



Guadalajara avanza a un ritmo imparable y debemos estar preparados para el turismo del futuro, por ello, llevamos tiempo dirigiendo nuestras acciones en materia de turismo hacia estos campos gracias a la incorporación a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, que nos posiciona como una ciudad a la vanguardia e innovadora en su imagen hacia el exterior.

Estamos dando pasos firmes junto a la Universidad de Alcalá con la creación de la cátedra Guadalajara: DTI, pero no

sólo hemos querido asociar el turismo al ámbito académico sino que apostamos por nuestro turismo como motor económico desde la transversalidad de diferentes áreas.

Guadalajara es hoy una ciudad activa, sólo en 2022, programamos cerca de un millar de eventos al aire libre, y en nuestros espacios escénicos y museos, también, somos una ciudad tremendamente atractiva para el turismo de negocios, el denominado MICE, con la celebración de conferencias, eventos empresariales, seminarios y congresos.

Con estos ingredientes y dentro de este nuevo modelo, Guadalajara avanzará tejiendo alianzas con enclaves turísticos de nuestra provincia, por ello, este Plan Estratégico Municipal de Turismo establece las líneas a seguir desde el ámbito de la sostenibilidad, la digitalización y la colaboración entre instituciones y organismos públicos y privados implicados en el sector.

Alberto Rojo
ALCALDE DE GUADALAJARA



Dar pasos en materia de turismo no siempre es fácil, por ello, este documento cobra todavía más importancia. El Plan Estratégico de Turismo define la hoja de ruta que vamos a seguir desde la Concejalía en los próximos dos años, logrando así hitos importantes como son: el avance y mejora del destino en el modelo DTI impulsado por SEGITTUR, y también, la inversión de más de 2,5 millones de Planes de Sostenibilidad Turística, o la apertura de la Oficina Municipal de Turismo, con un gran componente tecnológico y digital.

En este plan se contemplan acciones encaminadas a crear paquetes turísticos con el resto de la provincia, así como, ideas para mejorar el plan de comunicación tanto para los potenciales visitantes, como la creación de nuevas rutas turísticas que pongan en valor el rico patrimonio cultural y monumental de Guadalajara.

Por otro lado, somos una ciudad con historia, y en la que se cuentan historias; por ello, en los últimos años hemos centrado los esfuerzos en atraer rodajes a la ciudad, y en este plan, se establece la puesta en marcha de rutas cinematográficas como un elemento más de dinamización turística.

En definitiva, tenemos los ingredientes y la receta para crecer y consolidarnos como destino turístico.

Fernando Parlorio
CONCEJAL DE TURISMO



INTRODUCCIÓN

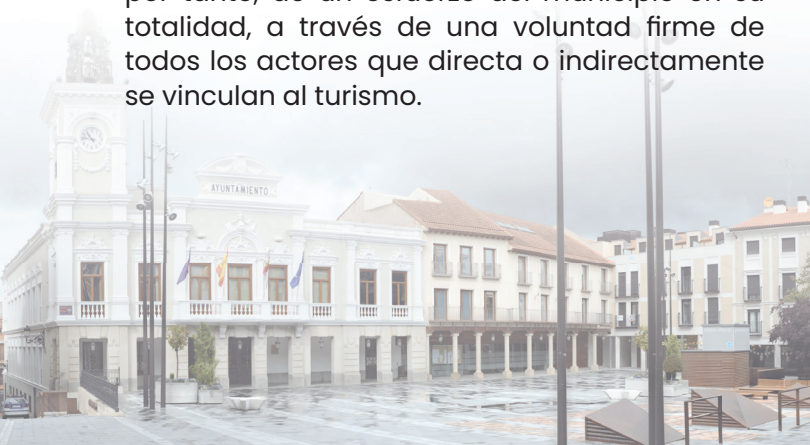
El esfuerzo institucional y empresarial acometido en los últimos años ha permitido que el turismo pueda considerarse como una **actividad económica más** en la ciudad de Guadalajara. Sin embargo, existe aún un considerable camino de evolución con el que consolidar esta actividad como relevante para su PIB municipal.

