

5

PLAN DE ACCIÓN



5.1. Estructura del plan

El Plan Estratégico de Turismo de Castilla-La Mancha (2024-2030) se estructura en **cuatro ejes de acción**:



A continuación se detalla la alineación de los diferentes objetivos específicos del plan con estos cuatro ejes.

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.1. Estructura del plan **Alineación de ejes y objetivos específicos**

-  1 Consideración de **denominaciones geo turísticas** como soporte de la actividad turística en las acciones de oferta y demanda, y en clave de **sostenibilidad**.
-  2 Incrementar estancia y gasto medio de todos los mercados.
-  3 Incrementar la **profesionalización** del sector para atender al turista internacional, y para desarrollar acciones de marketing y comercialización, especialmente en el ámbito digital.
-  4 Aumentar **visitantes internacionales**.
-  5 Mejorar la **colaboración y coordinación pública** con herramientas, procesos y mecanismos más efectivos.
-  6 **Posicionamiento digital** para incrementar notoriedad (conocimiento) de la Región y sus iconos como destino, con una mirada especial a los principales recursos del medio rural.
-  7 **Posicionamiento** del destino asociado a **calidad y autenticidad** de las experiencias, a la no masificación y el descanso, potenciando la desestacionalización.
-  8 Aprovechar **sinergias con otros sectores**, especialmente artesano y agroalimentario, para consolidar la Región como destino experiencial con ofertas identitarias y diferenciadas de la competencia.
-  9 **Acompañar a los municipios** en la consecución de sus retos en turismo, especialmente en turismo rural, buscando la innovación en la prestación de servicios y generación de ingresos para la sostenibilidad del sistema.
-  10 Desarrollar un **sistema de datos turísticos** que dé respuesta a necesidades del sector y los municipios, que integre fuentes existentes y genere nuevos datos, e incorpore la IA y Big Data.
-  11 **Innovación en el modelo de gestión del patrimonio** para potenciar su capacidad de atracción visitantes.
-  12 **Adaptar y dimensionar la estructura pública de turismo** a las necesidades, presencia territorial, especializaciones necesarias, y nuevas ofertas de alojamiento y servicios turísticos que necesitan regulación.
-  13 Acortar brecha entre acción pública destinada al desarrollo y la oferta turística (programas, planes, subvenciones y otros) con el conocimiento que tiene el sector. Mejora y **simplificación de los canales de comunicación con el sector**.
-  14 Fomentar consolidación y creación de **canal de intermediación propio**, especialmente agencias receptoras y DMC, profesionalización.
-  15 **Digitalización** del sector como elemento clave de competitividad, fomentando la capacitación.
-  16 **Desarrollar la función de marketing y comercial en ETURIA**, pasando de modelo de promoción tradicional a marketing digital y comercialización.
-  17 Consolidar / generar **eventos estables** en calendario como dinamizadores del turismo rural (deportivos, culturales, agroalimentarios, artesanos, musicales, sociales...).
-  18 Potenciar la figura de municipio turístico (Decreto 3/2024) para generar **red de destinos** con un modelo basado en la innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Generar indicadores de seguimiento de la sostenibilidad de los destinos de Castilla-La Mancha.
-  19 Consolidar **redes / clubes de producto** como estrategia de diferenciación, especialización y colaboración con el sector. Incorporar la comercialización de experiencias diferenciadoras.
-  20 Fomentar que el turismo se posicione como un sector más atractivo para el empleo. Potenciar acciones para **retener y captar talento**.

5.2. Programas y acciones

EJE 1

Gestión

- Programa de gobernanza
- Programa de ordenación y actualización normativa
- Programa de servicios en destino
- Programa de servicios a empresas

EJE 3

Marketing y comercialización

- Programa de marketing
- Programa de especialización y nuevos productos
- Programa de promoción y ayuda a la comercialización

EJE 2

Conocimiento, innovación y digitalización

- Programa de conocimiento
- Programa de innovación y digitalización

EJE4

Sostenibilidad

- Programa de fomento de la gestión sostenible
- Programa de transición verde del destino
- Programa de transición verde de las empresas

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 1 GESTIÓN

Programa de gobernanza

1. Estructura de gestión. CMI
2. Consejo de turismo
3. Participación en iniciativas suprarregionales
4. Seguimiento y actualización del Plan Estratégico

Programa de ordenación y actualización normativa

5. Ordenación normativa
6. Inspección contra el intrusismo y las actividades ilegales en el sector turístico
7. Actualización y desarrollo de la ley de turismo

Programa de servicios en destino

8. Consolidación y apoyo a la competitividad y digitalización de destinos
9. Inventario y jerarquización de recursos

Programa de servicios a empresas

10. Formación y retención talento. Aula Virtual
11. Espacio para empresas turísticas integrado en la nueva plataforma digital de turismo
12. Reconocimiento de la excelencia
13. Consolidación del tejido asociativo
14. Creación de una red de puntos de información turística oficial en el sector turístico
15. Incentivo a la creación y mantenimiento de pymes turísticas
16. Incentivo a la creación y mantenimiento de empresas y emprendedores en medio rural
17. Impulso a la captación y atención de mercado internacional
18. Plan renovación de planta hotelera

EJE 2 CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

Programa de conocimiento

1. Sistema de inteligencia turística
2. Colaboración con entidades académicas en los programas turísticos y generación de conocimiento
3. Plataforma IA sector hotelero
4. Análisis del comportamiento turístico en la plataforma de experiencias
5. Compartir conocimiento con el sector

Programa de innovación y digitalización

6. Puesta en marcha de la plataforma digital turística de Castilla-La Mancha
7. Comercialización online de los recursos patrimoniales de Castilla-La Mancha
8. Formación en competencias digitales
9. Gemelo digital para el sector turístico
10. Fomento de soluciones empresariales innovadoras de base tecnológica en el medio rural

EJE 3 MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

Programa de marketing

1. Posicionamiento de marca-destino
2. Plan de marketing nacional e internacional
3. Programa "Conoce Castilla-La Mancha"
4. Planes de marketing específicos por producto
5. Actualización y curación de contenidos de todas las plataformas / soportes

Programa de especialización y nuevos productos

6. Impulso de redes especializadas
7. Impulso de rutas y productos singulares
8. Fomento de la inversión en materia de enoturismo y turismo gastronómico
9. Fomento de la inversión en materia de turismo activo y ecoturismo
10. Impulso del turismo MICE
11. Impulso y consolidación de la Red de Hospederías de Castilla-La Mancha
12. Impulso y consolidación de Castilla-La Mancha Film Commission

Programa de promoción y ayuda a la comercialización

13. Participación en eventos promocionales especializados
14. Organización de eventos de especial y singular interés
15. Organización de viajes para medios de comunicación, periodistas, prescriptores digitales y KOLs
16. Gestión de RRSS integrada en la estrategia de marketing digital
17. Organización y participación en jornadas de comercialización (workshops)

EJE 4 SOSTENIBILIDAD

Programa de fomento de la gestión sostenible

1. Gestión de fondos MRR
2. Innovación en la gestión de recursos patrimoniales
3. Cálculo huella carbono y contribución biodiversidad
4. Impulso de la red de Municipios turísticos con modelo DTI
5. Consumo responsable

Programa de transición verde del destino

6. Fomento de iniciativas de turismo circular
7. Fomento movilidad sostenible, rural bike conecta Castilla-La Mancha
8. Distribución de flujos, seguimiento del plan de señalización turística y estudios de capacidad de carga de destinos
9. Embellecimiento destinos
10. Fomento de la accesibilidad y conservación de zonas de baño
11. Red de miradores astronómicos de Castilla-La Mancha

Programa de transición verde de las empresas

12. Fomento de la transición energética en el sector turístico con energías renovables
13. Observatorio de turismo
14. Sistema Integral de Calidad de los destinos de Castilla-La Mancha

5.2. Programas y acciones

EJE 1 Gestión

Programa de gobernanza

1. Estructura de gestión. CMI
2. Consejo de turismo
3. Participación en iniciativas suprarregionales
4. Seguimiento y actualización del Plan Estratégico

Programa de ordenación y actualización normativa

5. Ordenación normativa (decreto red culinaria y sobre turismo industrial)
6. Inspección contra el intrusismo y las actividades ilegales en el sector turístico
7. Actualización de la ley de turismo

Programa de servicios en destino

8. Consolidación y apoyo a la competitividad y digitalización de destinos
9. Inventario y jerarquización de recursos

Programa de servicios a empresas

10. Formación y retención talento. Aula Virtual
11. Espacio para empresas turísticas integrado en la nueva plataforma digital de turismo
12. Reconocimiento de la excelencia
13. Consolidación del tejido asociativo
14. Creación de una red de puntos de información turística oficial en el sector turístico
15. Incentivo a la creación y mantenimiento de pymes turísticas
16. Incentivo a la creación y mantenimiento de empresas y emprendedores en medios rural
17. Impulso a la captación y atención de mercado internacional
18. Plan renovación planta hotelera

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 1 Gestión

Programa de gobernanza

El sector turístico es un sector transversal en el que inciden todas las áreas del Gobierno de Castilla-La Mancha por lo que son necesarios mecanismos que refuercen la colaboración y coordinación, así como la máxima participación de todos los actores estratégicos del sector turístico castellanomanchego.

Esto es especialmente necesario en una Región que es la tercera más extensa de España, y donde la gestión de sus principales recursos turísticos es multi dependiente, por ello es imprescindible maximizar la coordinación interadministrativa, solo así las acciones del plan se podrán implementar, y así conseguir sus resultados de forma eficiente. Este programa está compuesto por cuatro acciones que potencian la colaboración público-pública, público-privada y privada-privada durante la vigencia del plan.

Acciones:

1. Estructura de gestión. CMI
2. Consejo de turismo
3. Participación en iniciativas suprarregionales
4. Seguimiento y actualización del Plan Estratégico

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE GOBERNANZA

ACCIÓN 1

Estructura de gestión. CMI

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La inversión en turismo de los fondos Next Generation y otros fondos europeos con incidencia en el turismo, ha generado una importante carga de trabajo en la Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía, que se está desarrollando con la dedicación del equipo de 18 personas, seis de las cuales están vinculadas a programas temporales que finalizan en 2025. Por otro lado, la creación de ETURIA en 2022 requiere de una mayor especialización en el ámbito del marketing y comercial para consolidarla como herramienta clave para la promoción turística y artesanal de Castilla-La Mancha y potenciar la capacidad de atracción de los recursos patrimoniales. Esta acción comprende la creación de las funciones de Cuadro de Mando Integral en la DGTCYA, completar la estructura de la DGTYA y avanzar en la consolidación de ETURIA y su función del fomento de la colaboración público privada en el ámbito de producto y su promoción.

TAREAS

1. Implantar CMI con reuniones de carácter al menos mensual de todo el equipo de la DGTCYA. Generar indicadores económicos para control de ejecución presupuestaria. Dar seguimiento a la implementación del plan.
2. Desarrollar la función de gestión /soporte a la gestión de recursos turísticos, marketing y ventas en la sociedad ETURIA
3. Consolidar la estructura de la DGTCYA para el desarrollo de sus funciones.
4. Incrementar la colaboración público privada mediante las redes de colaboración y clubes de producto

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Cuadro de Mando Integral desarrollado, actas de las reuniones de equipo
 Funciones de gestión, marketing y comercial desarrolladas en ETURIA
 Funciones de la DGTCYA desarrolladas por estructura adecuada
 Participación del sector en redes y clubes de producto turístico

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

JS Turismo. Gerencia ETURIA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE GOBERNANZA

ACCIÓN 2

Consejo de turismo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El Consejo de Turismo es un órgano consultivo y asesor en materia turística de la Consejería competente en materia turística, en este caso la Consejería de Economía y Empleo. Fue creado en el año 1998, Decreto 21/1998 de 21 de Abril, y actualizado en su composición en 2007, Decreto 17/2007 de 20 de marzo. El ámbito temporal del plan requiere de una mayor dedicación del Consejo al objeto de poder realizar un seguimiento de los programas, por lo que esta acción prevé consolidar las reuniones anuales del consejo, así como la creación de mesas especializadas dentro del Consejo, en concreto una mesa con las delegaciones provinciales de la Consejería que tendrá como objetivo analizar el impacto del plan en el ámbito provincial, así como aunar esfuerzos en planificación, ordenación, promoción turística y las acciones de competitividad en los destinos de las provincias, especialmente el fomento del desarrollo de la figura de Municipio Turístico.

TAREAS

1. Desarrollo de la función de secretaria técnica del Consejo, encargada de la organización, preparación, acompañamiento y control de resultados de las reuniones
2. Creación de la mesa de competitividad y sostenibilidad dentro del Consejo, formada por Delegaciones Provinciales y otros miembros del Consejo que así lo manifiesten
3. Elaboración de informe de seguimiento de implementación del plan con indicadores información y evaluación del Consejo

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Reuniones anuales del Consejo
Desarrollo funciones Secretaría Técnica del Consejo
Creación "mesa de competitividad y sostenibilidad", reuniones anuales
Informes de seguimiento

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

JS Turismo

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE GOBERNANZA

ACCIÓN 3

Participación en iniciativas suprarregionales

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Participar y dar seguimiento a las iniciativas nacionales e internacionales en la ordenación, planificación y promoción del turismo en las que participa Castilla-La Mancha. Esta acción contempla el seguimiento y la participación en iniciativas existentes vinculadas con organismos nacionales e internacionales, y la adhesión y participación en iniciativas especializadas en segmentos o nichos como el turismo MICE, el turismo gastronómico, tecnología o el turismo sostenible. En particular se continuará con la estrecha colaboración con la Red de Oficinas de Turismo de Turespaña para acciones de promoción en los principales mercados emisores de turismo a la Región, así como la participación en nuevas iniciativas de interés durante el periodo de vigencia del Plan.

