

Carta de presentación

Desde el servicio de turismo de la Diputación de Ávila presentamos el **Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila 2026-2031**, un marco estratégico de referencia sólido, realista y compartido con el sector que **orientará la política turística provincial** en los próximos años. Este plan nace con una misión clara, reforzar el posicionamiento y competitividad turística de la provincia de Ávila como un destino destacado en el interior peninsular a través de su diversidad y riqueza natural, cultural y gastronómica que la caracteriza.

Sin duda, la provincia de Ávila dispone de un patrimonio singular que combina un legado histórico de gran relevancia y reconocimiento mundial, una diversidad de paisajes naturales de notable valor y una tradición gastronómica profundamente arraigada a su sector productivo local. Este conjunto de recursos constituye la base sobre la que se asienta la identidad del territorio y representa una oportunidad estratégica para consolidar un **modelo turístico diferenciado**, capaz de ofrecer experiencias auténticas y de calidad. Por esta razón, el presente plan propone un enfoque que integra y articula todos estos elementos, buscando potenciar la competitividad del destino y reforzar su atractivo desde esa triple perspectiva: natural, cultural y gastronómica.

El documento que se presenta a continuación, tomando como referencia las principales estrategias turísticas impulsadas por organismos nacionales, europeos e internacionales, es resultado de un proceso de trabajo riguroso, sustentado en un diagnóstico exhaustivo de la situación actual del turismo en la provincia de Ávila con una **participación activa del tejido institucional, empresarial y social de la provincia**. Esta labor altamente colaborativa ha permitido definir una **visión compartida sobre las necesidades, retos y oportunidades** del turismo en la provincia, así como establecer líneas de actuación claras, viables y realistas que den respuesta a esas necesidades y retos actuales del sector alineada a las principales estrategias turísticas impulsadas por organismos nacionales, europeos e internacionales.

Con esta planificación estratégica, además, se persigue avanzar hacia un **modelo que, poniendo foco en las personas y el territorio, impulse un desarrollo turístico equilibrado** y genere una distribución más justa de los beneficios derivados de la actividad turística, impulse el desarrollo de las zonas rurales y contribuya a la generación de oportunidades que faciliten la fijación de población. Del mismo modo, se pone especial atención en preservar la identidad y autenticidad local, garantizar la protección y cuidado del patrimonio natural y cultural y fomentar una convivencia armónica entre residentes y visitantes.

Este plan representa, en definitiva, un **compromiso conjunto entre administración y el sector involucrado con un turismo más competitivo y sostenible**, capaz de generar valor añadido para todo el territorio y de proyectar la imagen más auténtica y singular de la provincia de Ávila tanto a nivel nacional como internacional. Su implementación constituye un paso decisivo y real hacia un desarrollo turístico alineado con el sector y que contribuya realmente al bienestar social y al fortalecimiento de la provincia en su conjunto.

Armando García Cuenca

Diputado provincial y responsable del Área de Asuntos Europeos, Energía y Turismo



DIPUTACIÓN
DE **ÁVILA**



Índice

1	Introducción	04
	1.1. Antecedentes y contexto	05
	1.2. Justificación del Plan Estratégico	06
	1.3. Metodología de trabajo	07
	1.4. Alcance territorial	09
2	El turismo en la provincia de Ávila	10
	2.1. Mapa de valor del turismo de la Provincia de Ávila	11
	2.2. Marco estratégico de referencia	14
	2.3. Principales magnitudes turísticas	21
	2.4. Mapa de retos y oportunidades del sector turístico	28
3	La Estrategia turística provincial 2026-2031	32
	3.1. Marco de reflexión previo	33
	3.2. Misión y visión	28
	3.3. Objetivos estratégicos	29
	3.4. Valores y principios de actuación	40
	3.5. Ejes y líneas estratégicas	41
4	Plan Operativo y proyectos a desarrollar	44
	Eje 1: Gobernanza y participación	47
	Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio	59
	Eje 3: Talento, innovación y transformación digital	72
	Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción	84
5	Activación del plan	96
	5.1. Modelo de gobernanza	97
	5.2. Modelo de implantación	101
	5.3. Modelo de seguimiento y evaluación	107

01. Introducción

1.1. Antecedentes y contexto

1.2. Justificación del Plan Estratégico

1.3. Metodología de trabajo

1.4. Alcance territorial

1. | Introducción

1.1. Antecedentes y contexto

La provincia de Ávila cuenta con una sólida trayectoria vinculada al turismo, sustentada en la combinación de su **riqueza natural, cultural y gastronómica** y en la autenticidad de su medio rural. A lo largo del tiempo, el territorio ha construido una imagen asociada a la naturaleza, la historia, la espiritualidad y las tradiciones locales, lo que ha permitido que el turismo se configure como una actividad relevante en la economía provincial, especialmente en numerosos municipios rurales.

El conjunto del territorio provincial dispone de un **amplio abanico de recursos**: patrimonio histórico-artístico, bienes de interés cultural, manifestaciones de religiosidad popular, tradiciones y festividades, así como espacios naturales de alto valor ambiental y paisajístico. Esta diversidad de recursos, repartidos por buena parte de la provincia, ofrece un **escenario idóneo para el desarrollo de un modelo turístico sostenible, experiencial y de calidad**, apoyado en la diferenciación y en la puesta en valor de los elementos identitarios del territorio.

En las últimas décadas, el sector turístico abulense ha evolucionado para adaptarse a nuevas tendencias y demandas del visitante, con especial protagonismo del turismo rural y de naturaleza, el turismo activo y deportivo, el astroturismo y las experiencias ligadas a la cultura, las tradiciones y la gastronomía locales. Esta evolución se ha traducido en la creación de rutas y productos temáticos, el refuerzo del alojamiento rural y el surgimiento de pequeñas iniciativas empresariales vinculadas al turismo, contribuyendo a la regeneración del territorio y la dinamización socioeconómica de diversas comarcas de la provincia.

Paralelamente, el **contexto turístico** se ha vuelto más **competitivo y complejo**. La digitalización, los cambios en los hábitos de viaje, la creciente sensibilidad hacia la sostenibilidad, la búsqueda de experiencias personalizadas y la influencia de factores económicos y sociales en la movilidad condicionan la forma de planificar y viajar. En este escenario, la provincia de Ávila debe **reforzar su posicionamiento** como destino diferenciado, mejorar su visibilidad, aprovechar sus ventajas comparativas y utilizar el turismo como palanca para la cohesión y dinamización territorial, la creación de empleo y la fijación de población en el medio rural.



1. | Introducción

1.2. Justificación del Plan Estratégico



Pese a la evolución positiva del sector, persisten **desafíos que limitan la consolidación** de la provincia de Ávila como destino turístico competitivo y sostenible. Entre ellos destacan la necesidad de mejorar la gobernanza y la coordinación entre agentes públicos y privados, la existencia de carencias en infraestructuras y servicios de movilidad, la concentración de la demanda, la fuerte dependencia del mercado nacional, la desigual distribución territorial de los flujos turísticos y las brechas en digitalización, conectividad y presencia online.

A estos retos se suma la **necesidad de preservar los valores** ambientales, paisajísticos y culturales que sustentan el atractivo turístico de la provincia, evitando procesos de saturación en determinados enclaves y promoviendo una gestión responsable de los recursos. Resulta igualmente necesario avanzar en la **diversificación de productos**, mejorar la **profesionalización del sector** y dotar al destino de herramientas que permitan una mejor planificación y toma de decisiones basada en datos.

En este contexto, se hace imprescindible contar con un **Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila 2026-2031** que oriente el desarrollo turístico de forma ordenada, sostenible y alineada con las necesidades reales del sector y del territorio. El Plan se concibe como el **marco de referencia** que permita fijar objetivos claros y priorizar líneas de actuación, optimizando los recursos disponibles y maximizando el impacto de las políticas y proyectos turísticos.

La elaboración del Plan se sustenta en un diagnóstico riguroso, que combina análisis cuantitativo y cualitativo, y en un proceso de participación que integra la visión de administraciones, empresas, asociaciones y otros agentes clave del territorio. Este enfoque permite identificar de forma compartida retos y oportunidades, así como orientar las decisiones hacia un modelo de turismo competitivo, innovador, sostenible y respetuoso con el entorno.

