.1 Capacidad de la oferta de alojamiento hotelero.	INE – Concejalía de Turismo	E.O.H. – Informes de Ocupación	Anual
B.2. Capacidad de la oferta de restaurantes.	Agencia Valenciana de Turismo	Infraestructuras Turísticas	Anual
B.3 % de ocupación en establecimientos hoteleros, por plaza.	INE – Concejalía de Turismo	E.O.H. – Informes de Ocupación	Anual
B.4. % de ocupación en establecimientos hoteleros, por plaza y en fin de semana.	INE – Concejalía de Turismo	E.O.H. – Informes de Ocupación	Anual
B.5. RevPar (ingreso medio por habitación disponible).	EXCELTUR	Barómetro de Rentabilidad de Destinos Turísticos	Anual
B.6. ADR (precio medio de venta por habitación).	EXCELTUR	Barómetro de Rentabilidad de Destinos Turísticos	Anual

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
B.7 % de ocupación en campings.	INE – Concejalía de Turismo	E.O.C. – Informes de Ocupación	Anual
B.8. Empresas turísticas adheridas al SICTED de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Listados de adheridos al SICTED	Anual
B.9. Empresas turísticas distinguidas en el SICTED de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Certificados SICTED	Anual
B.10. Satisfacción de los turistas con respecto a los establecimientos hoteleros de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Encuesta a la Demanda	Anual
B.11. Satisfacción de los turistas con respecto a los establecimientos de restauración de Benicàssim.	Concejalía de Turismo	Encuesta a la Demanda	Anual
C. Demanda turística			
C.1. Turistas alojados en establecimientos hoteleros de Benicàssim (total)	INE	E.O.H.	Anual
C.2. Turistas alojados en establecimientos hoteleros de Benicàssim, por lugar de procedencia.	INE	E.O.H.	Anual
C.3. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim (total)	INE	E.O.H.	Anual
C.4. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim, por lugar de procedencia.	INE	E.O.H.	Anual
C.5. Estancia media de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Benicàssim.	INE	E.O.H.	Anual
C.6. Gasto medio por turista/día en Benicàssim.	Concejalía de Turismo	Encuesta a la demanda	Anual
C.7. Turistas alojados en campings de Benicàssim (total)	INE	E.O.C.	Anual
C.8. Pernoctaciones en campings de Benicàssim (total)	INE	E.O.C.	Anual

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
C.9. Estancia media de los turistas alojados en campings de Benicàssim.	INE	E.O.C.	Anual
C.10. Turistas alojados en Apartamentos Turísticos de Benicàssim (total)	Concejalía de Turismo	Informes de Ocupación.	Anual
D. Productos turísticos			
D.1. Playas distinguidas con el sello de Bandera Azul	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
D.2. Playas distinguidas con la Q de Calidad Turística	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
D.3. Playas con la ISO 14.001	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
D.4. Grado de Satisfacción de los usuarios de las playas de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Encuesta a la Demanda	Anual
D.5. Pernoctaciones en la Semana Santa de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
D.8. Pernoctaciones durante la celebración de Belle Epoque	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
D.9. Nº de eventos deportivos celebrados en Benicàssim	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
D.10. Turistas atendidos en las Oficinas de Información Turística de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
D.11. Grado de satisfacción de los usuarios de las Oficinas de Información Turística de Benicàssim	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
D.12. Nº de seguidores de la cuenta de Twitter de Benicàssim Turismo	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual
D.13. Nº de amigos en la cuenta de Facebook de Benicàssim Turismo	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico de Benicàssim	Anual



AYUNTAMIENTO DE BENICÀSSIM

Concejalía de Turismo

Marzo 2021