TAREAS

1. Coordinación con Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña, y Consejerías del Gobierno de Castilla-La Mancha para el correcto desarrollo de la participación
2. Especialización del equipo de la DGTCYA y Eturia para diversificar presencia en iniciativas
3. Memoria anual específica del resultado participación en redes suprarregionales

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Memoria anual de participación. Resultados
Número de iniciativas suprarregionales en la que se participa

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

JS Turismo / ETURIA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE GOBERNANZA

ACCIÓN 4

Seguimiento y actualización del Plan Estratégico

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El sector turístico es sensible a diferentes variables, variaciones macroeconómicas, contextos sociopolíticos, alertas sanitarias, de seguridad y ambientales, etc. Por ello, y por la vigencia del Plan hasta el 2030, es necesario disponer de un mecanismo claro de seguimiento, control y evaluación del Plan Estratégico, que no solo permita seguir el cumplimiento de las diferentes acciones y programas, sino también corregir posibles desviaciones respecto a los objetivos planteados, o incorporar nuevas actuaciones frente a nuevos retos no previstos. Esta acción prevé las siguientes herramientas de seguimiento del plan.

TAREAS

1. Seguimiento anual por parte de la DGTCYA y ETURIA. La función de secretaria técnica de la acción 2 se encargará de elaborar la memoria de seguimiento con los datos proporcionados bajo la coordinación de la DGTCYA, y la implicación necesaria del Sistema de Inteligencia Turística .
2. Elaboración de una herramienta de gestión de la información para analizar y monitorizar los indicadores del plan como indicadores clave de desempeño (KPI), integrando métricas y datos fundamentales para hacer el seguimiento del Plan.
3. Elaborar propuestas de ajuste incluso modificación de acciones para atender nuevos retos y necesidades
4. Actualizar el Plan en el año 2027 incluyendo resultados y nuevas acciones si las hubiese

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Memoria de seguimiento
Dashboard de seguimiento
Actualización del Plan en 2027

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

JS Turismo / ETURIA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones

EJE 1 Gestión

Programa de ordenación y actualización normativa

En los últimos años se ha desarrollado una importante labor de actualización normativa, en diferentes sectores del turismo regional: ordenación de las empresas y de los establecimientos de alojamiento turístico hotelero; apartamentos y viviendas de uso turístico y camping; regulación de los establecimientos de turismo rural; ordenación de las empresas de intermediación turística; ordenación de las empresas de restauración; de las profesiones turísticas y del inicio de actividad de las empresas de información turística. El decreto que regula la figura del Municipio Turístico y la normativa reguladora de las empresas de turismo activo y el ecoturismo. También de la creación y regulación de la Red de Hospederías de Castilla-La Mancha y de los parámetros de calidad complementarios de la Red. Desde el año 2018 se han elaborado y aprobado once decretos y resoluciones normativas.

La ordenación y regulación en un sector como el turístico sigue siendo necesaria, no solo para atender necesidades de ordenación, sino también para atender y controlar nuevas realidades, entre las que destaca una nueva ley de ordenación del turismo en la Región.

Acciones:

5. Ordenación normativa
6. Inspección contra el intrusismo y las actividades ilegales en el sector turístico
7. Actualización y desarrollo de la ley de turismo

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE ORDENACIÓN Y ACTUALIZACIÓN NORMATIVA

ACCIÓN 5

Ordenación normativa

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

En la actualidad se está trabajando en el proyecto de Decreto por el que se regula el derecho de uso y se crea el Registro Regional de Personas Usuarias de la Marca Raíz Culinaria Castilla-La Mancha. Una marca necesaria para impulsar el turismo gastronómico y la gastronomía de Castilla-La Mancha, marca colectiva, con el fin de promocionar los productos, actividades y servicios gastronómicos de la región, que conforman nuestra propia identidad. También se está trabajando en el decreto de ordenación de empresas de turismo industrial. El reciente publicado Reglamento (UE) 2024/1028 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, sobre la recogida y el intercambio de datos relativos a los servicios de alquiler de alojamientos de corta duración y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2018/1724, conllevará una revisión de la normativa reguladora de apartamentos y viviendas de uso turístico para su adaptación a una implementación de esta normativa europea a nivel nacional. Así mismo se propone la elaboración de un manual / guía que sirva de ayuda para responsables municipales. Esta acción también contempla la elaboración de un manual de buenas prácticas para los guías de turismo, así como la realización de pruebas de conocimiento para el acceso a la habilitación. También contempla el desarrollo normativo para atender nuevas necesidades sectoriales, con especial foco en materia de protección de datos en el sector (internet de las cosas, 5G, big data, ciberseguridad o aplicaciones móviles) y la regulación de las empresas que desarrollan actividades turísticas categorizadas bajo lo que se ha denominado "Turismo industrial".

TAREAS

1. Publicación del Decreto por el que se regula el derecho de uso y se crea el Registro Regional de Personas Usuarias de la Marca Raíz Culinaria Castilla-La Mancha.
2. Publicación del Decreto de ordenación de empresas de turismo industrial
3. Revisión del Decreto de ordenación de viviendas de uso turístico y elaboración de guía para los municipios.
4. Manual de buenas prácticas para los guías de turismo, aumento de pruebas de conocimiento

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Publicación Decretos
Guía para responsables municipales sobre las viviendas de uso turístico
Manual de buenas prácticas para los guías de turismo
Convocatoria de pruebas de conocimiento para guías turísticos

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE ORDENACIÓN Y ACTUALIZACIÓN NORMATIVA

ACCIÓN 6

Inspección contra el intrusismo y las actividades ilegales en el sector turístico

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Las funciones de inspección turística se desarrollan por el personal de la Delegaciones provinciales, los cuales realizan una media de 1.300 inspecciones al año en toda Castilla-La Mancha, siendo esta labor inspectora realizada con carácter ordinario y regular. Los desarrollos normativos recientes y el aumento de las empresas en el sector requieren de la necesidad de aprobar Planes anuales de inspección que prioricen para cada periodo los sectores turísticos a inspeccionar y controlar. Además de las inspecciones regulares en sectores como el hotelero, se aprobará un Plan de inspección especial que contemplará el análisis del registro de viviendas de uso turístico, su depuración y actualización con carácter anual, incluyendo dos análisis anuales para comprobar la veracidad del número de registro de la vivienda turística que se oferta en las plataformas de internet. También contempla la puesta en marcha de una campaña de información y sensibilización dirigidas a las personas físicas, empresas gestoras de viviendas de uso turístico, y canales de comercialización en internet con el objetivo de trabajar contra el intrusismo en el sector de las viviendas turísticas; dentro de la campaña se implementará una acción asesoramiento y coordinación con responsables municipales para el desarrollo de acciones contra el intrusismo y la competencia desleal. El plan especial también contempla un programa de visitas de inspección a actividades que hayan tenido reclamaciones o denuncias y a espacios de municipios turísticos para comprobar in situ la habilitación como guía turístico de las personas que efectúan visitas turísticas.

TAREAS

1. Monitorizar el plan de inspección ordinario
2. Poner en marcha el plan de inspección especial y monitorizar los resultados
3. Acciones de coordinación y asesoramientos a municipios turísticos.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Numero de inspecciones ordinarias
 Actualización registro de viviendas de uso turístico
 Análisis y comprobación de registro de la vivienda turística que se oferta en las plataformas de internet
 Campaña de información y sensibilización
 Visitas de inspección para comprobar in situ la habilitación como guías turísticos

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE ORDENACIÓN Y ACTUALIZACIÓN NORMATIVA

ACCIÓN 7

Actualización y desarrollo de la ley de turismo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La Ley de turismo de Castilla-La Mancha se aprobó en 1999 , (Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha). Tras 25 años de vigencia, el sector turístico de Castilla-La Mancha y la cadena de valor del sector ha cambiado y es necesaria una actualización; esta actualización tendrá en cuenta el nuevo canal digital de comercialización, los nuevos actores que ha irrumpido en el sector, especialmente en las atracciones de visitantes, la nueva realidad de la oferta del destino de Castilla-La Mancha, teniendo un especial foco en el turismo rural y las zonas despobladas para potenciar y consolidar la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha como uno de los principales destinos turísticos de interior. Asimismo, se prevé la necesidad de regular el marco jurídico necesario para que los destinos puedan acceder a formas de financiación de actividades turísticas.

TAREAS

1. Actualización de la Ley de Turismo de Castilla-La Mancha. Ordenación de la oferta turística, estableciendo las modalidades de las empresas y actividades turísticas, la garantía y protección de los derechos de los usuarios turísticos y sus deberes correspondientes, la promoción y el fomento del turismo en su ámbito territorial, así como el régimen disciplinario aplicable al mismo.
2. Desarrollo de la Ley de Turismo

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Actualización de la Ley
Desarrollo de la Ley

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones

EJE 1 Gestión

Programa de servicios en destino

Castilla-La Mancha como destino está compuesta por muchas realidades turísticas que determinan destinos diferenciados con diferentes realidades de oferta y demanda y por consiguiente con diferentes necesidades, este foco en destinos permite identificar, delimitar y categorizar las zonas de planeamiento, desarrollo turístico, y unidades de promoción turística; las unidades o ámbitos se identifican por un conjunto de características que configuran una opción diferenciada y reconocible en la decisión de compra por parte de los consumidores. Este programa tiene por objetivo la prestación de servicios a medida de estas realidades, tanto en políticas de desarrollo y competitividad como en políticas de portafolio de producto y captación de demanda

Acciones:

8. Consolidación y apoyo a la competitividad y digitalización de destinos
9. Inventario y jerarquización de recursos

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS EN DESTINO

ACCIÓN 8

Consolidación y apoyo a la competitividad y digitalización de destinos

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Dados los avances conseguidos en los diferentes destinos de la región mediante programas como los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino y Acciones de Cohesión de Destino, ambos enmarcados en los planes MRR, u otras iniciativas como los Destinos Turísticos Inteligentes, se realizará un análisis de competitividad y grado de digitalización de los destinos y en base a ello se les dotará de ayudas y mecanismos encaminados a fortalecer la competitividad con acciones enfocadas hacia la gestión, la oferta o la demanda en función de las necesidades concretas. Dentro de esta actualización hará especial incidencia en conocer el grado de digitalización de cada uno de los destinos, a partir del cual se pondrán en marcha acciones para la transformación digital y formación en marketing digital y herramientas digitales para gestores de destino y servicios turísticos de Castilla-La Mancha

TAREAS

1. Realización de un análisis de la competitividad turística en los destinos
2. Dotación de mecanismos encaminados a fortalecer la competitividad turística regional
3. Análisis del grado de digitalización de destinos
4. Plan de acción para la transformación digital de destinos y formación en marketing digital y herramientas digitales para gestores de destinos y servicios turísticos de Castilla-La Mancha

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Informe del análisis de competitividad de los destinos
Mecanismos de apoyo a la competitividad puestos en marcha
Informe de digitalización de destinos y necesidades
Acciones de formación y otras ayudas para la digitalización

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS EN DESTINO

ACCIÓN 9

Inventario y jerarquización de recursos

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción contempla la actualización del inventario de recursos turísticos de Castilla-La Mancha al objeto de reflejar la nueva situación del aprovechamiento turístico de los recursos, así como las nuevas ofertas con capacidad de atracción de visitantes, incluyendo los eventos consolidados. La actualización del inventario de recursos naturales, culturales, y de ocio, tangibles e intangibles de Castilla-La Mancha se concibe como el elemento básico para articular las estrategias de desarrollo y consolidación de la cartera de productos, esta acción forma parte de la anterior, al ser un elemento clave en el mapa de destinos de Castilla-La Mancha. Una vez estén las fichas de cada recurso actualizadas la acción contempla la elaboración del inventario en formato digital, creando un portal visitable donde se puedan actualizar los datos de forma recurrente. La segunda parte de esta acción es la aplicación de criterios para identificar las necesidades de cada uno de los recursos, así como identificar los recursos centrales de la oferta y los complementarios que todavía tienen potencial para aprovechar su capacidad de atracción y conformación de experiencias. El resultado de esta jerarquización permitirá identificar las necesidades de los recursos que pasan por aplicar políticas de desarrollo de la oferta, otros el grado de maduración requiere de políticas de captación de demanda, y aquellos que requieren de ambas políticas.