De este modo, el Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila 2026-2031 se configura como el **instrumento central estratégico para coordinar esfuerzos públicos y privados**, reforzar la competitividad del destino, impulsar la transformación digital y garantizar la conservación del patrimonio natural y cultural, avanzando hacia un desarrollo turístico equilibrado y sostenible en los próximos años.

1. | Introducción

1.3. Metodología de trabajo

El presente plan estratégico de la Provincia de Ávila 2026–2031 se ha elaborado mediante un **enfoque metodológico estructurado, participativo y orientado a resultados**, que combina análisis técnico de fuentes de información primarias y secundarias, así como el contraste de los resultados con los agentes involucrados en el sector y su alineamiento con los marcos estratégicos de referencia a nivel regional, nacional, europeo y global.

De forma específica, el desarrollo del plan se ha dividido en las siguientes fases clave que han permitido garantizar la rigurosidad y orden en todo el proceso:



En todo este proceso, resulta clave destacar que **se ha mantenido un enfoque altamente participativo**. A través de dinámicas participativas concretas como entrevistas, mesas de trabajo y formularios de participación, tanto durante la fase de análisis como la de definición del modelo se ha recogido directamente la **opinión y visión real de los agentes clave del ecosistema turístico involucrado** con el objetivo de identificar y contrastar los retos y oportunidades reales del sector y construir una hoja de ruta verdaderamente alineada al contexto actual.

1. | Introducción

1.3. Metodología de trabajo

Profundizando en todo este proceso participativo desarrollado debido a su relevancia en la metodología de trabajo empleada, desde el diagnóstico hasta la definición del modelo y estrategia operativa, a continuación, se mencionan las principales dinámicas participativas desarrolladas, así como los objetivos y resultados logrados en cada una de ellas:



Los **formularios de participación y madurez turística** se utilizaron como base para conocer y contrastar con el sistema actual turístico los principales retos y oportunidades del sector, lo cual permitió orientar las siguientes fases del proceso participativo, permitiendo seleccionar y priorizar los temas clave a abordar en las dinámicas posteriores.



Se desarrollaron **más de 20 entrevistas individuales** con agentes clave atendiendo a su papel y rol en el sector desde una perspectiva multidisciplinar y multisectorial con el objetivo de recoger sus expectativas sobre el plan y profundizar en tendencias y productos de interés a desarrollar en un futuro.



Por último, garantizando la singularidad territorial de la Provincia de Ávila y su enfoque en tres productos clave: naturaleza, cultura y gastronomía, se desarrollaron **5 mesas de destino y 3 mesas de producto** con los principales agentes involucrados y en las que se definieron atributos diferenciadores para el posicionamiento competitivo y planteamiento futuro de los distintos productos turísticos.

En definitiva, tal y como se observa, la metodología ha puesto foco en **un proceso altamente colaborativo basado en una metodología estructurada y ordenada** que permitió contrastar y alinear los resultados obtenidos para la definición de un modelo estratégico respaldado y compartido por el sector garantizando así su cumplimiento futuro.

Claves del proceso participativo desarrollado



En resumen, la metodología de trabajo desarrollada para la configuración del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila (2026-2031) se ha enfocado en un proceso participativo, estructurado, riguroso y ordenado basado en el carácter **multidisciplinar y singularidad territorial del sector turístico de la provincia** a fin de configurar una hoja de ruta real, viable y respaldada por el sector involucrado en el sector turístico de la provincia, sentando las así las bases de un modelo turístico corresponsable.

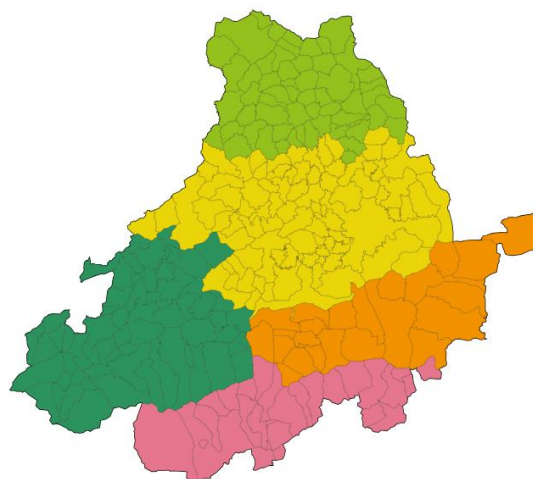
1. | Introducción

1.4. Alcance territorial

El Plan Estratégico tiene un **alcance provincial** y comprende la totalidad del territorio, de la provincia de Ávila **incluyendo todas las comarcas que la conforman**. Se adopta un enfoque integrador, orientado a poner en valor la diversidad territorial y a promover un desarrollo equilibrado entre las principales ciudades y entornos rurales y naturales.

El presente documento parte del reconocimiento de la **heterogeneidad del territorio abulense**, caracterizado por un importante patrimonio histórico y cultural, una amplia red de municipios y una notable variedad de espacios naturales. Desde esta base, el Plan incorpora una visión multicomarcial que permite adaptar las actuaciones a las singularidades de cada zona y aprovechar la diversidad de productos turísticos presentes en la provincia.

El Plan impulsa un **tratamiento equitativo del conjunto del territorio**, garantizando que capital, comarcas y municipios participen de forma homogénea en el desarrollo turístico y en la diversificación de la oferta. Asimismo, concibe la provincia en **conexión abierta con diferentes mercados**, reforzando su posicionamiento como destino atractivo para visitantes nacionales e internacionales.



Fuente: diputacionavila.es

Finalmente, el enfoque territorial del Plan se alinea con los marcos de planificación vigentes y promueve un modelo turístico coherente, sostenible y adaptado a las características propias de la provincia de Ávila, favoreciendo un desarrollo basado en la cohesión territorial y en el respeto a la identidad provincial.

A continuación, se presentan los **pilares que sintetizan esta visión territorial y estructuran el enfoque aplicado en el Plan**:

Territorio provincial en su conjunto	Una visión unificada que integra capital, comarcas y municipios.
Productos turísticos como eje vertebrador	El territorio se organiza según la diversidad de productos turísticos.
Equilibrio territorial y cohesión interna	Desarrollo homogéneo y coherente en toda la provincia.
Proyección abierta y diversificada	Apertura a mercados nacionales e internacionales de calidad.



02. El turismo en la provincia de Ávila

- 2.1. Mapa de valor del turismo de la Provincia de Ávila
- 2.2. Marco estratégico de referencia
- 2.2. Principales magnitudes turísticas
- 2.3. Mapa de retos y oportunidades del sector

2. Diagnóstico de situación

Para el adecuado desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de Ávila 2026-2031 se requiere, como punto de partida, un análisis y conocimiento **claro sobre la situación actual del sector turístico de la Provincia de Ávila**. El objetivo del diagnóstico no reside en descubrir nuevos retos y oportunidades sino conocer, analizar, ordenar y priorizar aquellos que son realmente prioritarios para el sector lo cual permitirá orientar de manera eficaz la estrategia y actuaciones que se desarrollarán en los próximos años.

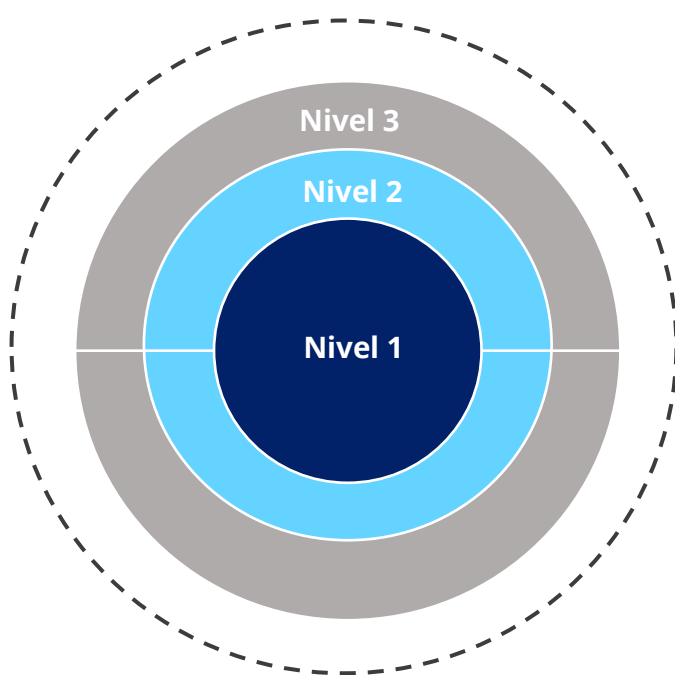
2.1. Mapa de valor del turismo de la Provincia de Ávila

Antes de abordar el análisis de la situación actual del turismo en la provincia de Ávila, en base al marco estratégico de referencia y las principales magnitudes del sector, resulta fundamental **comprender y analizar los distintos elementos, actores y sinergias que caracterizan al ecosistema turístico** mediante su representación en un **mapa de valor**.