Partiendo de las conclusiones de una **valoración previa y exhaustiva del destino** y considerando el

interés del Ayuntamiento de Guadalajara, así como de los diferentes actores sociales y empresariales que han participado en este proceso de diagnóstico, de establecer un marco de trabajo planificado a medio y largo plazo que oriente la evolución que como destino permita a Guadalajara posicionarse como referencia en el actual mercado turístico, se redacta el presente **Plan Estratégico Municipal de Turismo**.

Este es, sin duda, un proceso que necesitará del trabajo de diferentes actores tanto turísticos como vinculados, o al menos con influencia sobre la actividad turística. La implicación de Concejalías y entidades no turísticas, pero con influencia directa, será una **necesidad en todo el proceso de ejecución** del presente Plan Estratégico de Turismo.

Un Plan en el que el municipio se verá inmerso en acciones en distintos ámbitos, planteando intervenciones a nivel urbanístico, de accesibilidad, social, patrimonial o cultural. El éxito de su puesta en marcha necesitará, por tanto, de un esfuerzo del municipio en su totalidad, a través de una voluntad firme de todos los actores que directa o indirectamente se vinculan al turismo.



OBJETIVOS

Implementar un proceso evolutivo que permita reorientar la estrategia del destino al objeto de, mediante una gestión activa y colaborativa, mejorar la puesta en mercado de productos turísticos competitivos, los cuales ayuden a incrementar la demanda de mercados tradicionales y faciliten la tracción de nuevos nichos de demanda y de mercados no tradicionales para así poder incrementar la rentabilidad por turista y la sostenibilidad socioeconómica del destino. →

La consecución de este objetivo deberá llevarse a cabo partiendo del planteamiento de una serie de objetivos operativos que han dado lugar a las acciones que permitirán la puesta en marcha del Plan:

1 Hacer que el turismo sea una actividad económica relevante en el destino, **incrementando la aportación al PIB municipal.**

2 **Mejorar la experiencia de consumo turístico** sobre el destino, mediante la puesta en valor de sus recursos turísticos y oferta empresarial.

3 **Estructurar una oferta turística que resulte atractiva** a los turistas y excursionistas de Guadalajara como estrategia para aumentar su gasto.

4 **Gestionar de manera inteligente y consensuada el proceso ejecución del Plan** y sus acciones como premisa fundamental para garantizar el éxito.

ESTRATEGIAS A SEGUIR

Orientación de la gobernanza y promoción al producto, con priorización inteligente.

Mejora de la experiencia turística en el destino.

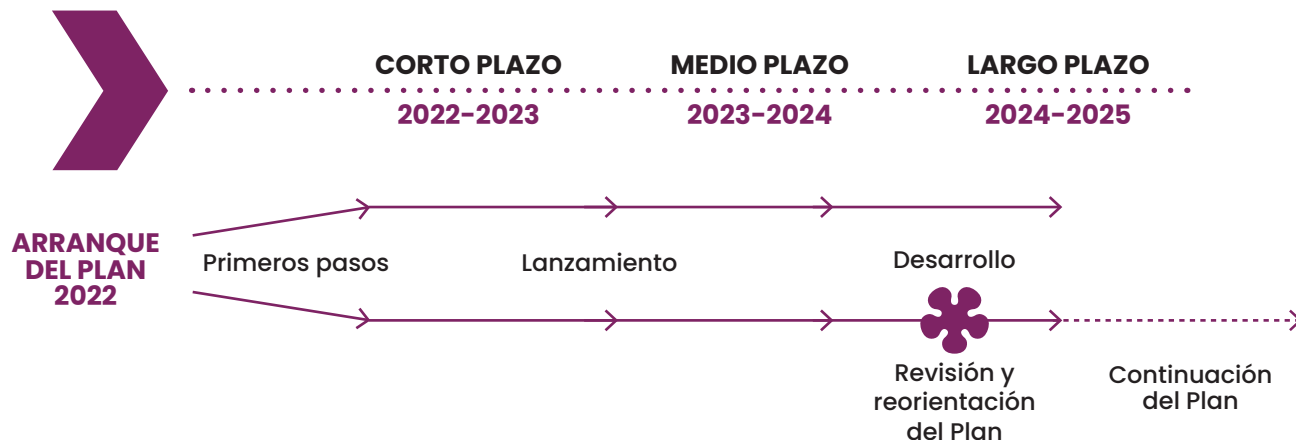
Mejora del escenario turístico y su conexión interna.