TAREAS

1. Actualización del inventario y jerarquización
2. Elaboración portafolio de experiencias turísticas dentro del mapa de destinos de Castilla-La Mancha
3. Inventario actualizado y publicado en digital
4. Actualización

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Inventario jerarquizado
Publicación digital
Actualización anual

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 1 Gestión

Programa de servicios a empresas

Fortalecer la cadena de valor del sector turístico es uno de los grandes objetivos del Plan. Las empresas turísticas, y las vinculadas al sector turístico en todos los destinos de Castilla son claves para satisfacer las necesidades del turista en su experiencia y la prestación de servicio de calidad. Este programa incluye acciones dirigidas a las microempresas y pymes del sector turístico, y de todos sus subsectores, alojamiento, restauración, intermediación, actividades y servicios en destino, también a tejido empresarial de sectores relacionados con el turismo. Un buen tejido empresarial hace que Castilla-La Mancha como destino tenga capacidad de atracción y sea competitivo a largo plazo.

Acciones:

10. Formación y retención talento. Aula Virtual
11. Espacio para empresas turísticas integrado en la nueva plataforma de turismo
12. Reconocimiento de la excelencia
13. Consolidación del tejido asociativo
14. Creación de una red de puntos de información turística oficial en el sector turístico
15. Incentivo a la creación y mantenimiento de pymes turísticas
16. Incentivo a la creación y mantenimiento de empresas y emprendedores en medio rural
17. Impulso a la captación y atención de mercado internacional
18. Plan de renovación de la planta hotelera

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 10 Formación y retención talento. Aula Virtual

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Elaboración de un diagnóstico sobre la profesionalización y las necesidades de formación y retención de talento de las empresas turísticas de Castilla-La Mancha. Redacción de un plan de formación a medida para los diferentes subsectores; así como de un plan de formación concreto para formación, captación y retención de talento tecnológico, sostenibilidad, innovación transformación y marketing digital. En la actualidad existe un plan de formación en competencias digitales. Incorporación de los planes y cursos concretos resultantes al programa formativo online (aula virtual) que desarrolla la DGTCYA, dirigida a los profesionales del sector turístico para contribuir a la competitividad. Se analizarán las entidades con capacidad formativa en Castilla-La Mancha para formalizar convenios de colaboración para potenciar oferta formativa en las provincias.

TAREAS

1. Diagnóstico necesidades
2. Redacción oferta formativa
3. Análisis y selección de entidades colaboradoras
4. Incorporación al programa Aula Virtual
5. Plan de formación bianual para actualizar cada dos años

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Documentos previos
Convenios firmados
Cursos ofertados al año
Asistentes / participantes al año por curso

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo / ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 11

Espacio para empresas turísticas integrado en la nueva plataforma digital de turismo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el objetivo de potenciar la colaboración público privada y prestar servicio al sector privado esta acción contempla la creación de un apartado para empresas turísticas de Castilla-La Mancha dentro de la nueva plataforma de digitalización y experiencia turística en Castilla-La Mancha, un espacio donde acceder a todas las actividades con incidencia en el turismo, líneas de subvención, financiación y ayudas y novedades regulatorias. El espacio contará con herramientas para una atención individualizada para ayudar a empresas y emprendedores, así como acceso a actividades para compartir experiencias con otras empresas

TAREAS

1. Desarrollo del apartado empresas en la plataforma de digitalización y experiencia turística en Castilla-La Mancha
2. Dinamización y actualización del espacio

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Usuarios registrados
Usuarios atendidos
Número de consultas, tráfico mensual en el apartado
Actividades de dinamización de la comunidad

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo / ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 12

Reconocimiento de la excelencia

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El reconocimiento a las buenas prácticas empresariales es fundamental para motivar y destacar el esfuerzo de las empresas que están comprometidas con la excelencia y la mejora continua del sector turístico regional. Para ello se va a establecer un programa de reconocimiento efectivo en el que se primarán las buenas prácticas en aspectos como la innovación, la sostenibilidad, la responsabilidad social y la calidad. Para ello se actualizarán las categorías y modalidades de los Premios Regionales de Turismo, los Premios de gastronomía, así como el formato del evento con el objetivo de establecer alianzas con otras instituciones y vincular a los mejores profesionales del sector.

TAREAS

1. Actualización de las categorías y modalidades de los Premios Regionales de Turismo
2. Actualización del formato para que tenga mayor participación e incidencia en el sector
3. Entrega de Premios de forma anual

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Actualización de los Premios Regionales de Turismo
Categorías, modalidades, premiados, asistentes
Informe anual

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo / ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 13

Consolidación del tejido asociativo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El asociacionismo empresarial proporciona un entorno de apoyo, aprendizaje y colaboración que resulta fundamental para el crecimiento y consolidación de la representación del sector frente a diferentes grupos de interés, entre ellos la sociedad y la administración. Esta acción consiste en dar continuidad al apoyo e impulso de la labor de las asociaciones sectoriales, ya sean agrupaciones de producto o agrupaciones de empresas de subsectores para el desarrollo de sus funciones de acompañamiento y asesoramiento al sector, así como actuaciones de promoción de sus actividades tanto a nivel nacional como internacional, mediante convenios de colaboración o la participación en convocatorias de ayudas que se pongan en marcha para este fin. Asimismo, se contempla el apoyo a Asociaciones sin ánimo de lucro que contribuyen a la dinamización turística de destinos mediante la organización de actividades o actuaciones de promoción turística.

TAREAS

1. Convenios de colaboración. Continuidad de subvenciones nominativas. Nuevas ayudas y conceptos subvencionables dirigidos a Entidades sin ánimo de lucro.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe
Beneficiarios
Actividades
Memoria

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 14

Creación de una red de puntos de información turística oficial en el sector turístico

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El Decreto 29/2007, de 10 abril regula la Red de Oficinas de Turismo de Castilla-La Mancha, en la actualidad la red se compone de 105 oficinas, tanto propias de la Junta de Comunidades como gestionadas por otras administraciones. Para complementar y ampliar esta estructura informativa aportando una mayor capilaridad y cercanía de la información a los turistas, se creará la figura de “Punto de Información Turística Oficial”. Estos puntos de información turística contemplan la posibilidad de que desde el sector empresarial se preste este servicio de información turística como complemento a sus servicios por parte de aquellas empresas que así lo soliciten. Para ello, los interesados tendrán que cumplir determinados requisitos como la formación sobre los principales recursos y oferta turística de la región y en especial de su entorno más próximo. Una vez finalizado el proceso de homologación la empresa será reconocida como “Punto de Información Turística Oficial, y se le proveerá de recursos para su identificación y prestación del servicio.

TAREAS

1. Definir requisitos de adscripción a la red de puntos de información turística oficiales
2. Desarrollo de marca y base de información
3. Fomentar la adscripción

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de participantes / prescriptores de Castila-La Mancha
Número de puntos adscritos a la red

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 15

Incentivo a la creación y mantenimiento de pymes turísticas

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

En la actualidad el gobierno regional convoca con carácter anual subvenciones dirigidas a estimular determinadas actividades o nichos turísticos; es el caso de las ayudas dirigidas a la organización de eventos y congresos; o el programa “Conoce Castilla-La Mancha”. Próximamente y en el marco de la gestión de fondos Next Generation UE se convocarán diferentes líneas de ayuda al fomento de la inversión en materia de turismo activo y ecoturismo, también en materia de enoturismo y turismo gastronómico con incidencia en el sector de restauración, entre otras. Esta acción consiste en la continuidad de las acciones existentes e incorporación de otras subvenciones que incentiven la creación y el mantenimiento de microempresas, pequeñas y medianas empresas turísticas con el objetivo de favorecer el desarrollo de una oferta turística de calidad, más competitiva y adaptada a la evolución constante y cambiante del mercado turístico, todo ello bajo criterios de sostenibilidad social, económica y ambiental. También contempla el apoyo a la oferta de alojamiento hotelero para mejoras y renovación.

TAREAS

1. Procedimiento propio de subvenciones y ayudas, ampliación a nuevos tipos de empresa

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe
Beneficiarios
Actividades
Memoria

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 16

Incentivo a la creación y mantenimiento de empresas y emprendedores en medio rural

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Disponer de una oferta de turismo rural capaz de generar experiencias diferenciadoras y de calidad es clave para Castilla-La Mancha. Por ello todas las ayudas destinadas a apoyar proyectos empresariales nuevos o ampliación de los ya existentes tendrán un mayor incentivo cuando se ubiquen en el medio rural y en concreto en las zonas escasamente pobladas o en riesgo de despoblación. Esta acción también incluye la creación de las funciones del agente de desarrollo turístico en zonas rurales, encargado de dar a conocer las líneas de ayuda, prestar soporte a emprendedores y pequeñas empresas, aglutinar y coordinar a los empresarios y emprendedores entorno a iniciativas que procuren un desarrollo sostenible de la zona.

TAREAS

1. Procedimiento propio de subvenciones y ayudas especializadas en turismo rural
2. Desarrollo de las funciones de agente de turismo rural

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe
Beneficiarios
Actividades
Memoria
Número de agentes de turismo rural

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 17

Impulso a la captación y atención de mercado internacional

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Uno de los retos del plan es la captación de mayor cuota de mercado de turismo internacional en Castilla-La Mancha; para conseguirlo el plan contempla acciones de marketing en el eje 3, y también son necesarias acciones para la capacitación de las empresas de Castilla-La Mancha en la captación y atención de mercado internacional. Esta acción consiste en la financiación de proyectos empresariales que contribuyan a mejorar su posicionamiento, notoriedad y conversión de internacional; está enfocada a proyectos que incidan en la demanda, aunque se valorarán proyectos que incidan en la oferta y prestación de servicio

TAREAS

1. Prospección de empresas potenciales de interés, divulgación de ayudas
2. Procedimiento propio de subvenciones y ayudas.
3. Cursos de formación para comercialización y marketing internacional

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe
Beneficiarios
Proyectos ejecutados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 1. GESTIÓN

PROGRAMA DE SERVICIOS A EMPRESAS

ACCIÓN 18

Plan de renovación de la planta hotelera

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Acción específica dirigida a la oferta de alojamiento hotelero (hoteles, hostales y pensiones) para fomentar reformas y renovaciones enfocadas a generar ofertas más competitivas, más modernas y alineadas con la demanda de experiencias, con uso de nuevas tecnologías, y con proyectos respetuosos con el medio ambiente. Esta acción se articulará con subvenciones, préstamos y ayudas económicas. El objetivo final es favorecer el crecimiento de la planta hotelera para generar entorno adecuado para fomentar el empleo de calidad

TAREAS

1. Diagnóstico de necesidades por tipología de alojamiento
2. Procedimiento propio de subvenciones y ayudas.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe
Beneficiarios
Proyectos ejecutados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 2 Conocimiento, innovación y digitalización

Programa de conocimiento

1. Sistema de inteligencia turística
2. Colaboración con entidades académicas en los programas turísticos y generación de conocimientos
3. Plataforma IA sector hotelero
4. Análisis del comportamiento turístico en la plataforma de experiencias
5. Compartir conocimiento con el sector

Programa de innovación y digitalización

6. Puesta en marcha de la plataforma digital turística de Castilla-La Mancha
7. Presencia de Castilla-La Mancha en nuevas plataformas turísticas digitales
8. Formación en competencias digitales
9. Gemelo digital para el sector turístico
10. Fomento de soluciones empresariales innovadoras de base tecnológica en el medio rural

5.2. Programas y acciones

EJE 2 Conocimiento, innovación y digitalización

Programa de conocimiento

El programa de conocimiento está orientado a maximizar y optimizar las fuentes de datos e información disponibles para potenciar la generación de conocimiento vinculado con el sector turístico de Castilla-La Mancha.

Para disponer de un modelo de generación de conocimiento robusto es necesario contar con la implicación de agentes vinculados directa e indirectamente con el sector turístico tanto para la recogida de datos e información como para la compartición de los resultados, contribuyendo a la mejora del conocimiento de todos los agentes y facilitando la toma de decisiones. Con este objetivo este programa incluye acciones que implican a las administraciones públicas, entidades académicas y al sector hotelero en la recogida y análisis de datos; así como mecanismos para garantizar a los agentes del sector el acceso a los resultados.

Acciones:

1. Sistema de inteligencia turística
2. Colaboración con entidades académicas en los programas turísticos y generación de conocimiento
3. Plataforma IA sector hotelero
4. Análisis del comportamiento turístico en la plataforma de experiencias
5. Compartir conocimiento con el sector

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE CONOCIMIENTO

ACCIÓN 1

Sistema de inteligencia turística

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Dando continuidad y potenciando la labor del área de inteligencia de Eturia, se conformará un auténtico Sistema de Inteligencia Turística (SIT) con el fin de monitorizar y analizar los datos turísticos de las principales fuentes oficiales, así como los provenientes de las fuentes privadas disponibles. Se considerará la incorporación de nuevas fuentes, tanto mediante colaboración con diferentes entidades para la compartición de datos, como la posible adquisición a terceros de datos que aporten importante valor añadido. Se dará continuidad al diseño y elaboración de reportes y estudios específicos (informes de coyuntura turística, seguimiento de la evolución de mercados emisores, benchmarking con destinos competidores, análisis particularizados de diferentes destinos del territorio, estudio de la contribución del turismo a la economía regional, etc.). Adicionalmente, se analizará la evolución de los indicadores de ejecución del presente Plan Estratégico. Para facilitar a los agentes del sector turístico acceso a las principales magnitudes del sector, se desarrollará y publicará un visor de datos estadísticos, como herramienta de *business intelligence*.