Esta herramienta permite identificar, organizar y estructurar los elementos clave que configuran el sistema turístico, abarcando desde los recursos turísticos hasta las infraestructuras disponibles y los distintos actores implicados. De este modo, se garantiza que todos los componentes relevantes para el desarrollo turístico quedan debidamente contemplados y analizados. Dado que el **turismo constituye una actividad de carácter multidimensional**.

En este sentido, considerando los diferentes elementos que conforman el ecosistema turístico, así como su estructuración en torno a los distintos niveles y jerarquías turísticas, el mapa de valor de la provincia de Ávila quedaría estructurado de la siguiente forma:

Niveles del mapa de valor del turismo de la Provincia de Ávila



Nivel 1. Recursos de valor

Los recursos del territorio como núcleo del mapa. Conjunto de elementos estrechamente vinculados al territorio que representan la verdadera identidad y aportan atributos y valor diferencial a la provincia de Ávila como destino turístico.

Nivel 2. Elementos de actividad turística y soporte

Elementos que complementan al núcleo y permiten que la actividad turística sea posible. Formado por las infraestructuras, servicios, actores de apoyo y soporte que garantizan la operatividad y desarrollo de la actividad turística.

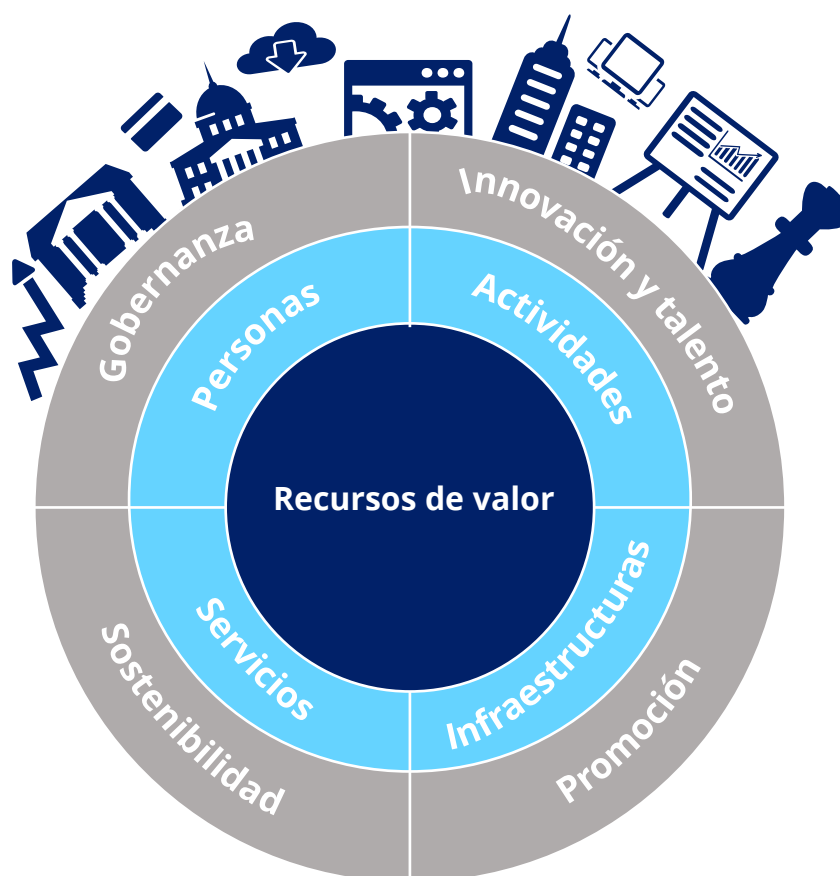
Nivel 3. Elementos estratégicos y de impulso

Elementos dedicados a diversos aspectos con presencia transversal y perspectiva de gestión del destino como la gobernanza, promoción o innovación que favorecen la competitividad del sector turístico en el destino implicado.

2. Diagnóstico de situación

Gracias a esta estructuración por niveles, el turismo en la provincia de Ávila se entiende como esa **actividad multidimensional en la que interactúan diferentes recursos, infraestructuras, servicios y actores (personas)**. Siendo considerado, por tanto, no solo una suma de atributos y atractivos, sino un ecosistema en el que el valor turístico surge de la conexión entre recursos, empresas, residentes y visitantes. A continuación, se muestra una visión más detallada de los niveles del mapa:

Mapa de valor del turismo de la Provincia de Ávila



Recursos de valor

La provincia de Ávila destaca por sus recursos naturales, culturales y gastronómicos, los cuales constituyen el epicentro del ecosistema turístico. Su singularidad radica en la combinación de estos recursos y la alta diversidad en un territorio relativamente pequeño donde cada comarca ofrece un valor diferencial a través de esos recursos:

- **Recursos naturales:** espacios naturales protegidos y con un alto valor y atractivo por su contraste, clima y biodiversidad como la Sierra de Gredos, la Reserva Natural del Valle Iruelas, el Valle del Tiétar y Alberche ideales para realizar actividades al aire libre como turismo activo, astroturismo, micoturismo u observación ornitológica.
- **Recursos culturales:** Ávila cuenta con un rico patrimonio cultural material e inmaterial ligado a grandes personajes históricos y tradiciones, fiestas y costumbres únicas, así como un patrimonio religioso y espiritual con gran capacidad para integrarse en rutas temáticas.
- **Recursos vinculados a la gastronomía:** la gastronomía de Ávila, profundamente ligada a su territorio y tradición a través de productos de calidad y cocina tradicional, representa un potente recurso capaz de generar experiencias turísticas completas, impulsar el consumo de proximidad y reforzar la conexión entre visitante y destino.

2. Diagnóstico de situación



Elementos de actividad turística y soporte

El ecosistema del turismo de la provincia de Ávila se sustenta en una serie de infraestructuras y servicios que garantizan la operatividad y desarrollo de la actividad turística, así como todas las personas que lo hacen posible:

- **Infraestructuras:** como la red viaria que conecta la provincia con mercados emisores clave como Madrid, los accesos a espacios naturales, así como la movilidad interna entre municipios, resultan esenciales para articular un destino caracterizado por su dispersión territorial, facilitando el acceso a los distintos recursos y permitiendo una experiencia turística fluida y conectada.
- **Actividades y servicios turísticos:** desempeñan un papel fundamental en la transformación de los recursos turísticos en experiencias y dan soporte a la actividad turística para su desarrollo. En este sentido, destacan especialmente la oferta alojativa (especialmente vinculada al entorno rural), la restauración y otros servicios turísticos complementarios vinculados a la información, intermediación, ocio y comercio.
- **Personas:** incluye a todos los actores que hacen posible la actividad turística destacando a las administraciones públicas y gestores del destino, responsables de la planificación y promoción; a las empresas y profesionales del sector, que diseñan y prestan los servicios; y a la comunidad local, cuya implicación resulta clave para preservar la identidad del territorio. Asimismo, los propios turistas forman parte activa del ecosistema, al participar en la co-creación de la experiencia turística y en la generación de valor del destino.



Elementos estratégicos y de impulso

Son aquellos elementos transversales que garantizan el impulso, desarrollo, fortalecimiento y competitividad del ecosistema turístico en su conjunto. Sin estos elementos el modelo turístico no podría contemplar una estrategia de desarrollo:

- **Gobernanza:** sistemas, herramientas y mecanismos de gobernanza turística provinciales que permiten una mayor participación y coordinación entre actores públicos y privados en la gestión, planificación, coordinación, despliegue y continuidad de iniciativas y estrategias turísticas.
- **Innovación y talento:** factores clave para reforzar la competitividad del sector. Esto se traduce en el impulso de la transformación digital, la mejora de la gestión turística y la adopción de nuevas tecnologías por parte de empresas y administraciones, así como en la capacitación de los profesionales del sector (universidades, centros de investigación).
- **Sostenibilidad:** factores que permiten el desarrollo de un modelo turístico sostenible y regenerativo que contribuya al equilibrio entre la actividad turística y la preservación del entorno natural, cultural y social a través de prácticas sostenibles, responsables y alineadas con los valores locales.
- **Promoción:** engloba al conjunto de actores, herramientas y canales que permiten proyectar la propuesta de valor turística de la provincia, tanto a nivel interno como externo. Esto incluye la labor de las instituciones en la construcción de una imagen de destino coherente con el objetivo de atraer perfiles de visitante alineados con un modelo de turismo sostenible y de calidad.