Gestión participativa en clave de inteligencia de destino para la promoción y gestión.

Sostenibilidad como valor diferencial.

Simbiosis turística con destinos de proximidad.

MARCO TEMPORAL



6

PLAN DE ACCIÓN

Las distintas acciones de mejora que recoge el Plan Estratégico Municipal, **treinta y siete propuestas**, quedan enmarcadas en cuatro grandes ejes programáticos:

- A. Programa de sensibilización y mejora del escenario turístico (A1-A10)**
- B. Programa de puesta en valor de los productos turísticos (B11-B21)**
- C. Programa de comunicación, promoción, comercialización y experiencia en el destino (C22-C31)**
- D. Programa de gobernanza, inteligencia turística y sostenibilidad (D32-D37)**

PLAN DE ACCIÓN

La propuesta del modelo de ejecución plantea acometer las acciones en torno a un plazo y a un presupuesto estimado. Tal como se puede ver en la siguiente tabla, se presentan las acciones del Plan Estratégico Municipal de Turismo ordenadas por momento de ejecución:

ACTUACIONES A CORTO PLAZO	
EJE	ACCIÓN
A1	Sensibilización y formación del sector empresarial vinculado al turismo.
A2	Acciones de sensibilización para responsables técnicos del Ayuntamiento vinculados al turismo.
A4	Programa de apoyo a la creación y ordenación de la oferta comercial y turística.
B11	Creación del Club de Producto "Guadalajara".
B12	Mejora de la puesta en valor del producto patrimonial-cultural.
C22	Estructuración de un plan de marca turística.
C23	Creación de una página web propia dedicada a la promoción turística del destino.
C24	Mejora de la estrategia de redes sociales.
C25	Creación de soportes de comunicación en clave de producto y estrategia de distribución.
C26	Comunicación para el posicionamiento de Guadalajara como puerta de entrada al descubrimiento de la provincia.
C30	Mejora de la estrategia de venta y servicios de la Guadalajara Card.

D32	Creación de la Mesa de Turismo.
D33	Plan de digitalización turística de la oferta.
D34	Desarrollo de un sistema de indicadores turísticos en clave de ODS.
D35	Implantación de indicadores DTI ajustados al destino y en base a la Red DTI de SEGITTUR.
D36	Creación de una Smart Office para el seguimiento DTI.
D37	Gestión de la calidad en el destino (SICTED).

ACTUACIONES A MEDIO PLAZO	
EJE	ACCIÓN
A3	Acciones para la mejora de la sostenibilidad de los recursos turísticos de la ciudad y entorno.
A5	Adecuación de parkings para autocaravanas y ampliación de puntos de carga eléctrica.
A6	Creación de corners de información turística en los principales recursos turísticos de la ciudad y establecimientos pertenecientes al Club de Producto.
A7	Implementación de un plan de señalización e interpretación turística.

PLAN DE ACCIÓN

ACTUACIONES A MEDIO PLAZO

A8	Embelllecimiento de los solares del centro histórico.
A9	Ordenación del mobiliario de terrazas de hostelería del centro histórico.
A10	Plan de iluminación de recursos patrimoniales.
B13	Puesta en valor del turismo cinematográfico.
B14	Desarrollo turístico del producto "Guadalajara: Ciudad de Cuento".
B15	Puesta en valor del producto turístico de los túneles y búnkeres de Guadalajara.
B16	Puesta en valor del turismo funerario.
B17	Mejora de la puesta en valor del producto agro-gastronómico.
B18	Puesta en valor del entorno natural y del ecoturismo.
B19	Promoción del turismo deportivo en Guadalajara.
B20	Puesta en valor del producto MICE.
B21	Mejora de la puesta en valor de la agenda cultural.
C27	Mejora del plan de comunicación de los productos turísticos del destino en mercados objetivo: Madrid.
C28	Plan de comunicación de los productos turísticos del destino en mercados objetivo: otras Comunidades Autónomas.

ACTUACIONES A LARGO PLAZO

EJE	ACCIÓN
C29	Colaboración con destinos patrimoniales próximos.
C31	Acción de promoción en RENFE / AVE.