TAREAS

1. Monitorización y análisis de datos turísticos.
2. Diseño y elaboración de reportes e informes.
3. Creación de una herramienta de visualización de datos, facilitando el acceso a los agentes del sector.
4. Informar al sector sobre el visor de datos turísticos que tiene a su disposición.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Reportes e Informes efectivamente elaborados
Solicitudes internas y externas de información sobre la marcha del sector turístico de Castilla-La Mancha atendidas.
Puesta efectiva en marcha del visor de datos turísticos
Volumen de consultas al visor de datos
Fuentes de datos integradas en el SIT

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE CONOCIMIENTO

ACCIÓN 2

Colaboración con entidades académicas en los programas turísticos y generación de conocimiento

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el objetivo de incrementar el grado de conocimiento sobre el sector turístico del destino, se establecerá un convenio de colaboración estable con investigadores de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), garantizando como mínimo la ejecución de dos estudios anuales. Entre los ámbitos de colaboración se podrán incluir: Elaboración de estudios de Hábitos Turísticos en Castilla-La Mancha, Satisfacción de la Demanda y Gasto Turístico en destino. Estudios especializados en determinadas tipologías turísticas o segmentos de mercado. Desarrollo de un modelo económico o econométrico explicativo/predictivo de la evolución de los flujos de demanda turística. Asesoramiento en ámbitos específicos, como la gestión en materia de Sostenibilidad Turística o el aprovechamiento a nivel de destino autonómico de las potencialidades de los destinos turísticos inteligentes gestionados desde el ámbito local. Para potenciar la generación de conocimiento y la apuesta por el talento también se organizará una convocatoria de premios para trabajos de investigación relacionados con el turismo de Castilla-La Mancha.

TAREAS

1. Firma de convenio con la Universidad de Castilla-La Mancha
2. Definición del plan anual de colaboración, concretando los estudios o asesoramientos que se realizarán y los plazos de ejecución.
3. Seguimiento y soporte a la UCLM proporcionando los datos disponibles
4. Publicación de los resultados
5. Realización de convocatoria de los premios para trabajos de investigación relacionados con el turismo de Castilla-La Mancha.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Convenio firmado, con plan anual de colaboración
 Número de estudios y asesoramientos comprometidos, ejecutados y publicados
 Número de descargas o consultas de los informes y estudios publicados
 Concurso de trabajos de investigación celebrado

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación
ETURIA

Control
DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE CONOCIMIENTO

ACCIÓN 3

Plataforma IA sector hotelero

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Creación de una plataforma basada en inteligencia artificial para dar soporte al sector hotelero e impulsar su competitividad. La red de hoteles de Castilla-La Mancha tendrá acceso a esta nueva herramienta que contará con datos abiertos, les facilitará la realización de análisis de mercado y les servirá como soporte para la gestión y planificación de sus negocios (optimización de recursos, definición de precios, gestión de reservas, previsión de la demanda, etc.). Con esta innovación las empresas podrán ofrecer servicios y experiencias personalizadas. Esta acción se impulsa en el marco del proyecto “Spain Living Lab”, estando financiado con fondos europeos del programa Redes Territoriales de Especialización Tecnológica (RETECH).

TAREAS

1. Licitación del desarrollo de la plataforma
2. Informar sobre las características y beneficios de la plataforma a las empresas del sector (comunicación online y offline)
3. Organización de sesiones de formación dirigidas a las empresas hoteleras

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Plataforma desarrollada
Número de publicaciones realizadas para dar a conocer la plataforma entre los agentes del sector
Sesiones de formación organizadas
Número de asistentes de las sesiones de formación

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

Dirección General de Digitalización e Inteligencia Artificial

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE CONOCIMIENTO

ACCIÓN 4

Análisis del comportamiento turístico en la plataforma de experiencias

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El análisis del comportamiento de los clientes actuales y potenciales en la nueva plataforma de experiencias aportará información valiosa sobre el perfil de los usuarios (procedencia y con quien viaja), sus intereses (cultural, naturaleza, etc.) y su forma de viajar (tipo de alojamiento, si van a un único destino o varios, etc.). Con los resultados obtenidos las empresas turísticas y el destino contarán con más información para orientar la creación de productos y paquetes turísticos, incrementar la personalización de las experiencias y definir las estrategias de comunicación y comercialización.

TAREAS

1. Contratación de servicio de análisis del comportamiento web
2. Creación de informes periódicos
3. Compartir informes de resultados con el sector
4. Identificar y ajustar posibles errores en la web, mejorando la experiencia del usuario (UX)

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de empresa de analítica de comportamiento web
 Número de informes realizados
 Número de informes compartidos con el sector
 Número de descargas de los informes

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | **2026** | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE CONOCIMIENTO

ACCIÓN 5

Compartir conocimiento con el sector

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Creación de un plan de comunicación anual dirigido a las empresas vinculadas directa e indirectamente con el sector turístico. Será la principal herramienta de transferencia de conocimiento turístico. En primera instancia, el plan perseguirá garantizar que los agentes implicados conozcan las diferentes herramientas disponibles para acceder a datos, información y conocimiento sobre el sector. Este plan de comunicación, basado fundamentalmente en canales online, incluirá un buzón virtual de consultas, así como un blog profesional sobre aspectos de investigación/estadística que permita la interacción con los interesados en el tema tratado. Por otro, el plan estará orientado a dar a conocer resultados de los informes y estudios realizados. Para ello las publicaciones se mostrarán en un espacio accesible y fácilmente identificable en la web, elaborándose –cuando proceda- paneles de visualización que permitan interactuar con los resultados de los estudios. En el caso de los usuarios que así lo soliciten, se les enviará por correo electrónico una notificación cuando se publiquen nuevos informes o estudios.

TAREAS

1. Creación de un plan de comunicación anual para la difusión de las herramientas disponibles y de os resultados obtenidos
2. Realización de publicaciones periódicas
3. Informar a los agentes del sector cuando se publiquen nuevos estudios o informes
4. Creación de paneles de visualización de datos
5. Creación de buzón de consultas y blog profesional para dar respuesta a las dudas sobre el funcionamiento y contenidos de las diferentes herramientas disponibles.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de plan de comunicación
Número de publicaciones realizadas para dar a conocer las herramientas disponibles
Número de publicaciones de informes y estudios
Número de descargas de los informes y estudios publicados
Número de consultas recibidas y atendidas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones

EJE 2 Conocimiento, innovación y digitalización

Programa de innovación y digitalización

La transformación digital y la innovación son cada vez más imprescindibles para dar respuesta a las necesidades de los nuevos turistas a lo largo de las diferentes fases del *customer journey* (antes, durante y después del viaje). El programa se centra en el impulso de la competitividad de las empresas turísticas y del destino a través de la digitalización y la innovación para dar respuesta a los nuevos hábitos turísticos. Para lograrlo el programa incluye la creación de herramientas que faciliten a las empresas turísticas la digitalización y venta directa de sus servicios y experiencias turísticas, medidas para potenciar la presencia online del destino y medidas para dotar al sector de los conocimientos y capacidades necesarias para que incrementen el grado de digitalización de sus negocios.

Acciones:

6. Puesta en marcha de la plataforma digital turística de Castilla-La Mancha
7. Comercialización online de los recursos patrimoniales de Castilla-La Mancha
8. Formación en competencias digitales
9. Gemelo digital para el sector turístico
10. Fomento de soluciones empresariales innovadoras de base tecnológica en el medio rural

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

ACCIÓN 6

Puesta en marcha de la plataforma digital turística de Castilla-La Mancha

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Publicación y mantenimiento de la nueva plataforma online de promoción de servicios y experiencias turísticas en Castilla-La Mancha agrupando en un solo sitio toda la oferta turística de la región. El nuevo portal persigue impulsar la digitalización de las empresas del sector, especialmente de las pymes y empresas ubicadas en entornos rurales; facilitándoles la comercialización online e incrementando su visibilidad y capacidad de promoción. El portal agregará toda la oferta turística del destino y ofrecerá a los usuarios destinos, servicios y experiencias según sus gustos y preferencias a través de procesos de data business intelligence e inteligencia artificial. El desarrollo de la plataforma se complementará con la diferenciación de los usuarios en función de sus perfiles de administrador, empresa del sector o usuario final. El sistema contempla la obtención de datos de usuarios y su explotación para compartirlos con el sector en pos de un mayor conocimiento de la demanda turística de la región.

TAREAS

1. Publicación de la plataforma
2. Plan de integración con el sector, presentando el proyecto e incentivando su participación
3. Formación de empresas participantes para que se familiaricen con el funcionamiento de la plataforma
4. Gestión y mejora continua de los contenidos
5. Mantenimiento técnico de la plataforma

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de la plataforma
Número de empresas contactadas para participar en la plataforma
Número de empresas implicadas en el proyecto y número de servicios o experiencias publicadas
Número de usuarios e interacciones realizadas a través de la plataforma

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

ACCIÓN 7

Comercialización online de los recursos patrimoniales de Castilla-La Mancha

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La evolución a nuevos modelos de gestión de los recursos patrimoniales de Castilla-La Mancha a través de la empresa pública ETURIA CLM posibilitará el desarrollo de estrategias de marketing digital y comercialización online tanto B2B como B2B2C de la oferta de experiencias vinculadas al patrimonio arqueológico y natural de Castilla-La Mancha. Esta acción requiere de la definición previa de productos y la política de precios de los recursos. En las negociaciones con los diferentes agentes y plataformas se velará por la conformación de experiencias de visita permitiendo la paquetización dinámica de experiencias con alojamiento y otros servicios; se realizarán campañas de marketing compartido en función de los segmentos de mercado velando por la desestacionalización de las actividades.

TAREAS

1. Conformación de la oferta
2. Negociación con agentes del canal de intermediación
3. Campañas compartidas especializadas en épocas del año y segmentos de mercado

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de experiencias comercializadas
Inversión
Resultados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

ACCIÓN 8

Formación en competencias digitales

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción se complementa con las acciones 8 y 10 del eje 1. Creación de un programa de formación en competencias digitales dirigido a las empresas turísticas de Castilla-La Mancha para que desarrollen capacidades que les permitan incrementar el grado de digitalización de sus negocios. Los cursos se impartirán en formato online para evitar el desplazamiento de los interesados y facilitar que puedan ajustar su dedicación en función de su disponibilidad. Para determinar el contenido de los cursos se realizará una consulta al sector en la que se les pedirá que indiquen sus necesidades de formación y su grado de conocimiento en diferentes competencias digitales; en base a los resultados obtenidos se definirá un programa de formación anual.

TAREAS

1. Consulta al sector para identificar necesidades de formación y grado de conocimiento
2. Licitación según necesidades identificadas
3. Comunicación del plan de formación y captación de empresas
4. Seguimiento del desarrollo del programa formativo
5. Realización de encuesta de satisfacción al finalizar cada curso

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Consulta de intereses y necesidades de formación realizada
Número de empresas informadas sobre el programa de formación
Número de cursos impartidos
Número de inscritos
Grado de satisfacción de cada curso

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

ACCIÓN 9

Gemelo digital para el sector turístico

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción contempla el desarrollo de un gemelo digital para el sector turístico, y el desarrollo de la infraestructura de datos requerida para el funcionamiento de este sistema tecnológico basado en la inteligencia del dato, lo que permitirá su desarrollo y posibilidad de actualizarlo con información. Esta acción permitirá la optimización en diferentes ámbitos: maximizar el consumo de fuentes de energía renovables para “reducir la huella de carbono” del sector turístico; visualización de los movimientos de los turistas a nivel local, provincial y regional y su clasificación por características demográficas, socioeconómicas y de comportamiento; gestión y derivación de flujos turísticos como herramienta más en la lucha contra la despoblación. El objetivo final es disponer de una réplica virtual del turismo en la región sobre la que se pueden hacer simulaciones, y plantear hipótesis a futuro, utilizando analítica avanzada de datos, lo que permite optimizar las políticas públicas, antes de implementar cambios reales, ya que se posibilita un análisis previo y exhaustivo de la información, algo que se traduce en: reducción de riesgos y posibilidad de probar, de manera previa, nuevas oportunidades. Simulación y visualización de escenarios futuros en base a factores que se definan.