En definitiva, este mapa de valor no solo garantiza un análisis de la situación actual del turismo en la Provincia de Ávila de forma **más ordenada, estructurada y eficaz** en el que todos los **elementos y factores competitivos del sector son debidamente considerados**, también permite construir una futura estrategia sólida y alineada a todo el sector involucrado desde una perspectiva multidimensional.

2. Diagnóstico de situación

2.2. Marco estratégico de referencia

El marco estratégico de referencia recoge las **principales estrategias impulsadas a nivel global, nacional, autonómico y provincial**, que sientan las bases del desarrollo de un modelo de turismo resiliente, competitivo, innovador y sostenible y que a su vez orientará y guiará toda la política turística de los próximos años en la provincia de Ávila.

A continuación, en la siguiente tabla se recoge de forma global, aquellos planes, estrategias y programas de interés que se han analizado para su alineamiento y consideración en el marco de actuación del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila (2026-2031):

Marco estratégico del turismo en la provincia de Ávila

Ámbitos	Estrategia, plan, programa
Marco global	Estrategia de ONU Turismo
	Estrategia de Turismo Sostenible One Planet
	Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible
	Código Ético Mundial para el Turismo: por un turismo responsable
Marco europeo	Estrategia de la Unión Europea para el Turismo Sostenible
	Pacto Verde Europeo
Marco nacional	Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PNRTR)
	Estrategia España Turismo 2030
Marco autonómico	Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023
Marco provincial	Plan de Sostenibilidad Turística en Destino "Stellarium Ávila 5.0"
	Plan Estratégico de Turismo de Estrellas
	Ávila 2020 Estrategia para la Industria y el Empleo
Marco municipal-local	Planes de Sostenibilidad Turística en Destino municipales
	Red de Destinos Turísticos Integilentes (DTI)
	Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Ávila 2025-2029

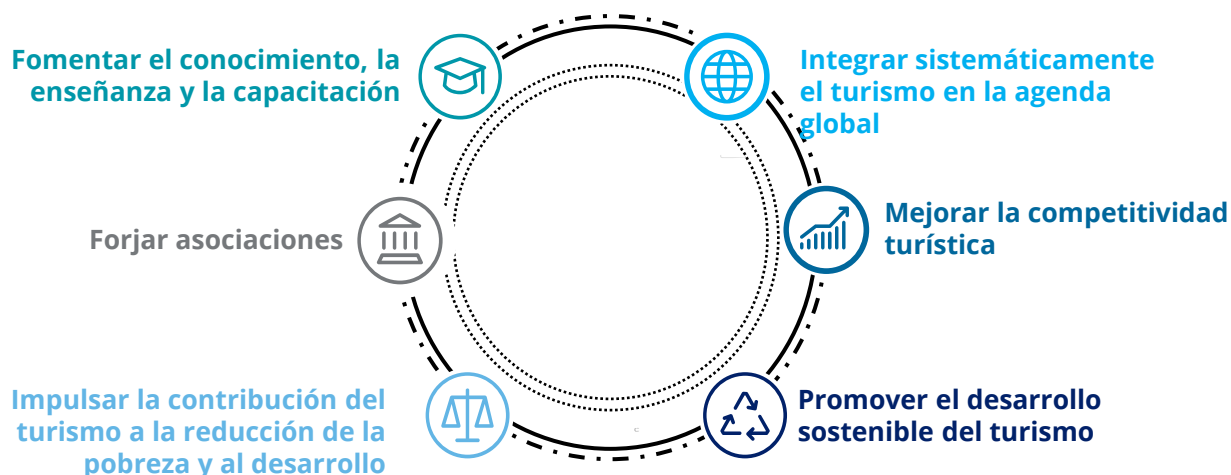
2. Diagnóstico de situación

En el **ámbito internacional**, diversas estrategias marcan las líneas de acción del turismo global, poniendo foco en reforzar el compromiso con la sostenibilidad, estableciendo directrices clave como la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**. Estas herramientas orientan las políticas turísticas hacia la generación de un impacto positivo en las comunidades locales y en el medio ambiente, promoviendo un modelo de turismo más responsable y equilibrado.

ONU Turismo

En los últimos años ONU Turismo, persigue poner en el centro de la agenda política al sector turístico, liderar la creación del conocimiento sobre el sector y promover nuevas alianzas, todo ello orientado a la contribución del turismo al **crecimiento económico**, al **desarrollo inclusivo** y a la **sostenibilidad ambiental**.

Para ello, ONU Turismo estableció una serie de **prioridades** a las que el Plan Estratégico Turístico de la provincia de Ávila 2026-2031 se ha alineado en su desarrollo y pretende dar respuesta:



De la misma forma, para la elaboración del el Plan Estratégico Turístico de la provincia de Ávila 2026-2031 se ha tenido en cuenta la **Estrategia de Turismo Sostenible One Planet impulsada por ONU Turismo también**, cuyo objetivo es posicionar al turismo como un motor clave para el desarrollo sostenible. Esta estrategia promueve la implementación de políticas y prácticas de gobernanza sostenible, fomenta patrones de consumo y producción responsables y establece mecanismos efectivos de monitorización orientados a reducir la pobreza y favorecer el desarrollo global.

El **marco estratégico global, por tanto, se centra en reforzar el compromiso del sector turístico con la sostenibilidad**, estableciendo directrices clave como la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Estas herramientas orientan las políticas turísticas hacia la **generación de un impacto positivo en las comunidades locales y en el medio ambiente**, promoviendo un **modelo de turismo más responsable y equilibrado**.

2. Diagnóstico de situación

Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

Asimismo, la **Agenda 2030 de la ONU** establece en 2015 **los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** como marco de referencia imprescindible sobre el que alinear los esfuerzos turísticos mediante la conformación de estrategias y políticas sostenibles.

El turismo es un sector dinamizador de los destinos, aporta crecimiento y oportunidades, pero también genera impactos en el entorno sobre los que se desarrolla. Por esta razón, resulta clave que el modelo turístico actual contribuya a esta Agenda global con actuaciones encaminadas, por ejemplo, a incrementar el consumo de productos locales y la promoción de un estilo de vida saludable a través de la dieta mediterránea, lo que contribuye de forma directa a los ODS 2, 3 y 12 o generar un menor impacto posible en el medio natural (ODS 6, 7, 9, 11, y 13).

Además, considerando este marco de referencia, el plan puede fomentar iniciativas de desarrollo económico inclusivas y sostenidas (ODS 8 y 5) y la generación de alianzas, sinergias y la cooperación entre los agentes del ecosistema turístico de la provincia de Ávila.

Principales ODS a los que contribuye el Turismo



Código Ético Mundial para el Turismo

En plan estratégico también se ha fundamentado en los principios del **Código Ético Mundial para el Turismo**, garantizando su aplicación para avanzar hacia un modelo de turismo que sea sostenible, inclusivo, igualitario y respetuoso con las comunidades y el entorno. De forma específica, este código se compone de **10 artículos básicos**:



1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
3. El turismo, factor de desarrollo sostenible.
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
5. El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
7. Derecho al turismo.
8. Libertad de desplazamiento turístico.
9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
10. Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

2. Diagnóstico de situación

A nivel europeo, la Unión Europea ha definido un marco estratégico orientado a impulsar un modelo turístico sostenible, competitivo y resiliente, capaz de afrontar los desafíos ambientales, sociales y económicos del contexto internacional actual. Este enfoque integra políticas, programas e instrumentos financieros como los que se señalan a continuación que promueven la transición ecológica y digital del sector, el fortalecimiento de la gobernanza y la cohesión territorial:

Estrategia de la Unión en materia de turismo sostenible y Pacto Verde Europeo

La Estrategia de la Unión Europea de turismo sostenible y de forma complementaria con el **Pacto Verde Europeo**, publicado en 2019, establece un paquete de medidas para alcanzar el compromiso de la UE de convertirse en el primer continente climáticamente neutro para 2050. Este pacto tiene como objetivo transformar la sociedad europea hacia una economía más **moderna, competitiva y equitativa**, mediante un enfoque integral que abarca varios sectores clave para la sostenibilidad. Los 8 elementos fundamentales para alcanzar la neutralidad climática sobre los que se desarrollan las acciones son:

