19. Plan de Marketing y RRSS
a. Redacción plan de marketing turístico de Villena.
b. Establecer un plan de Marketing Online en consonancia con el Plan de Marketing general.

20. Seguimiento acciones marca "Villena-Fortaleza-Mediterránea"
a. Visibilizar a nivel nacional e internacional la ciudad gracias a las acciones de comunicación de la marca.
b. Comunicar de manera global todas las fortalezas de Villena como territorio de oportunidad.

EJE 6. PRODUCTOS TURÍSTICOS

21. Turismo gastronómico
a. Participación activa programa: Red Gastro Turística CV - L'Exquisit Mediterrani
b. Reactivar programa Enotur Villena
c. Impulsar las rutas de la tapa durante todo el año

22. Turismo cultural
a. Creación del nuevo centro de de interpretación y recepción de visitantes del yacimiento del Cabezo Redondo.
b. Adecuación y apertura museo de la ciudad MUVI.

23. Cicloturismo
a. Potenciar la ruta de la Vía Verde de la Chicharra y la Travesía de la Sierra de Salinas.
b. Realizar estudio para crear un centro BTT con oferta alojativa asociada.

24. Turismo activo y de naturaleza
a. Potenciar turismo birdwatching
b. Puesta en valor área natural de las Salinas

25. Turismo familiar
a. Especializar Villena en destino family friendly
b. Desarrollo de Gymkanas en casco histórico y en entornos naturales

26. Turismo de compras
a. Adaptar espacio urbano para convertirlo en un centro comercial abierto
b. Trabajar el concepto de cluster cultural alrededor de la oferta comercial del destino.

27. Turismo deportivo
a. Especializar Villena en destino deportivo
b. Inventariar y promocionar las instalaciones y actividades deportivas disponibles en Villena.

M.I. AYUNTAMIENTO DE VILLENA

VILLENA FORTALEZA MEDITERRÁNEA

VILLENA
FORTALEZA MEDITERRÁNEA

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO
2022-2025

WWW.TURISMOVILLENA.COM

MISIÓN

Villena trabajará, con este plan estratégico de turismo, en potenciar las motivaciones para la visita a la ciudad; su patrimonio, sus eventos culturales y festivos, su comercio, así como sus recursos naturales en todo el territorio.

VISIÓN

El gran elemento diferenciador de Villena es su modelo de ciudad turística, dinámica, cultural y patrimonial, comercial y festiva, con importantes recursos naturales, que ofrece a los turistas una amplia oferta de ocio, servicios y comercio, en un espacio histórico y patrimonial, ideal para el turismo cultural y familiar.

LÍNEAS DE ACCIÓN DE LOS EJES ESTRATÉGICOS

EJE 1. GOBERNANZA

1. Gobernanza participativa y cooperación público privada.
a. Creación comisión interdepartamental.
b. Reactivación y puesta en marcha Consejo Municipal de Turismo.
c. Incremento acciones SICTED.
d. Reuniones con tejido asociativo, empresarial y festero del municipio.

2. Incremento de la coordinación entre administraciones.
a. Colaboraciones Turisme Comunitat Valenciana, Patronato Turismo Costa Blanca.
b. Participación activa red DTI-CV y red nacional de Destinos Turísticos Inteligentes de Segittur.
c. Participación reuniones con Tour España para puesta en valor del "Tesoro de Villena".

3. Desarrollo sistema de indicadores.
a. Creación de herramientas para medir las actuaciones sobre los diferentes ejes del plan estratégico.
b. Definición de objetivos comunes entre los diferentes agentes del destino.
c. Aplicación indicadores modelo DTI-CV para cumplimiento requisitos municipio turístico.

4. Desarrollo del modelo turístico
a. Evolucionar hacia un modelo turístico más competitivo y sostenible.
b. Preservar los recursos naturales, patrimoniales y culturales del destino.
c. Fomentar políticas de digitalización del sector turístico.

EJE 2. SOSTENIBILIDAD

5. Agenda Urbana
a. Transformar la economía y el medio ambiente hacia políticas más sostenibles.
b. Trabajar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su aplicación en el ámbito turístico.

6. Agenda 2030. Recomendaciones sobre ODS de Turisme Comunitat Valenciana.
a. Trabajar las 100 recomendaciones ODS de Turisme Comunitat Valenciana en el ámbito turístico
b. Acercar al municipio y sus políticas turísticas a las cinco dimensiones fundamentales: personas, prosperidad, planeta, participación colectiva y paz.

7. Espacios naturales
a. Trabajar en la implantación de usos, actividades e infraestructuras en espacios naturales para su uso turístico sostenible.
b. Gestionar, cuidar y conservar espacios naturales.
c. Aplicación del manual de Invattur, espacios naturales inteligentes.
d. Creación de nuevas zonas para la interpretación de la naturaleza.

8. Desarrollo de infraestructuras verdes
a. Fomento de la movilidad sostenible con la mejora y creación de vías verdes: Vía verde del Chicharra.
b. Aplicación acciones PMUS: Conexión Cabezo Redondo con casco urbano a través de carril bici.

EJE 3. MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD

9. Peatonalización casco urbano
a. Promover un destino con movilidad más sostenible.
b. Fomentar la accesibilidad peatonal.
c. Puesta en valor de los recursos turísticos y patrimoniales del centro histórico de Villena (Castillo de Villena, Ruta modernista).

10. Movilidad sostenible
a. Creación parkings disuasorios e instalación de cargadores eléctricos.
b. Incremento de senderos y vías verdes
c. Aumento número de kilómetros de carriles bici en casco urbano y resto de término municipal de Villena

VILLENA
FORTALEZA MEDITERRÁNEA

11. Accesibilidad recursos turísticos
a. Diseño de rutas e itinerarios por la ciudad hacia recursos turísticos que eviten las calles con escaleras.
b. Digitalización de los recursos turísticos de Villena para mejorar su accesibilidad: visitas 360º, uso de realidad virtual/aumentada.
c. Estudio y desarrollo de un plan de accesibilidad de los recursos turísticos de Villena.
d. Mejora de la accesibilidad en ambas oficinas de turismo.

EJE 4. INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

12. Innovación y mejora sensorítica en destino
a. Incremento de zonas WIFI en espacios abiertos y en recursos turísticos.
b. Instalación de sensores inteligentes en espacios naturales.
c. Instalación de sensores para conteo de visitantes en eventos culturales y fiestas.

13. Innovación empresarial
a. Aumentar el entorno competitivo de las empresas turísticas del municipio.
b. Realización de concursos e iniciativas empresariales para la generación de productos o servicios turísticos innovadores en Villena.
c. Fomento de la calidad en el ámbito turístico. Incremento de adhesiones a SICTED.

14. Fomento iniciativas en turismo
a. Organización de congresos y charlas para fomento de la innovación turística en Villena.
b. Aumentar la participación del ayuntamiento en proyectos sobre innovación en turismo.

15. Plataforma inteligencia turística
a. Implantación herramienta de cuadro de mando para la toma de decisiones en el ámbito turístico.
b. Publicación de datos en abierto para fomento de la innovación y el emprendimiento.

16. Creación oficina virtual
a. Instalación de un chatbot en la web de turismo.
b. Puesta en marcha servicio de Whatsapp en oficina de turismo.

EJE 5. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

17. Portal comercialización productos y servicios turísticos
a. Implantación motor de ventas en web turismo Villena.
b. Mejorar el posicionamiento del destino.

18. Programa Film Office
a. Impulsar el turismo cinematográfico.
b. Incremento de la colaboración con Costa Blanca Film Commission.