TAREAS

1. Desarrollo de la infraestructura de datos
2. Réplica virtual de factores que afectan al desarrollo del turismo sostenible en la región
3. Actualización constante de información
4. Uso por parte del sector

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Réplica virtual del sector turístico en la región
Uso del gemelo digital del sector

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

Dirección General de Digitalización e Inteligencia Artificial

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 2. CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

PROGRAMA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

ACCIÓN 10

Fomento de soluciones empresariales innovadoras de base tecnológica en el medio rural

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción pretende potenciar soluciones empresariales innovadoras que aceleren el desarrollo de un turismo rural competitivo y sostenible en Castilla-La Mancha. El contexto actual y previsto a medio plazo para el sector turístico identifica la innovación como ingrediente para reimpulsar el sector turístico en el medio rural, de una forma más competitiva, más sostenible, más inclusiva. Se convocará de forma bianual y hasta el año 2030 un “Smart Challenge para el turismo rural de Castilla-La Mancha”, una apuesta por la creatividad e innovación empresariales, como instrumentos para acelerar una puesta en valor turística integrada en turismo rural en Castilla-La Mancha. Esta acción busca identificar nuevos modelos de negocio turístico capaces de acelerar la consolidación de Castilla-La Mancha como destino líder en turismo rural, se valorará: la capacidad de integración geográfica de las propuestas; nivel de innovación, tanto en términos de narrativa y productos turísticos asociados, como de adopción tecnológica o de nuevos procesos empresariales; nivel de tangibilidad del concepto de sostenibilidad en el modelo de negocio; efecto demostrativo y potencial de escalabilidad y replicabilidad del modelo de negocio propuesto; y la solvencia técnica y diversidad de perfiles asignado al modelo de negocio turístico propuesto. Las propuestas ganadoras ingresarán en un Programa de Aceleración Empresarial (PAE) que les dará acceso a á asesoramiento técnico/legal/comercial especializado y mentorías personalizadas; acceso a clientes potenciales (B2B), a oportunidades de inversión y a redes de colaboradores, e impulsará el desarrollo del ecosistema empresarial necesario para viabilizar la propuesta.

TAREAS

1. Redacción de bases de la convocatoria Smart Challenge para el turismo rural de Castilla-La Mancha
2. Definición de fases del PAE (diagnóstico 360º, fortalecimiento de capacidades técnicas y empresariales, lanzamiento y networking)

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Convocatorias bianuales del Smart Challenge para el turismo rural de Castilla-La Mancha
Iniciativas ganadoras e implantadas en el territorio

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

Dirección General de Digitalización e Inteligencia Artificial

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones

EJE 3

Marketing y comercialización

Programa de marketing

1. Posicionamiento de marca-destino
2. Plan de marketing nacional e internacional
3. Programa “Conoce Castilla-La Mancha”
4. Planes de marketing específicos por producto
5. Actualización y curación de contenidos de todas las plataformas / soportes

Programa de especialización y nuevos productos

6. Impulso de redes especializadas
7. Impulso de rutas y productos singulares
8. Fomento de la inversión en materia de enoturismo y turismo gastronómico
9. Fomento de la inversión en materia de turismo activo y ecoturismo
10. Impulso del turismo MICE
11. Impulso y consolidación de la Red de Hospederías de Castilla-La Mancha
12. Impulso y consolidación de Castilla-La Mancha Film Commission

Programa de promoción y ayuda a la comercialización

13. Participación en eventos promocionales especializados
14. Organización de eventos de especial y singular interés
15. Organización de viajes para medios de comunicación, periodistas, prescriptores digitales y KOLs
16. Gestión de RRSS en la estrategia de marketing digital
17. Organización y participación en jornadas de comercialización (workshops)

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 3

Marketing y comercialización

Programa de marketing

Programa clave para conseguir la visión del Plan “Aplicar una estrategia de crecimiento sostenible que permita alcanzar los 3,5M de viajeros alojados en la oferta de alojamiento de la Región, incrementando especialmente la cuota de mercado internacional; así como el incremento de gasto del turista y el excursionista prestando servicios de calidad”.

El desarrollo del plan de marketing se considera una herramienta fundamental para la gestión, al igual que el plan estratégico. Este programa marcará los retos a 3 años, así como las acciones que tanto en materia de promoción turística, como de marketing y comercialización de Castilla-La Mancha; y siempre estarán orientadas a resultados cuantitativos y cualitativos, y lo hará de forma diferenciada para el mercado nacional e internacional.

Objetivo: en el año 2030 Castilla-La Mancha recibirá 3,5 M de viajeros alojados en la oferta de alojamiento reglada que generarán 7M de pernoctaciones, lo que representa un incremento respecto al año 2023 del 18% de viajeros y el 23% en pernoctaciones. El mayor incremento en viajeros y pernoctaciones provendrá del turismo internacional, en el que se prevé que Castilla-La Mancha crezca un 60% llegando en el año 2030 a los 1.000.000 turistas alojados, mientras que en el turismo nacional se prevé un crecimiento del 17% recibiendo en el año 2030 a 2,85 M de turistas nacionales.

Este programa se actualiza en el año 2027 para el periodo 2027-2030.

Acciones:

1. Posicionamiento de marca-destino
2. Plan de marketing nacional e internacional
3. Programa “Conoce Castilla-La Mancha”
4. Planes de marketing específicos por producto
5. Actualización y curación de contenidos de todas las plataformas / soportes

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE MARKETING

ACCIÓN 1

Posicionamiento de marca-destino

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Disponer de una marca-destino potente y bien posicionada es fundamental para poder desarrollar acciones de marketing y promoción turística exitosas. En la actualidad la marca *Castilla-La Mancha* “*En un lugar en tu vida*” se ha incorporado en toda acción de promoción turística regional y con manual de uso y aplicación de marca.

Esta acción consiste en el desarrollo de un manual más allá de cuestiones gráficas, como base para el posicionamiento de la marca y su uso en acciones de marketing y promoción: dimensiones del destino y su personalidad, los atributos de la marca, y los mensajes permanentes a utilizar hasta 2030 para su posicionamiento, especialmente en el ámbito digital definiendo las palabras clave (keywords) prioritarias y más efectivas en la estrategia de contenido.

TAREAS

1. Desarrollo del manual de marca para posicionamiento (atributos, personalidad del destino, KPIs)
2. Aplicación del manual en las acciones de marketing y promoción

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Manual desarrollado
KPI's asociados a su aplicación

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE MARKETING

ACCIÓN 2

Plan de marketing nacional e internacional

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Redacción de un plan de marketing para mercado nacional e internacional, con periodo de validez de 3 años, elaborado de forma consensuada con el sector y desarrollando una estrategia integrada de marketing digital. El plan será una hoja de ruta para ETURIA clm y una referencia para el desarrollo de la función de promoción y marketing de otras administraciones tanto provinciales como municipales; marcará los retos, estrategia y acciones para conseguir los objetivos en 2030: 3,5 millones de viajeros y 7 millones de pernoctaciones en alojamiento reglado, además de posicionar Castilla-La Mancha como destino de interior diverso y cercano, dar a conocer la cartera de productos a lo largo de todo el año, aumentar a estancia y el gasto medio. El plan de marketing generará el primer Plan Operativo Anual de implementación, que después desarrollará el equipo de ETURIA clm de forma anual.

TAREAS

1. Plan de marketing para mercado nacional e internacional 2024-2027 redactado
2. Planes Operativos Anuales
3. Seguimiento y reporte de resultados
4. Actualización en 2027 para el periodo hasta 2030

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Planes Operativos Anuales
KPI's asociados a ambos planes

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE MARKETING

ACCIÓN 3

Programa “Conoce Castilla-La Mancha”

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Consta de dos acciones cuyo objetivo es fomentar los viajes de los residentes en Castilla-La Mancha dentro de la Comunidad.

La primera es la puesta en marcha del *Programa de Turismo Joven Castilla-La Mancha*, dirigidos a jóvenes de menos de 35 años para viajes turísticos en la región a precios asequibles. La segunda consiste en la continuidad del Programa “Conoce Castilla-La Mancha” que se basa en la concesión de subvenciones a entidades sin ánimo de lucro, para la realización de viajes turísticos en Castilla-La Mancha.

Ambos programas pretenden promocionar y fomentar Castilla-La Mancha como destino turístico de interior, mediante la promoción de viajes turísticos que permitan a los residentes conocer y valorar el patrimonio histórico, cultural y natural de la Región, y aumentar su capacidad de prescripción del viaje.

TAREAS

1. Convocatorias de subvenciones de ambos programas

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Asistentes a los programas de forma anual
Encuesta de satisfacción
Valoración de la prescripción e impacto de los programas en el sector

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE MARKETING

ACCIÓN 4

Planes de marketing específicos por producto/segmento

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Castilla-La Mancha es uno de los principales actores nacionales en el segmento de alojamiento rural, pero también lo es en otros segmentos, como el turismo gastronómico o el enoturismo. El portafolio de experiencias turísticas en el medio rural y en el ámbito gastronómico es competitivo y necesita aumentar su notoriedad. Esta acción consiste en la redacción y la implementación de planes de marketing específicos para aquellos productos/segmentos, que, dado su potencial y especial interés estratégico, precisen de ello, para ejecutar acciones de promoción y marketing específicas.

TAREAS

1. Redacción
2. Implementación
3. Seguimiento y reporte de resultados
4. Actualización 2027 para el periodo hasta 2030

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de planes implementados
Número de acciones de promoción y marketing ejecutadas
Alcance de las acciones ejecutadas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE MARKETING

ACCIÓN 5

Actualización y curación de contenidos de todas las plataformas / soportes de turismo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El desarrollo de la plataforma de digitalización y experiencia turística en Castilla-La Mancha y el análisis del comportamiento turístico, contempla la integración de webs y portales de los diferentes segmentos y productos turísticos existentes en el ecosistema digital de Turismo de Castilla-La Mancha, todo ello en una única y nueva plataforma digital.

Los objetivos son **es** agregar la oferta de modalidades turísticas de Castilla-La Mancha para evitar la dispersión, facilitar el acceso a la información a los potenciales turistas, **y** concentrar el tráfico en el menor número de webs y así fortalecer el portal oficial de turismo al tiempo que se presta un mejor servicio de información turística.

Toda esta integración se realizará de una manera ágil, eficiente y sencilla. También contempla la creación de una nueva guía que cree un marco de trabajo. Se realizará una labor de redacción y curación de contenidos tanto en soportes digitales como impresos, para que la información brindada al usuario sea de calidad y esté actualizada.

TAREAS

1. Integración de webs y portales de los diferentes segmentos turísticos existentes en el ecosistema digital de Turismo de Castilla-La Mancha
2. Creación de una guía que cree un marco de trabajo
3. Curación de contenidos

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Webs integradas
Tráfico pre y post, análisis cuantitativo y cualitativo
Uso de la guía

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 3

Marketing y comercialización

Programa de especialización y nuevos productos

La colaboración público-privada es básica para la consolidación de la cartera de productos y experiencias turísticas en Castilla-La Mancha, así como para la conformación de nuevos productos especializados y diferenciadores, ambas cosas son la clave para la diferenciación de Castilla-La Mancha como destino, y por tanto para su competitividad.

La cartera de productos y experiencias turísticas de Castilla-La Mancha son la base de la autenticidad del destino, las acciones de este programa son grandes contribuidoras a la consecución de la visión “Castilla-La Mancha es un destino de acogida. Una región amable, hospitalaria y segura, que ofrece una gran diversidad de destinos, servicios turísticos, recursos y atractivos culturales y naturales donde vivir experiencias únicas; ofrecemos a visitante lo mejor de nosotros y nuestra Región. El desarrollo del sector turístico contribuye al bienestar de la población, a generar empleo, y a fijar población en el medio rural para seguir aprovechando y conservando los recursos para el disfrute de las futuras generaciones”.

Las acciones de programa consolidarán los beneficios de la especialización: diversificación de la oferta, desestacionalización, captación de nuevos segmentos de mercado, y aumento de gasto medio; además de su contribución a la dinamización económica y social del medio rural.

Acciones:

6. Impulso de redes especializadas
7. Impulso de rutas y productos singulares
8. Fomento de la inversión en materia de enoturismo y turismo gastronómico
9. Fomento de la inversión en materia de turismo activo y ecoturismo
10. Impulso del turismo MICE
11. Impulso y consolidación de la Red de Hospederías de Castilla-La Mancha
12. Impulso y consolidación de Castilla-La Mancha Film Commission

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 6

Impulso de redes especializadas

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción tiene por objetivo la consolidación y ampliación de la cartera de productos mediante la colaboración público-privada, la especialización y la excelencia. Con el objetivo de dinamizar y actualizar el destino turístico a las nuevas tendencias, se favorecerá la consolidación de las redes de producto especializadas existentes y la implantación de nuevos productos turísticos específicos en el destino Castilla-La Mancha.

Se debe procurar que los nuevos productos cuenten con el suficiente soporte de oferta incluyendo servicios y actividades que enriquezcan la experiencia del visitante y que se adapten a sus necesidades y preferencias. Para apoyar y afianzar estas redes de nuevos productos, se acompañarán de campañas específicas de promoción y comercialización, difundiéndose de forma efectiva y atractiva a los segmentos de mercado potenciales y creando una imagen distintiva del destino. A modo de ejemplo las redes de producto especializado que se pueden dinamizar son: Enseñanza de Español en CLM (turismo idiomático); Turismo cultural CLM; Turismo de compras CLM; CLM Convention Bureau (MICE); Ecoturismo CLM; Turismo Industrial; Turismo deportivo...