	Neutralidad climática para 2050		Movilidad sostenible e inteligente
	Suministro de energía limpia, asequible y segura		"De la granja a la mesa" con alimentos sanos de circuitos cortos
	Una industria sostenible y circular		Preservación y restablecimiento de los ecosistemas y la biodiversidad
	Eficiencia en el uso energético y de los recursos en la construcción y renovación de edificios		La eliminación total de sustancias tóxicas

A nivel nacional se ha identificado diversa documentación sobre la que se apoya la elaboración de este Plan Estratégico para la provincia de Ávila:

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PNRTR)

El **PNRTR** es un documento estratégico desarrollado por el Gobierno de España como parte de la recepción de los **Fondos Europeos Next Generation EU**. Este plan económico tiene como objetivo **modernizar y transformar la economía española**, incidiendo especialmente en el sector turístico, pero abarcando otros ámbitos clave para el desarrollo económico del país. Dentro de este, Componente 14: "Plan de modernización y competitividad del sector turístico" se consolida como un elemento central para el desarrollo de acciones concretas para este plan.

Inversiones del Componente 14



Transformación del modelo turístico
(1.923M€)



Digitalización e inteligencia
(337M€)



Resiliencia turística extra peninsular
(220M€)



Actuaciones especiales para la competitividad
(920M€)

2. Diagnóstico de situación

Estrategia España Turismo 2030

La **Estrategia España Turismo 2030**, impulsada por el Ministerio de Turismo Español a través de la Secretaría de Estado de Turismo y que, poniendo foco en las personas que lo hacen posible (destinos, empresas, personas trabajadoras, visitantes y residentes), sienta las bases estratégicas de la transformación del modelo turístico español hacia un crecimiento y desarrollo más **sostenible, inclusivo y competitivo**, posicionando a España como referente mundial en el sector. En este sentido, el presente plan ha considerado las orientaciones contempladas en esta estrategia nacional garantizando la coherencia con los principios de sostenibilidad, transformación digital cohesión territorial y resiliencia que inspiran la política turística nacional.



Fuente: España Turismo 2030.

A nivel autonómico el desarrollo del Plan Estratégico para la provincia de Ávila pretende alinearse a la siguiente estrategia turística autonómica:

Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023 "Avanzando hacia la sostenibilidad y la excelencia turística"

Este plan de carácter autonómico responde al compromiso por desarrollar un **modelo de gestión turística sostenible y competitivo**, buscando convertir a Castilla y León en un destino pionero a nivel estatal, capaz de evolucionar junto al sector hacia la puesta en valor del capital humano, el bienestar social y un perfil de visitante que genere un mayor impacto económico en el territorio. De esta forma, el Plan Estratégico de Turismo de la provincia de Ávila está alineado a los siguientes **objetivos estratégicos** definidos a nivel autonómico:

- 1 Desarrollar un **modelo de gestión turística sostenible propio**, que tome como referencia criterios de la Organización Mundial del Turismo y avanzar hacia un modelo innovador, sostenible y competitivo
- 2 **Fortalecer y hacer competitivo al sector empresarial turístico** en términos de **innovación y excelencia turística**, desde la gobernanza e inclusión de todos los grupos de interés implicados (residentes, sector público y privado y viajeros).
- 3 **Ordenar la actividad turística** tomando como referencia la **seguridad y calidad** de los servicios y de la oferta de Castilla y León.
- 4 Contribuir al **posicionamiento del destino** Castilla y León tanto a nivel **nacional** como **internacional** mediante elementos de motivación turística, a través del **impulso de la promoción** y del **apoyo a la comercialización** del producto existente y del producto singular que se considere potenciar.
- 5 Favorecer la **internacionalización turística del destino** y de sus empresas, mediante una gestión turística que permita **desestacionalizar** y repartir la economía generada por el turismo.
- 6 **Favorecer la empleabilidad de calidad en el sector turístico** de Castilla y León desde la **formación y profesionalización** de sus recursos humanos.

2. Diagnóstico de situación

A **nivel provincial**, Ávila también ha establecido bases estratégicas para el impulso de un modelo turístico provincial innovador a través de planes como:

Plan de Sostenibilidad Turística en Destino “Stellarium Ávila 5.0”

Esta iniciativa integra la **reducción de la contaminación lumínica y la promoción del astroturismo** como ejes de desarrollo, con el objetivo de posicionar la provincia como **referente nacional en turismo de estrellas y turismo sostenible**, apoyándose en sus recursos naturales. Además, el plan, con horizonte 2022-2025, se orientaba a la consecución de los siguientes objetivos:



Promover la cohesión económica, social y territorial



Fortalecer la resiliencia y la capacidad de ajuste



Mitigar las repercusiones de la COVID-19



Apoyar las transiciones ecológica y digital

Plan Estratégico de Turismo de Estrellas

En línea con el Plan anteriormente mencionado, esta iniciativa busca **desarrollar una planificación estratégica del destino abulense en materia de astroturismo**, estableciendo las siguientes líneas de actuación para alcanzar los objetivos definidos en esta materia, gestionar los recursos existentes y potenciar el desarrollo y la sostenibilidad en la provincia:



Ávila 2020 Estrategia para la Industria y el Empleo

De forma complementaria, a través del programa Ávila 2020 Estrategia para la Industria y el Empleo, la Diputación avanzó en **la detección de las necesidades del territorio y en la definición de una agenda de actuaciones para el desarrollo sostenible**. Entre sus líneas de acción destacan los planes de dinamización turística, orientados a fortalecer la oferta cultural, deportiva y patrimonial de la provincia mediante actuaciones como la apertura integral de la muralla, la rehabilitación del entorno del río Adaja, la creación de nuevos espacios turísticos y la promoción de modalidades emergentes como el turismo idiomático, gastronómico y de bienestar.

2. | Diagnóstico de situación

A nivel local y municipal, diversos municipios de la provincia de Ávila ya se encuentran trabajando en estrategias de desarrollo turístico local las cuales han sido consideradas para el desarrollo del plan y garantizar su alineamiento también a nivel local, a continuación, se destacan las principales y de mayor interés para la provincia:

Planes de Sostenibilidad Turística en Destino municipales

Municipios como La Adrada, Cebreros o Ávila han desarrollado planes de sostenibilidad turística en destino como: **La Adrada, “Ecomovilidad para un turismo sostenible 360-365 en el Valle Alto del Tiétar”**, orientado a la movilidad sostenible y la desestacionalización de la demanda, **Cebreros, “Destino de enoturismo en el Camino de las Estrellas”**, que apuesta por la valorización del enoturismo y la diversificación de productos turísticos ligados a la identidad local, y **“Ávila Muralla Verde”**, que impulsa un modelo de turismo sostenible e inclusivo en toda la ciudad, reforzando su posicionamiento como destino de interior.

Adhesión a la Red DTI

Ávila y La Adrada forman parte de la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI)**, una iniciativa que refuerza su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la gestión inteligente del turismo, avanzando hacia modelos más competitivos y de mayor calidad. La adhesión de Ávila y La Adrada al proyecto DTI demuestra un compromiso con la gobernanza y la digitalización, adaptando el concepto de smart city a los destinos turísticos de la provincia.



Red DTI
Destinos turísticos inteligentes

Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Ávila 2025-2029

Por último, esta hoja de ruta del sector turístico de la ciudad de Ávila plantea retos como la **diversificación** y **desestacionalización** de la oferta turística y la **modernización y profesionalización** del sector en la capital abulense. De esta forma, se establecen **cuatro ejes de trabajo** en los que se pretende avanzar en los próximos años:

-  Diversificación de la oferta para reducir la estacionalidad
-  Gestionar el destino de forma sostenible
-  Impulsar la innovación y digitalización del sector
-  Incrementar el valor económico y social del turismo

En su conjunto, las **estrategias, planes y programas analizados**, orientan, guían y sientan las bases del futuro turístico a nivel global y nacional y, por tanto, del futuro modelo turístico de la Provincia de Ávila definido a través del presente plan. Todas ellas, muestran un claro **compromiso del sector en sus distintos niveles hacia un turismo más sostenible, competitivo, inclusivo e innovador con foco en el cuidado del entorno y las personas.**

2. Diagnóstico de situación

2.3. Principales magnitudes turísticas

Este apartado da respuesta al análisis de las principales magnitudes que afectan al sector turístico de la provincia de Ávila ofreciendo una **visión global de indicadores clave de la oferta y demanda turística que caracterizan el sector** y permiten identificar sus principales retos y oportunidades:

2.3.1. Oferta turística

a. Capacidad alojativa en establecimientos turísticos

En cuanto a la evolución de la capacidad alojativa en la provincia de Ávila, podemos apreciar un **crecimiento prolongado desde 2018, a excepción de 2022, cuando la capacidad en los alojamientos turísticos decreció un 1,5%** respecto al año anterior, probablemente como consecuencia de la pandemia. Sin embargo, analizando la **evolución desde 2018 hasta septiembre de 2025**, podemos apreciar un **crecimiento en la capacidad alojativa del 59%** con **29.419 plazas**.



29.419 plazas en 2025

+59% respecto a 2018

Al analizar el aumento de la capacidad alojativa de forma segmentada, podemos observar como este se debe, principalmente, al **auge de la oferta de apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico**.

Evolución de las plazas en alojamientos turísticos por tipología en la provincia de Ávila (2018-2025)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	% 18-25
Albergues turísticos	791	777	827	803	705	705	785	984	24%
Alojamientos de turismo rural	6.130	6.234	6.238	7.492	7.710	7.794	7.761	7.691	25%
Alojamientos hoteleros	5.080	5.083	5.056	5.907	6.007	6.062	6.022	6.062	19%
Apartamentos turísticos	528	500	619	951	1.044	1.159	1.387	1.596	202%
Campings	5.945	6.040	5.966	7.226	5.593	5.593	5.601	5.601	-6%
Viviendas uso turístico	11	558	1.086	3.713	4.622	5.682	6.800	7.485	67.945%

Fuente: Sistema de Información Estadística de la Junta de Castilla y León.

Los últimos datos de 2025 han sido recogidos en septiembre.

El **aumento de la capacidad alojativa de alojamientos turísticos y viviendas de uso turístico** evidencia la tendencia que experimentan gran parte de los destinos en los últimos años, resultando en una mayor diversificación y expansión de la oferta turística, adaptándose a la demanda de los diferentes perfiles que llegan a la provincia. Por otro lado, la disminución de la capacidad alojativa en campings puede ser un indicador de un cambio de tendencia en la demanda de alojamientos.

2. | Diagnóstico de situación

b. Conectividad

La conectividad de la provincia de Ávila es un factor clave para su competitividad turística, al condicionar directamente la accesibilidad y la capacidad de atracción del destino. El análisis de las **infraestructuras de conectividad aérea, por carretera y ferroviaria**, permite identificar las principales vías de acceso utilizadas por los turistas. En este contexto, la evolución de los medios de transporte del turismo nacional ofrece una visión clara sobre el grado de adecuación de la oferta de movilidad a las necesidades de la demanda.

Top 5 medios de transporte más utilizados por los turistas nacionales en 2025 para llegar a Ávila



Fuente: Dataestur.

El **vehículo propio** es el modo de acceso claramente predominante entre los turistas nacionales (**96,05%**), evidenciando la fuerte dependencia de la **movilidad individual** en el destino. Esta situación se explica, en parte, por la limitada conectividad interna, especialmente entre comarcas, lo que reduce la competitividad de las alternativas colectivas.

En conjunto, esta dependencia evidencia una oportunidad de mejora en la **conectividad y movilidad sostenible**, clave para aumentar la competitividad del destino, diversificar la demanda y favorecer una **distribución más equilibrada de los beneficios turísticos en el territorio**.

c. Actividades turísticas

La provincia de Ávila cuenta con una **oferta turística diversificada**, estructurada en torno a los productos vinculados especialmente a la **cultura, naturaleza y gastronomía**, con presencia en todo el conjunto del territorio. En los últimos años se ha ido consolidando y generando una amplia gama de actividades que ofrecen al visitante una **gran diversidad e impulsan el destino provincial de Ávila como un territorio disfrutable en cualquier época del año**.



+ 50
actividades culturales



+30
actividades vinculadas
a la naturaleza



+32
actividades
gastronómicas

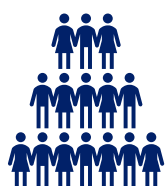
Fuente: Página Oficial de Turismo de la Diputación de Ávila, Inventario de Recursos Turísticos de 2023 de la Diputación de Ávila, Portal de Turismo de la Junta de Castilla y León, Ávila Auténtica, D.O.P Cebreros, D.O. Rueda, IGP Carne de Ávila.

2. Diagnóstico de situación

2.3.2. Demanda turística

a. Entradas y origen de viajeros

En 2025, la provincia de Ávila registró **886.243 viajeros**, un **10,5% menos que en 2019**, lo que refleja una recuperación aún limitada de la demanda prepandemia. Del total, cerca del **90%** corresponde a **turismo nacional**, lo que confirma el predominio del mercado interno como principal fuente de demanda del destino. No obstante, el **turismo internacional** alcanzó cifras récord, con **106.304** llegadas en **2024**, lo que muestra un creciente interés por parte de los viajeros internacionales.



886.243 viajeros en 2025

-10,5% respecto a 2019



89,16% de los turistas era de origen nacional en 2025



Récord de **106.304** turistas internacionales en 2024

Fuente: Boletín de coyuntura turística, Demanda. Sistema de Información Estadística de la Junta de Castilla y León.

b. Pernoctaciones

El descenso de las pernoctaciones en 2025, junto con el hecho de que no se hayan recuperado los niveles de 2019 en el mercado total y nacional, implica que el destino aún no ha consolidado plenamente la recuperación de la demanda turística tras la pandemia. Esta situación sugiere una **debilidad en la captación o fidelización del turista nacional**, tradicionalmente mayoritario, así como una menor capacidad para prolongar la estancia media y mayor impacto económico.

	Pernoctaciones totales	Pernoctaciones nacionales	Pernoctaciones internacionales
2025	1.466.542	1.314.223	152.319
2024	1.502.524	1.333.778	168.746
2023	1.485.841	1.335.393	150.448
2022	1.331.657	1.220.880	110.777
2021	892.320	839.135	53.185
2020	633.135	594.149	38.986
2019	1.675.864	1.523.324	152.540

Fuente: Boletín de coyuntura turística, Demanda. Sistema de Información Estadística de la Junta de Castilla y León.

2. Diagnóstico de situación

c. Estancia media

Al analizar la estancia media, se observa tanto en el caso del turista **nacional (1,66 días) como internacional (1,58 días)** una reducida duración que no alcanza los dos días. Esta situación, limita el impacto económico del turismo en el territorio, al concentrarse el gasto en periodos muy breves y con menor capacidad de distribución entre distintos servicios lo cual reduce el impacto económico del turismo y muestra la necesidad de incrementar esta estancia de los turistas.

Estancia media según mercado de la provincia de Ávila (2018-2025)

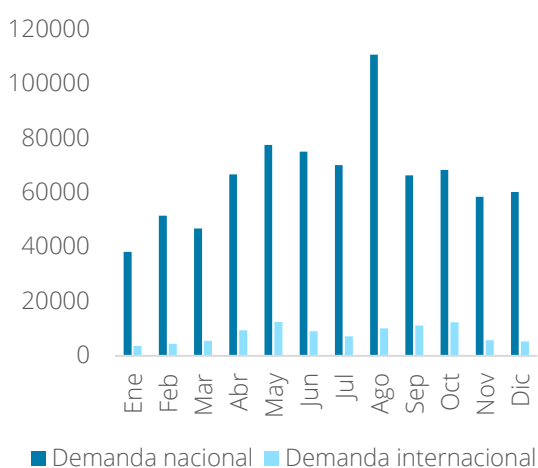
	Estancia media	Estancia media nacional	Estancia media internacional
2025	1.65	1.66	1.58
2024	1.66	1.67	1.59
2023	1.72	1.74	1.61
2022	1.77	1.76	1.78
2021	1.76	1.74	2.09
2020	1.86	1.84	2.14
2019	1.69	1.70	1.61
2018	1.69	1.77	1.44