TAREAS

1. Inclusión de las redes especializadas de producto en la elaboración de los planes de marketing y promoción (acciones 2 y 4 y en el programa de promoción y ayuda a la comercialización) con presupuesto concreto para los clubes
2. Incorporación de oferta especializada en las redes, acompañamiento de la oferta en acciones de marketing y promoción

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de empresas adscritas a las redes especializadas de producto
Acciones realizadas en cada una de las redes de producto turístico
KPI's propios de las acciones de marketing y promoción

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 7

Impulso de rutas y productos singulares

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Castilla-La Mancha se ha adaptado a las nuevas tendencias del consumidor turístico desarrollando acciones con incidencia en la oferta, para la creación y consolidación de algunas rutas y redes especializadas en tipologías turísticas. Esta acción contempla el soporte en marketing y promoción, así como la generación de eventos que aporten notoriedad, bajo el concepto de red o ruta de las siguientes especialidades: destinos de astroturismo, destinos ornitológicos, rutas del vino, rutas de turismo literario, rutas de turismo cinematográfico...; en cada una de ellas se trabajará en la generación de experiencias de calidad.

También contempla la consolidación de productos singulares que fomentan la movilidad sostenible, en la que se fomentará el cicloturismo y el senderismo, y los "Trenes Turísticos de Castilla-La Mancha" que en la actualidad cuenta con 12 destinos y con incidencia en la Comunidad de Madrid, principal mercado emisor nacional de visitantes y turistas, y nodo de conectividad con el resto de mercado nacionales.

TAREAS

1. Inclusión de las redes y rutas en la elaboración de los planes de marketing y promoción (acciones 2 y 4 y en el programa de promoción y ayuda a la comercialización) con presupuesto concreto
2. Incorporación de oferta especializada y creación de experiencias , acompañamiento de la oferta en acciones de marketing y promoción

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de empresas adscritas a las redes y rutas
Acciones realizadas en para su promoción y venta
KPI's propios de las acciones de marketing y promoción

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación
ETURIA

Control
DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 8

Fomento de la inversión en materia de enoturismo y turismo gastronómico

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

En los últimos años se han realizado importantes avances en la puesta en valor de la oferta gastronómica y el enoturismo de Castilla-La Mancha. Esta acción pretende dar continuidad al desarrollo de políticas de oferta y demanda para el aumento de notoriedad y conversión en el mercado de las experiencias vinculadas a los productos enogastroturísticos de Castilla-La Mancha.

La acción comprende el fomento mediante ayudas o subvenciones para apoyar inversiones e infraestructuras en materia de enogastroturismo, para la mejora y puesta en valor de la gastronomía regional y así favorecer el desarrollo de una oferta turística de calidad, más competitiva y adaptada a la evolución constante y cambiante del mercado turístico, todo ello bajo criterios de sostenibilidad social, económica y ambiental.

Las ayudas estarán destinadas a empresas de las Rutas del Vino y agroalimentarias abiertas a la visita turística, como por ejemplo bodegas, almazaras, queserías...

TAREAS

1. Propias de procesos de ayudas
2. Desarrollo y control de inversiones
3. Generación portafolio de experiencias
4. Acciones de marketing, promoción y ayuda a la comercialización

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe inversiones
Empresas beneficiadas
KPI's propios de las acciones de marketing, promoción y ayuda a la comercialización

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 9

Fomento de la inversión en materia de turismo activo y ecoturismo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Los espacios naturales de Castilla-La Mancha conforman un recurso turístico estratégico, junto con su patrimonio monumental y la enogastronomía. Por ello, el fomento de la oferta de actividades para disfrutar y conocer la riqueza del medio natural de Castilla-La Mancha son la clave para captar segmentos de demanda comprometidos con la conservación de la biodiversidad y el turismo sostenible. Esta acción contempla el fomento de la inversión en materia de turismo activo y ecoturismo, con la finalidad de desarrollar todo el potencial que tienen estas tipologías de turismo en Castilla-La Mancha. Estará dirigida tanto a las entidades locales para el fomento de emprendedores en turismo entre la población residente, como a las asociaciones de municipios, y a las personas jurídicas que incluyan entre sus fines estatutarios la gestión de productos y servicios en materia de turismo activo y ecoturismo.

TAREAS

1. Propias de procesos de ayudas
2. Desarrollo y control de inversiones
3. Generación portafolio de experiencias de turismo activo y ecoturismo
4. Acciones de marketing, promoción y ayuda a la comercialización

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Importe inversiones
Empresas, municipios, asociaciones beneficiadas
KPI's propios de las acciones de marketing, promoción y ayuda a la comercialización

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 10

Impulso del turismo MICE

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Tipología de turismo complementaria al turismo vacacional y de escapadas y ocio, y altamente desestacionalizadora. El turismo de reuniones, congresos, eventos y exposiciones genera un impacto positivo en los ámbitos económico, social, cultural y de reputación del destino. Cada vez existe más competencia entre ciudades y destinos por acoger este segmento de turismo. Esta acción tiene por objetivo posicionar a Castilla-La Mancha en el mercado nacional e internacional del turismo de reuniones, congresos, convenciones y viajes de incentivos, da continuidad al apoyo al sector mediante subvenciones para la organización de turismo de reuniones y otros eventos en el marco del Programa MICE. Se trata de prolongar la concesión de subvenciones a entidades para la organización de reuniones de negocio, congresos, convenciones, seminarios, incentivos de viajes y cualquier otro evento organizado con motivos profesionales, que se desarrollen en el territorio de Castilla-La Mancha de forma presencial; participando de las ayudas todas aquellas instituciones, asociaciones, fundaciones, sociedades o cualesquiera otras entidades privadas o públicas, con independencia de su forma jurídica. Se priorizarán los eventos MICE sostenibles, con impacto en la oferta del medio rural, y con medidas de compensación de impactos. También contempla la celebración de eventos singulares con impacto regional.

TAREAS

1. Propias de procesos de ayudas
2. Control de resultados

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de beneficiarios
Número de eventos MICE
Número de asistentes
Distribución territorial

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 11

Impulso y consolidación de la Red de Hospederías de Castilla-La Mancha

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La Red de Hospederías de Castilla-La Mancha se presenta como un proyecto de desarrollo turístico consistente en la creación de una red de establecimientos de alojamiento hotelero con el objeto de recuperar edificios de alto valor patrimonial o situados en zonas de gran interés natural.

Desde el año 2018, año de publicación del decreto por el que se crea y regula la Red de Hospederías de Castilla-La Mancha, se ha conseguido que la red cuente con 6 hospederías, en la actualidad se está trabajando en 3 hospederías más.

La red agrupa establecimientos hoteleros de 3 a 5 estrellas, posicionándose como punta de lanza de la oferta hostelera de Castilla-La Mancha.

Esta acción contempla la continuidad y el impulso a la red para consolidarla como ejemplo de calidad, singularidad, excelencia y colaboración público privada, ya que las hospederías de Castilla-La Mancha son establecimientos hoteleros que pueden ser tanto de titularidad pública como privada.

TAREAS

1. Aumentar miembros de la red
2. Mejorar el soporte de marketing y comercialización
3. Fomento de la inclusión de la red en el canal de intermediación

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de establecimientos adscritos
KPI's propios de la acción comercial y de marketing

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

ACCIÓN 12

Impulso y consolidación de Castilla-La Mancha Film Commission

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Castilla-La Mancha Film Commission es una iniciativa que comenzó en 2017 y que tiene como objetivo posicionar a Castilla-La Mancha en la industria audiovisual a través de sus múltiples y valiosos recursos naturales e infraestructuras, abriendo camino a las cuantiosas repercusiones económicas y turísticas que ofrecen las producciones audiovisuales. Informa sobre posibles localizaciones en su territorio y coordina la industria audiovisual y las compañías de producción con las administraciones públicas, realizando una labor orientada a captar productoras al territorio castellanomanchego. Fomenta la colaboración público privada mediante la actualización de un directorio de profesionales castellano-manchegos que prestan servicios a la producción en toda la región. Dispone de una extensa Red de Espacios de Cine (catálogo de localizaciones) compuesta por más de 200 ayuntamientos comprometidos con facilitar todas las gestiones a su alcance para lograr dinamizar las gestiones que las productoras han de realizar para la consecución de los permisos correspondientes. También elabora de un Catálogo de Eventos Audiovisuales que se desarrollan en la región con la finalidad de dar mayor exposición, vincular con más públicos y organismos que pudieran estar interesados en establecer sinergias y participación.

TAREAS

1. Creación del sello 'CLM Film friendly' para aquellos lugares de fácil acceso y comprensión de las necesidades de la producción audiovisual.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Numero de rodajes
Número de municipios y proveedores en la red
Número de eventos audiovisuales implantados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA. Film Commission

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 3

Marketing y comercialización

Programa de promoción y ayuda a la comercialización

El objetivo del programa es la promoción de Castilla-La Mancha como destino turístico; así como ayudar y acompañar al sector turístico castellanomanchego en las acciones de promoción y ayuda a la comercialización que se desarrollen.

Con la creación de ETURIA y la dotación de equipo y presupuesto se están teniendo mejores resultados en cuenta a alcance y mercados, desarrollando acciones especializadas en diferentes públicos objetivos de mercados estratégicos clave para Castilla-La Mancha.

El programa trata de dar continuidad a la acción de ETURIA teniendo en cuenta las directrices que se marquen desde los planes de marketing, en su apartado de promoción, que se contemplan en el presente plan.

Acciones:

13. Participación en eventos promocionales especializados
14. Organización de eventos de especial y singular interés
15. Organización de viajes para medios de comunicación, periodistas, prescriptores digitales y KOLs
16. Gestión de RRSS integrada en la estrategia de marketing digital
17. Organización y participación en jornadas de comercialización (workshops)

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y AYUDA A LA COMERCIALIZACIÓN

ACCIÓN 13

Participación en eventos promocionales especializados

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con periodicidad anual, y sobre la base de los resultados del año anterior, se realizará una selección de ferias y eventos especializados en turismo de ámbito nacional e internacional, y se diseñará un calendario de asistencia a las mismas.

Se identificarán aquellas ferias nacionales e internacionales apropiadas para la promoción de Castilla-La Mancha que, según su importancia y tipología, se consideren idóneas para llegar a los mercados y segmentos objetivo.

En la valoración y selección de las acciones se tendrán en cuenta estos criterios:

- Público profesional: participación del sector turístico de Castilla-La Mancha
- Público final/mixto: asistencia de viajeros potenciales en mercados de interés/asistencia de representantes de canal de intermediación
- Workshops: la incorporación de agendas cerradas con operadores turísticos es una de las herramientas más valoradas para asistir a una feria, puesto que permite atender peticiones concretas de operadores turísticos.
- Viajes de familiarización: en el marco de la celebración de estos eventos, o fruto de los contactos realizados en ellas, se organizarán viajes de familiarización para que los operadores contactados conozcan de primera mano el destino Castilla-La Mancha.

TAREAS

- Elaboración de calendario anual de ferias
- Seguimiento de los resultados

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de calendario anual de ferias
Número de ferias a las que se ha asistido
Número de workshops en los que se ha participado
Asistentes internos (sector), asistentes externos (B2B/B2B)
Viajes de familiarización organizados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación
ETURIA

Control
DGT CYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y AYUDA A LA COMERCIALIZACIÓN

ACCIÓN 14

Organización de eventos de especial y singular interés

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción comprende el diseño y organización de eventos propios, así como el patrocinio o soporte de eventos de terceros que tengan impacto positivo en la región, bien por su carácter innovador, bien por fortalecer los valores asociados a la marca, por su impacto económico y social, por su capacidad de desestacionalizar la demanda, por su capacidad de incrementar la notoriedad de determinados recursos, o por su capacidad de distribuir flujos de turismo por todo el territorio de la Comunidad.

Incluye todo tipo de eventos como conciertos, conmemoraciones, exposiciones, ciclos musicales, eventos de artes escénicas, eventos deportivos, culturales, de fomento de las tradiciones, etc. Se aprovecharán los eventos para dar a conocer la marca de Castilla-La Mancha como destino turístico o las marcas específicas de productos turísticos.

También comprende la participación y/o captación de eventos nacionales e internacionales en Castilla-La Mancha

TAREAS

1. Identificación de eventos de especial y singular interés (a organizar / patrocinar / captar)
2. Prestar la colaboración requerida
3. Hacer un seguimiento del impacto del evento en el territorio

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de eventos de especial y singular interés organizados
Número de eventos de especial y singular interés patrocinados / acogidos
Número de asistentes
Impacto de los eventos en el territorio

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y AYUDA A LA COMERCIALIZACIÓN

ACCIÓN 15

Organización de viajes para medios de comunicación, periodistas, prescriptores digitales y KOLs

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La aparición y proliferación de nuevos papeles en las funciones de comunicación y en especial, en medios digitales como blogueros de viajes y destinos turísticos; y de creadores de contenidos o “influencers”, KOLs (key opinion leaders), supone la incorporación de los mismos a los viajes para medios de comunicación. Dentro de esta categoría se consideran especializaciones como viajes, estilo de vida o lifestyle.

La organización de viajes para medios nacionales se lleva a cabo de manera independiente, de acuerdo a la especialización de los medios y a los productos y destinos turísticos que se quieran potenciar. Aparte de la especialización, los criterios de selección de participantes en viajes de medios es su reputación y reconocimiento como profesionales, a la vez que el volumen de su comunidad de seguidores, lo que suele resultar de especial importancia en el caso de profesionales que trabajan en el medio digital. Esta actuación quiere continuar aprovechando el poder prescriptor de personalidades mediáticas, en los ámbitos online y offline, para dar a conocer, en función de la vinculación del prescriptor con Castilla-La Mancha, productos y destinos turísticos concretos.