d. Estacionalidad de la demanda y grado de ocupación

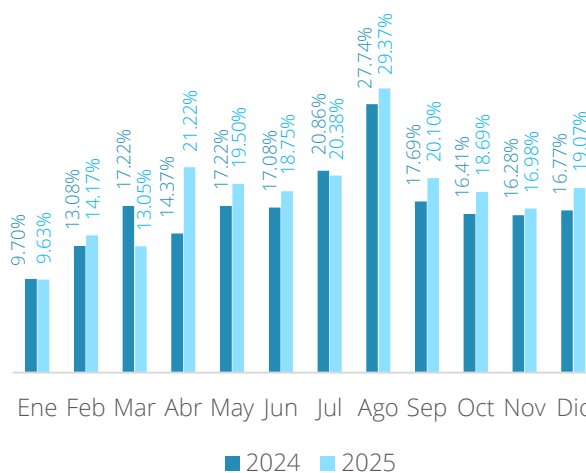
La provincia de Ávila se posiciona como un destino donde la estacionalidad es moderada, existiendo ciertas épocas del año donde la demanda se incrementa, especialmente en **mayo, junio y agosto** cuando la **climatología es más favorable**, para disfrutar del entorno rural y turismo de naturaleza. Se debe, por tanto, **fortalecer la ocupación en meses con menor demanda**, como enero y febrero. Este comportamiento está muy ligado al predominio del turismo nacional y de proximidad, que tiende a realizar escapadas cortas. Como consecuencia, se generan picos de demanda en momentos concretos, mientras que entre semana y en temporada baja la actividad turística desciende de forma notable.

Esta **estacionalidad** también se refleja en el **grado de ocupación** en establecimientos turísticos, que alcanza sus valores más elevados en los meses de **verano, especialmente en agosto**, y presenta niveles más reducidos en **temporada baja**, como enero y febrero.

Estacionalidad de la demanda nacional vs internacional según n.º de viajeros (2025)



Grado de ocupación en establecimientos turísticos (2024 vs 2025)



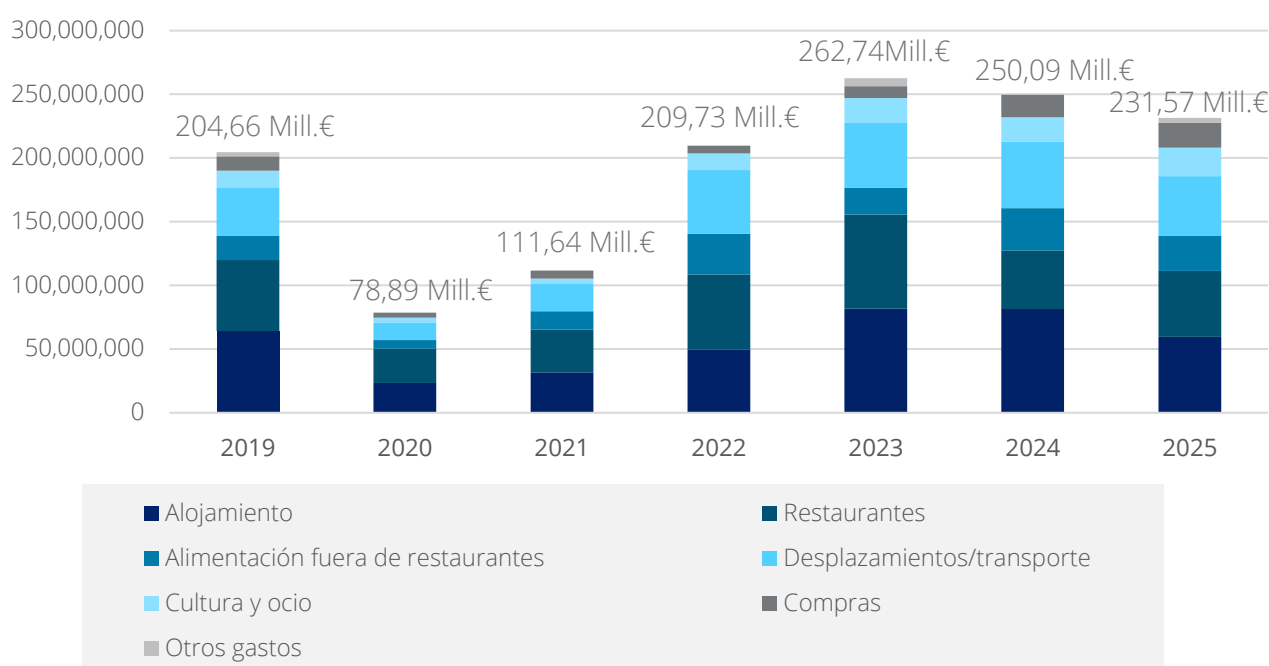
Fuente: Boletín de coyuntura turística, Demanda. Sistema de Información Estadística de la Junta de Castilla y León.

2. Diagnóstico de situación

e. Evolución de gasto turístico

El **gasto turístico en la provincia de Ávila**, tras el gran descenso producido por la pandemia de la Covid-19, **experimentó una recuperación acelerada hasta alcanzar su máximo en 2023 con 262,74 Mill.€,** un 28,4% más respecto al 2019, principalmente por el turismo de proximidad y la creciente demanda de destinos de naturaleza y no masificados. Sin embargo, esta evolución se revierte ligeramente en 2024 y 2025, con descensos hasta los 250,09 Mill.€ y 231,57 Mill.€ respectivamente. Estos últimos datos **reflejan una fase de ajuste y normalización** del mercado evidenciando la necesidad de **avanzar hacia un modelo turístico orientado a incrementar el gasto medio del visitante** a través de estancias más largas, diversificación de la demanda y desarrollo de experiencias que vinculen más de un producto y destino (mayor valor añadido).

Evolución del gasto total turístico por tipología de gasto en la provincia de Ávila (2019-2025)



Fuente: Boletín de coyuntura turística, Demanda. Sistema de Información Estadística de la Junta de Castilla y León.

Al analizar la evolución del **gasto turístico total según su tipología (2019-2022)**, en términos generales, **el gasto se concentra de forma constante en las partidas básicas del (alojamiento, restauración y transporte)**, que actúan como pilares del modelo turístico provincial. No obstante, en los últimos años se aprecia un crecimiento relevante en partidas como **cultura y ocio y compras**, lo que indica una progresiva diversificación del gasto hacia componentes más experienciales. Por otro lado, la evolución reciente (2024-2025) muestra una cierta moderación en algunas categorías principales, especialmente en alojamiento y transporte, mientras que otras como compras y cultura y ocio mantienen una tendencia más estable o incluso creciente. Este comportamiento **sugiere una transición hacia un modelo en el que, si bien el gasto esencial sigue siendo predominante, comienzan a ganar peso los consumos complementarios**, abriendo oportunidades para reforzar productos turísticos de mayor valor añadido vinculados a la naturaleza, cultura y gastronomía y mejorar el impacto económico del visitante en el destino a través del gasto turístico.