La prescripción es una herramienta útil en multitud de ámbitos y, en especial, en el sector turístico por dos motivos: en primer lugar, por el riesgo inherente a la selección de un destino o un establecimiento, es decir, como cualquier servicio la experiencia y la prestación son simultáneas y apenas existe margen de reacción o sustitución; y en segundo lugar, por el carácter de autenticidad e independencia que se le atribuye a los prescriptores.

Las recomendaciones, preferencias y consejos ofrecidos por prescriptores reconocidos son, por tanto, habituales como actuación de promoción turística, y Castilla-La Mancha persigue ser percibida de manera positiva facilitando a los prescriptores el descubrimiento de sus destinos y productos; por lo que se desplegarán acciones de este tipo dentro del plan.

TAREAS

1. Identificación de medios de comunicación, periodistas e influencers
2. Selección y organización de visitas y viajes
3. Seguimiento de las publicaciones e impacto económico de las mismas

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de agentes contactados
 Número de viajes organizados
 Número de participantes de los viajes
 Número de publicaciones derivadas de los viajes organizados
 Otros KPI's derivados de los viajes organizados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y AYUDA A LA COMERCIALIZACIÓN

ACCIÓN 16

Gestión de RRSS integrada en la estrategia de marketing digital

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Se realizarán campañas de comunicación específicas en redes sociales, y se realizará un especial trabajo y esfuerzo en el cuidado y gestión de los contenidos curados de Turismo de Castilla-La Mancha publicados en éstas, atendiendo a los cambios y evoluciones que acontezcan en este campo a lo largo de los años del plan, y a una cuidada gestión de la comunidad de seguidores (surgimiento de nuevas redes, mayor utilización de cada red social por un determinado colectivo o grupo generacional etc).
Se realizarán acciones call to action / sorteos y concursos.

Esta acción quedará integrada en la estrategia de marketing digital (que contemplará acciones como planes de co-marketing con OTAs, de SEO y SEM; acciones con IA, etc).

TAREAS

1. Aplicación de la estrategia de comunicación en RRSS
2. Implementación del plan de comunicación en redes sociales
3. Gestión de contenidos y planificación de publicaciones, conversación con la comunidad de seguidores y generación de engagement.
4. Análisis de resultados
5. Ajuste de la estrategia de comunicación en redes sociales atendiendo a los resultados de la analítica

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de plan de comunicación en redes
Generación de contenidos
Número de publicaciones realizadas
Disposición de informes de resultados anuales

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 3. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y AYUDA A LA COMERCIALIZACIÓN

ACCIÓN 17

Organización y participación en jornadas de comercialización (workshops)

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Dar continuidad a la organización y participación de la oferta de Castilla-La Mancha en jornadas de comercialización o workshops, por ser canal de comercialización muy directo y personalizado, y una buena oportunidad para poder establecer numerosas relaciones comerciales en un corto espacio de tiempo y con un coste bajo.

Esta es una acción de promoción que tiene por objetivo facilitar los encuentros de negocios entre las empresas del sector turístico y los turoperadores/agencias de viajes emisoras que trabajan o están interesados en trabajar un destino. Se incluyen workshops directos, programados en los mercados emisores (nacionales o internacionales) con un interés turístico especial para el destino; y workshops inversos, en los que se invita a los turoperadores y estos se desplazan a nuestra región y se entrevistan con los empresarios castellanomanchegos, con los cuales han acordado citas previamente. En la mayoría de los casos, el workshop va acompañado de un viaje de familiarización.

TAREAS

1. Calendario de jornadas
2. Identificación de turoperadores / intermediarios
3. Implicación de las empresas turísticas castellanomanchegas
4. Organización de jornadas de comercialización

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de intermediarios turísticos contactados
 Número de empresas participantes
 Número de asistentes
 Número de reuniones o entrevistas concertadas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURIA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 4

Sostenibilidad

Programa de fomento de la gestión sostenible

1. Gestión de fondos MRR
2. Innovación en la gestión de recursos patrimoniales
3. Calculo huella carbono y contribución biodiversidad
4. Impulso de la red de Municipios turísticos y modelo DTI
5. Consumo responsable

Programa de transición verde del destino

6. Fomento de iniciativas de turismo circular
7. Fomento movilidad sostenible, Rural Bike Conecta Castilla-La Mancha
8. Distribución de flujos, seguimiento del plan de señalización turística y estudios de capacidad de carga de destinos
9. Embellecimiento destinos
10. Fomento de la accesibilidad y conservación de zonas de baño
11. Red de miradores astronómicos de Castilla-La Mancha

Programa de transición verde de las empresas

12. Fomento de la transición energética en el sector turístico con energías renovables
13. Observatorio de turismo
14. Sistema Integral de Calidad de los destinos de Castilla-La Mancha

5.2. Programas y acciones

EJE 4

Sostenibilidad

Programa de fomento de la gestión sostenible

Este programa persigue contribuir a mejorar la competitividad de los destinos turísticos y la calidad de vida de sus residentes incidiendo en cinco ámbitos de actuación: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. El modelo es una apuesta por la sostenibilidad turística. Este programa contempla acciones para optimizar el aprovechamiento de los Fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia con especial incidencia en la transición verde y sostenible; también en el ámbito de la innovación, especialmente en la gestión de recursos patrimoniales como recursos turísticos; el impulso a la medición de la huella de carbono en el sector turístico, así como la coordinación de iniciativas encaminadas al fomento del consumo responsable entre las empresas del sector.

Acciones:

1. Gestión de fondos MRR
2. Innovación en la gestión de recursos patrimoniales
3. Cálculo huella carbono y contribución biodiversidad
4. Impulso de la red de Municipios turísticos y modelo DTI
5. Consumo responsable

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE

ACCIÓN 1

Gestión de fondos MRR

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia elaborado por el Gobierno de España es el instrumento que permite a las comunidades acceder a los Fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR), unos fondos europeos que están orientados a incrementar la productividad y el impulso hacia un modelo más verde, digital, inclusivo y con mayor cohesión social y territorial. En el ámbito turístico Castilla-La Mancha cuenta con 121,5M€ de inversión diversificada en 26 destinos turísticos en la región, y 5 de ámbito regional, liderados por entidades locales, diputaciones provinciales y grupos de acción local y desarrollo territorial; proyectos de cohesión territorial con impacto en todas las provincias; y líneas de ayudas para proyectos de fomento de diferentes tipologías turísticas de entidades locales y empresas del sector. Estos planes contribuirán al desarrollo sostenible de Castilla-La Mancha, dado que todos los planes incluyen entre los ejes de actuación la transición verde y sostenible y la eficiencia energética. Para garantizar el máximo aprovechamiento de estos fondos es imprescindible garantizar la completa y correcta ejecución de los planes que están en proceso de desarrollo y, una vez terminados, dar continuidad a las acciones impulsadas.

TAREAS

1. Ejecución de los planes en curso
2. Seguimiento y control de la ejecución de los planes
3. Definición de plan de continuidad de las acciones

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Grado de ejecución de los planes
Indicadores de seguimiento y control propios de los planes
Disposición de un plan de continuidad de las acciones ejecutadas en el marco de los planes
Número de acciones a las que se les ha dado continuidad una vez terminado el periodo de ejecución de los planes

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE

ACCIÓN 2

Innovación en la gestión de recursos patrimoniales

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Castilla-La Mancha cuenta con numerosos e importantes recursos patrimoniales que requieren la implementación de modelos de gestión innovadores para lograr su impulso y maximización de su impacto en el territorio. Con este objetivo se realizará un análisis de los principales recursos patrimoniales del destino y se propondrá e implementará un nuevo modelo de gestión que permita la generación de experiencias de visita y/o servicios que capten flujos de visitantes, impactando positivamente en el destino, especialmente en las zonas rurales. Concretamente se definirá el tipo de organismo gestor (público, público-privado), el organigrama y descripción de las posiciones a desarrollar por la entidad gestora en los diferentes recursos patrimoniales, se definirán las palancas necesarias para la óptima gestión de los recursos (tecnología, marketing, comercial y presencia online), presupuestos y posibles modelos de financiación.

TAREAS

1. Análisis de los principales recursos patrimoniales
2. Análisis del modelo de gestión actual
3. Definición de tipo de organismo gestor, organigrama, palancas, presupuesto y posibles modelos de gestión y financiación
4. Desarrollo de la función de gestión en ETURIA

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de recursos patrimoniales con nuevo modelo de gestión definido
 Número de visitantes a recursos patrimoniales

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

ETURA

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE

ACCIÓN 3

Calculo huella carbono y contribución biodiversidad

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Castilla-La Mancha ha puesto en marcha una serie de iniciativas para el desarrollo de procesos ligados a la ejecución de medidas de mitigación y de adaptación al cambio climático en el marco de la Estrategia de Cambio Climático de Castilla-La Mancha como son el cálculo de la Huella de Carbono de organización, elaboración de planes de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero y/o la redacción de proyectos de absorción. Esta acción contempla la generación de un plan de acción al impulso de la medición de la huella de carbono en el sector turístico, su certificación y el desarrollo de proyectos de compensación vinculados al patrimonio y la biodiversidad, así como la vinculación del visitante y turista con en el cálculo de su huella y su participación en los proyectos de compensación. Esta acción tendrá vigencia durante todo el plan para conseguir que el sector apunte a los más altos estándares de calidad que incorporan la sostenibilidad como señal de identidad.

TAREAS

1. Líneas de ayudas y subvenciones para todos subsectores
2. Acuerdo con certificadora reconocida
3. Espacio en plataforma digital para empresas que se adhieren
4. Calculadora de huella de carbono para el turista
5. Proyectos de compensación en medio natural
6. Campaña de divulgación interna y de marketing externa

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de empresas adheridas a iniciativas
Número de empresas certificadas
CO2 compensado
Zonas naturales regeneradas / árboles plantados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

DGTCYA / DGMNYB

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

alta

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE

ACCIÓN 4

Impulso de la red de Municipios turísticos y modelo DTI

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

A principios de 2024 se ha introducido la figura de municipio turístico (Decreto 3/2024, de 22 de enero), siendo un mecanismo para promover la calidad y la sostenibilidad turística, respetando y valorando los recursos e identidad del territorio y contando con la participación de los agentes del territorio. Los municipios que sean declarados municipios turísticos contarán con el soporte de la Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía para implementar medidas que mejoren los servicios de atención al visitante, la promoción del municipio y la puesta en valor de los recursos e infraestructuras turísticas. También se impulsarán y promocionarán las distinciones y reconocimientos que reciban los municipios turísticos, contribuyendo de este modo en la mejora de su posicionamiento y diferenciación. Por otro lado, dado que los requisitos para su consideración están en gran parte alineados con los requisitos de la red de Destinos Turísticos Inteligentes de SEGITTUR(DTI), la Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía realizará un acompañamiento a aquellos municipios que quieran adherirse a la red DTI para lograr su transición hacia un modelo de turismo inteligente.

TAREAS

1. Creación de la Red con municipios reconocidos conforme al Decreto regulador
2. Comunicar a los municipios turísticos la posibilidad de impulsar su transición hacia un modelo DTI
3. Identificación de municipios turísticos interesados
4. Acompañamiento de los municipios

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Comunicación a los municipios turísticos la posibilidad de incorporarse a la red DTI
 Número de municipios turísticos interesados
 Número de municipios turísticos que participan en el proceso de transición hacia modelo DTI

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE

ACCIÓN 5

Consumo responsable

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Castilla-La Mancha ha sido una región innovadora en el fomento del consumo responsable, el Plan Estratégico de Consumo responsable de Castilla-La Mancha tuvo una vigencia 2021-2024. El Plan contempló políticas de información y defensa de las personas consumidoras, propuestas de renovación de los hábitos de consumo que propone el consumo sostenible, promoción de un consumo más inclusivo promoción de alternativas de consumo cooperativas y comunitarias. Por otro lado, el turismo ha sido identificado como uno de los sectores económicos de especial interés para la aplicación de la Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 por su potencial de desarrollo y de contribución a los objetivos fijados y por su relevancia tanto para la sociedad como para la economía de la región. Esta acción comprende la coordinación de iniciativas encaminadas al fomento del consumo responsable entre las empresas del sector, así como la difusión de buenas prácticas en materia de consumo responsable

TAREAS

1. Mesa de coordinación entre DG vinculadas con el consumo responsable
2. Identificación de sinergias de actuación en materia de ayuda y fomento
3. Difusión y visibilización de buenas prácticas

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Reuniones
Proyectos desarrollados
Difusión de proyectos y KPI's asociados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones

EJE 4

Sostenibilidad

Programa de transición verde del destino

La implementación de un modelo turístico más sostenible requiere la adaptación de las infraestructuras y servicios existentes o la creación de otros que estén alineados con este propósito. Las acciones que integran este programa persiguen potenciar el turismo circular en el destino, incentivar el uso de transportes no contaminantes, mejorar en la gestión de los flujos de visitantes para garantizar la correcta conservación de los recursos turísticos, embellecer el destino, potenciar el uso de las zonas de baño a la vez que se garantiza su correcta conservación y fomentar el desarrollo de productos turísticos respetuosos con el entorno, como el astroturismo, el turismo activo y el ecoturismo.

Acciones:

6. Fomento de iniciativas de turismo circular
7. Fomento movilidad sostenible, “Rural Bike conecta Castilla-La Mancha”
8. Distribución de flujos, seguimiento del plan de señalización turística y estudios de capacidad de carga de destinos
9. Embellecimiento destinos
10. Fomento de la accesibilidad y conservación de zonas de baño
11. Red de miradores astronómicos de Castilla-La Mancha

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DEL DESTINO

ACCIÓN 6

Fomento de iniciativas de turismo circular

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha está realizando una firme apuesta por el turismo circular, con la aprobación de la Ley de Economía Circular (noviembre 2019) y la definición de una Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha horizonte 2030 y de un Plan de acción (2021 – 2025). En este contexto, la Dirección General de Economía Circular ha desarrollado proyectos piloto de turismo circular y ahora persigue fomentar el impulso de nuevas iniciativas de este tipo en todo el territorio. Para ello la Dirección General de Turismo fomentará la promoción de iniciativas de turismo circular; así como apoyo mediante ayudas y subvenciones a proyectos e iniciativas de turismo circular a empresas turísticas en las convocatorias futuras

TAREAS

1. Identificación de proyectos de turismo circular en destinos y empresas
2. Soporte en la ejecución de proyectos de turismo circular
3. Desarrollo de acciones de promoción y marketing con proyectos piloto y ejemplo de turismo circular

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de proyectos de turismo circular impulsados
KPI's asociados a las acciones de promoción y marketing

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DEL DESTINO

ACCIÓN 7

Fomento movilidad sostenible, “Rural Bike conecta Castilla-La Mancha”

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Impulso del proyecto “Rural Bike conecta Castilla-La Mancha” para fomentar el uso de medios de transporte sostenible. El proyecto consiste en la creación de una red cicloturista de aproximadamente 2.000 km, conectando las grandes ciudades con los Espacios Naturales Protegidos. Para lograrlo se aprovecharán infraestructuras y caminos existentes, como las vías pecuarias, caminos naturales, vías verdes, etc. También estará conectada con otras rutas existentes para maximizar el recorrido ciclable de Castilla-La Mancha. La creación de la ruta irá acompañada de acciones de promoción para incentivar a los visitantes el uso de esta ruta cicloturista y el desplazamiento en tren, reduciendo de este modo el uso de transportes contaminantes durante su estancia. Se complementará con servicios a disposición de los turistas que realicen estos recorridos como el préstamo de bicicletas eléctricas o servicio wifi.

TAREAS

1. Implementación del proyecto
2. Vinculación iniciativas sector privado en la ruta
3. Promoción de la ruta

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de ruta definida
 Número de infraestructuras creadas o mejoradas
 Km de ruta disponibles
 Empresas vinculadas
 KPI's acciones de promoción

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DEL DESTINO

ACCIÓN 8

Distribución de flujos, seguimiento del plan de señalización turística y estudios de capacidad de carga de destinos

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El cálculo de la capacidad de carga de los destinos turísticos y sus atractivos es imprescindible para lograr una gestión sostenible de los mismos, permitiendo realizar un control de la afluencia de visitantes y orientar la toma de decisiones para la gestión de flujos de visitantes en caso de saturación. Por este motivo se realizará un estudio de la capacidad de carga de los principales atractivos y destinos turísticos de Castilla-La Mancha y, en caso de identificar zonas más saturadas, se redirigirá a los turistas a otros puntos menos concurridos a través de herramientas de gestión de flujos de visitantes. Para garantizar el éxito de esta acción es imprescindible disponer de un sistema de señalización turística óptimo, por lo que se dará continuidad al plan de señalización turística; un plan que consistía en incorporar señalización en la entrada y salida de la CCAA, cerca de poblaciones o atractivos turísticos y en la entrada de las poblaciones.

TAREAS

1. Elaboración de estudio de capacidad de carga
2. Contratación de software que permita redirigir los flujos de visitantes (integración en la web del destino o en la señalización digital de los destinos)
3. Implementación del Plan de señalización turística

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición de estudio de capacidad de carga
Disposición de software para redirigir flujos de visitantes
Número de recursos en los que se detecta un exceso de afluencia
Número de visitantes redirigidos
Número de señales instaladas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS TURISMO

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DEL DESTINO

ACCIÓN 9

Embellhecimento destinos

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Para mejorar la competitividad del destino Castilla-La Mancha y la experiencia de los visitantes a la región esta acción contempla la identificación de impactos sensoriales que restan valor y distorsionan los principales paisajes turísticos de Castilla-La Mancha de forma negativa. La acción se desarrollará en colaboración con los municipios turísticos e implicará a todos los grupos de interés bajo un criterio colaborativo y de sostenibilidad económica y ambiental se investigarán y analizarán los impactos negativos de la actividad turística organizándolos mediante líneas específicas de trabajo. Se tendrán en cuenta elementos como la regulación del tráfico, el comercio local, las fachadas de los edificios, apariencia de los establecimientos turísticos y de hostelería, cableado, tratamiento de residuos urbanos, mobiliario urbano, etc. Una vez identificados los problemas, se plantearán soluciones genéricas y específicas mediante la elaboración de recomendaciones a modo de “libro blanco”, así como un programa que recoja proyectos piloto para su desarrollo

TAREAS

1. Trabajo de campo para inventariar los tres impactos sensoriales mayores en los municipios turísticos
2. Libro blanco vinculado al Atlas de los Paisajes de Castilla-La Mancha
3. Proyectos piloto
4. Ejecución y difusión

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Libro Blanco
Municipios vinculados
Proyectos Piloto ejecutados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DEL DESTINO

ACCIÓN 10

Fomento de la accesibilidad y conservación de zonas de baño

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Impulso del turismo azul a través de la elaboración de un Plan de puesta en valor de las playas de interior y de las zonas de baño de Castilla-La Mancha. Paralelamente se crearán subvenciones destinadas al fomento de la inversión en materia de turismo azul, atendiendo a criterios de sostenibilidad social, económica y ambiental. Con estas dos medidas se contribuirá a mejorar la conservación de estos espacios, a su regeneración y al fomento del uso responsable de los mismos. También permitirá incrementar la calidad del destino, pudiendo ser reconocida con la obtención de distintivos de calidad medioambiental.

TAREAS

1. Redacción del Plan de puesta en valor de las playas de interior y de las zonas de baño de Castilla-La Mancha
2. Impulso de las subvenciones destinadas al fomento de la inversión en materia de turismo azul

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Disposición del plan
Subvenciones publicadas
Número de proyectos o iniciativas subvencionadas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DEL DESTINO

ACCIÓN 11 Red de miradores astronómicos de Castilla-La Mancha

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el objetivo de impulsar el turismo astronómico se creará una red de miradores astronómicos de uso público. Concretamente se crearán 86 miradores, localizados en las provincias de Ciudad Real, Cuenca y Guadalajara. En estos equipamientos, ubicados en puntos estratégicos y/o emblemáticos de los municipios se podrán realizar actividades turísticas nocturnas. Paralelamente se creará un Observatorio Astronómico en el municipio de Piedrabuena (Ciudad Real), un espacio que acogerá exposiciones, espacios de servicios y una cúpula de observación. La acción contempla la dinamización de la red mediante el impulso a la realización de eventos de divulgación y conocimiento. Se impulsarán y promocionarán los territorios certificados con el sello Starlight que garantiza la calidad de los cielos.

TAREAS

1. Creación de miradores
2. Creación de observatorio
3. Dinamización

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Número de miradores creados
Observatorio Astronómico creado
Eventos de dinamización desarrollados

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones

EJE 4

Sostenibilidad

Programa de transición verde de las empresas

Para contar con un destino más sostenible es imprescindible contar con la implicación de las empresas turísticas. Para incentivar y acompañar a las empresas en la transición verde de sus negocios se les facilitarán ayudas económicas, se generará y proporcionará información para que puedan mejorar la toma de decisiones a nivel de gestión del talento, y se les guiará en la transición a través de la incorporación de criterios de sostenibilidad en el actual Sistema Integral de Calidad de los destinos.

Acciones:

12. Fomento de la transición energética en el sector turístico con energías renovables
13. Observatorio de turismo
14. Sistema Integral de Calidad de los destinos de Castilla-La Mancha

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DE LAS EMPRESAS

ACCIÓN 12

Fomento de la transición energética en el sector turístico con energías renovables

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La transición energética y la economía circular son ejes de desarrollo socioeconómico para el Gobierno de Castilla-La Mancha. Con el fin de dar soporte a las empresas del sector turístico en el proceso de transición hacia un modelo energético más sostenible, se dará continuidad a las ayudas para ejecutar esta transición. Con el fomento del uso de energías renovables no solamente se reducirá el impacto medioambiental, sino que también se logrará la mejora de la calidad y variedad de los servicios turísticos del destino. Esta actuación se realizará con la colaboración de la Oficina de Asesoramiento Energético de Castilla-La Mancha de la Consejería de Desarrollo Sostenible, a través de la Dirección de Transición Energética de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, cuyo objetivo es ofrecer al ciudadano y las empresas información y asesoramiento en materia de energía, eficiencia energética y energías renovables.

TAREAS

1. Creación de línea de ayudas
2. Informar a las empresas sobre esta línea de ayudas y sus beneficios
3. Reconocimiento de los proyectos ejecutados

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Línea de ayudas creada
Número de empresas informadas sobre estas ayudas
Número de empresas interesadas
Número de empresas beneficiarias de las ayudas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo / DTE

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5 · PLAN DE ACCIÓN

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DE LAS EMPRESAS

ACCIÓN 13

Observatorio de turismo

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El Observatorio del Mercado de Trabajo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha tiene como misión la de presentar un referente regional en cuanto a las tendencias laborales de la Comunidad, anticipando oportunidades y también dificultades, ayudando a la toma de decisiones en materia de empleo y de formación, proporcionando datos de interés a todos los agentes que intervienen en el Mercado Laboral de Castilla-La Mancha mediante sus estudios, publicaciones y consultas. Es una herramienta de información permanente y actual sobre el mercado de trabajo de la región, que nace con el objetivo de orientar sobre las demandas de empleo y formativas que surjan en determinados momentos y puntos de la comunidad autónoma. La acción consiste en la generación de informes sectoriales de turismo, con la recogida y análisis de datos vinculados con el mercado laboral del sector turístico, las tendencias y necesidades de formación. Los organismos gestores y las empresas turísticas de Castilla-La Mancha tendrán acceso a los informes y resultados obtenidos a través del observatorio, disponiendo de este modo de información para la toma de decisiones y la mejora de su competitividad.

TAREAS

1. Creación de informes del sector turístico en el observatorio del mercado de trabajo
2. Elaboración de informes periódicos
3. Envío de informes a los agentes turísticos del territorio

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Informes sectoriales
Número de informes elaborados
Número de informes enviados a los agentes del sector
Número de descargas de los informes

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo / OOFE

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media

5.2. Programas y acciones



EJE 4. SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA DE TRANSICIÓN VERDE DE LAS EMPRESAS

ACCIÓN 14

Sistema Integral de Calidad de los destinos de Castilla-La Mancha

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Durante los últimos años Castilla-La Mancha ha apostado por el desarrollo de un turismo de calidad, mediante ayudas y subvenciones destinadas al sector, basándose en el modelo SICTED de la Secretaría de Estado de Turismo y con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias. Esta línea de actuación ha contribuido notablemente a la mejora de la calidad turística del destino, y se considera imprescindible darle continuidad. Sin embargo, se considera oportuno integrar la sostenibilidad dentro del modelo de calidad turística del destino, tal y como están realizando los principales organismos de control turístico de calidad. El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), responsable de la gestión de la Q de calidad, ha modificado el nombre de su propio organismo para integrar la calidad en el mismo (Instituto para la Calidad y Sostenibilidad Turística, ICTES). Con la incorporación de criterios de calidad en el actual Sistema Integral de Calidad de los destinos de Castilla-La Mancha se logrará dar respuesta a los nuevos retos que presenta un entorno cada vez más cambiante, garantizando la oferta de servicios de calidad a incorporando criterios de sostenibilidad.

TAREAS

1. Integración de la calidad en los criterios del Sistema Integral de Calidad
2. Comunicar a las empresas adheridas la incorporación de estos cambios
3. Seguir desarrollando las acciones de formación, sensibilización y captación

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Sostenibilidad incorporada en los criterios
 Número de empresas a las que se les ha comunicado la incorporación de la sostenibilidad al modelo
 Número de empresas que participan en las formaciones
 Número de campañas de sensibilización realizadas
 Número de nuevas empresas adheridas

RESPONSABLES DE LA ACCIÓN

Implementación

JS Turismo

Control

DGTCYA

PERIODO DE EJECUCIÓN

2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

PRIORIDAD DE EJECUCIÓN

media