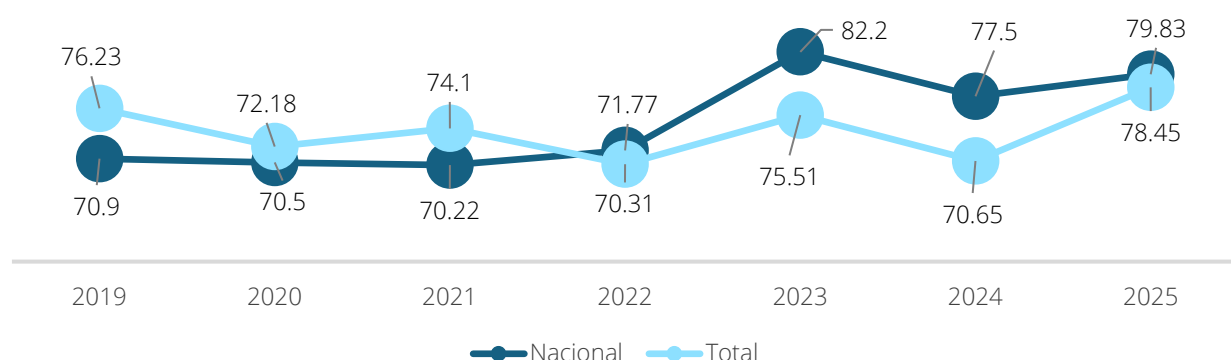
2. Diagnóstico de situación

f. Grado de satisfacción

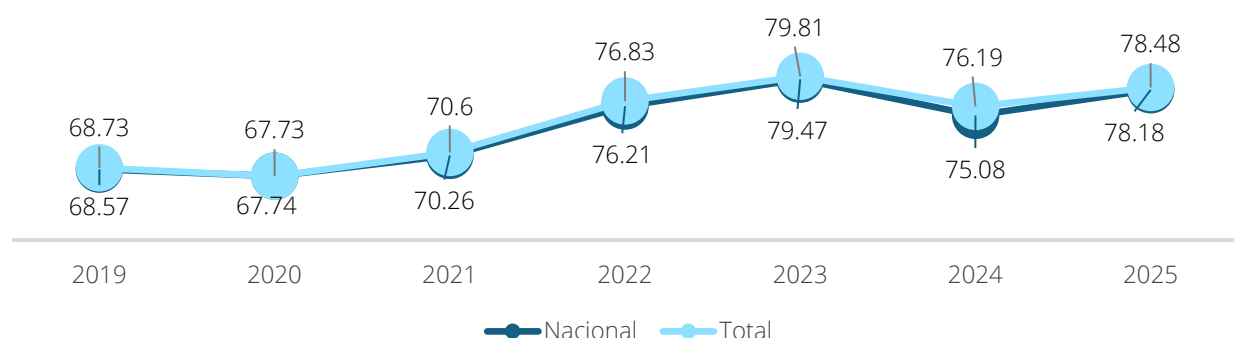
El análisis de la **evolución del grado de satisfacción en la provincia de Ávila permite conocer la percepción de los visitantes en el destino**, a nivel productos y servicios turísticos desde 2019, siendo el primer año del que se tiene registro, hasta septiembre de 2025.

En definitiva, la satisfacción tanto por turistas nacionales como por el total de visitantes (conjunto de turistas nacionales e internacionales) **se mantiene elevada sin bajar de un 70 de puntuación**. Además, analizando el grado de satisfacción de turistas nacionales, podemos identificar que se han superado los datos prepandemia, alcanzando su máximo en 2023, donde se registró un total de 82,2 puntos de satisfacción nacional.

Evolución del índice de satisfacción de productos turísticos en la provincia de Ávila de turistas nacionales y totales (nacionales e internacionales) (2019-2025)



Evolución del índice de satisfacción hotelera en la provincia de Ávila de turistas nacionales y totales (nacionales e internacionales) (2019-2025)



Fuente: Dataestur.

Las cifras del índice de satisfacción respecto a los productos turísticos y servicios hoteleros se **han mantenido elevadas durante los últimos años y muestran un crecimiento continuo** lo cual puede ser un indicador claro de la mejora continua de la oferta turística de la provincia de Ávila.

2. Diagnóstico de situación

g. Perfil sociodemográfico de la demanda turística en Castilla y León

Este apartado analiza las características principales del perfil sociodemográfico de los visitantes de Castilla y León, dado que en la actualidad no existen datos objetivos y específicos de comportamiento del visitante de la provincia de Ávila de forma concreta.

No obstante, sí que se ha obtenido cierta información en las **entrevistas realizadas con agentes clave del sector turístico de la provincia de Ávila en la cual se identifica un perfil de demanda principalmente nacional**, con poder adquisitivo medio, que viaja en pareja o familia, siendo el segmento de edad mayoritario comprendido entre los **30 y 65 años** y cuyas principales actividades se vinculan al turismo de naturaleza, cultura y gastronomía, lo cual se alinea significativamente a los datos regionales.

Atendiendo a la **información recogida a nivel regional, en Castilla y León**, destaca un visitante que reúne las principales características sociodemográficas:



35.40% de los visitantes tiene más de 55 años

53.7% tiene estudios universitarios



5,8% de los turistas tiene un nivel de ingresos de
+54.000€/año



Visitar **monumentos, ciudades** y disfrutar de la
cultura y gastronomía son las principales actividades
realizadas por los turistas

Fuente: Boletín de coyuntura turística, Demanda. Sistema de Información Estadística de la Junta de Castilla y León (2025).

En definitiva, el visitante que acude a la región destaca por ser un perfil adulto, con poder adquisitivo medio-alto y alto interés en la cultura y gastronomía de Castilla y León. Además de estos datos, resulta clave indicar que suelen viajar en pareja (más del 40%) o con familiares y/o amigos (38.6%) lo cual se traduce en perfiles con mayor gasto y estancia media.

Con respecto a la fidelización del turista, el 71% repite su visita y este alto porcentaje puede deberse a que los visitantes **valoran muy positivamente del destino aspectos como la atención y amabilidad de la gente, el estado de conservación de los monumentos, así como la seguridad ciudadana y cuidado del entorno.**

El predominio de viajes en pareja y en grupo, junto con un alto índice de repetición y una **valoración muy positiva del destino (amabilidad, seguridad y conservación)**, genera un escenario muy favorable para el desarrollo turístico de la provincia de Ávila y abre importantes oportunidades estratégicas para el fortalecimiento del sector.

2. | Diagnóstico de situación

2.4. Mapa de retos y oportunidades del sector turístico de la provincia de Ávila

Con base en el estado de situación actual del sector turístico de la provincia de Ávila indicado en puntos previos, **en el horizonte 2026-2031 se deberá dar respuesta a los diferentes retos y oportunidades identificados y estructurados en 6 principales ámbitos:**



Gobernanza y participación

- 1 Impulsar un **modelo de gobernanza turístico con enfoque colaborativo y participativo** que integre a la administración, empresas turísticas, población y entidades del tercer sector para la coordinación de la gestión del destino con las estrategias regionales y nacionales y garantizar la implantación y continuidad de las actuaciones definidas para el fortalecimiento y competitividad del sector.
- 2 Reforzar la **coordinación territorial entre la Diputación y todas las comarcas históricas, así como los municipios que las integran** para establecer una planificación turística equilibrada y alineada a los retos comunes en el territorio.
- 3 Desarrollar sistemas que permitan la **adaptación de la planificación turística** para garantizar una **gestión flexible** ante cambios normativos, disrupciones en el mercado y nuevas tendencias del sector turístico.
- 4 Implementar **mecanismos de toma de decisiones basadas en la gestión inteligente de datos turísticos** para mejorar la planificación y gestión del turismo, así como favorecer la toma de decisiones fundamentada y objetiva.
- 5 Establecer un **sistema de seguimiento y evaluación** de los planes, proyectos y políticas turísticas de la región e impulsados por la Diputación para evaluar los resultados en cuestiones como la sostenibilidad, la digitalización y el empleo turístico.
- 6 Activar un **ente gestor de turismo** como órgano consultivo y mecanismo provincial de gobernanza turística que integre a los principales agentes públicos y privados del sector en la provincia para una gestión integral, transparente y participativa del destino.

2. Diagnóstico de situación



Sostenibilidad y regeneración del territorio

- 1 Impulsar, **más allá de un turismo sostenible, un turismo regenerativo** (medioambiental, económica y sociocultural) en la gestión turística, que ponga especial foco en las personas, respetando la calidad de vida de los residentes y promoviendo la preservación natural y cultural del destino.
- 2 Crecer en **segmentos más sostenibles** para atraer a un perfil turístico con una mayor capacidad regenerativa en destino, con mayor estancia y gasto en la provincia, generando un impacto positivo y contribuyendo al desarrollo integral del territorio.
- 3 Promover la **calidad del destino y la industria turística** mediante la implantación de sistemas de gestión reconocidos y el cumplimiento de estándares de sostenibilidad y calidad nacionales, internacionales y/o regionales.
- 4 Impulsar una **mayor duración de la estancia turística** mediante la promoción y puesta en valor de productos y servicios que no limiten su oferta a los fines de semana o en temporada alta para fomentar la actividad turística durante todo el año.
- 5 Fomentar y **garantizar la accesibilidad física y digital de los destinos rurales** de la provincia, mejorando la señalización, el transporte, la movilidad, el acceso a los municipios y la cobertura red móvil y de internet.
- 6 Desarrollar, mejorar y/o dinamizar la **infraestructura turística de apoyo al medio rural**, como centros de visitantes, reactivación de las aulas de naturaleza y arqueología, puntos de interpretación y oficinas turísticas para mejorar la experiencia del visitante y alargar su estancia.

2. | Diagnóstico de situación



Talento, innovación y transformación digital

- 1 Favorecer el desarrollo de un **ecosistema de emprendimiento turístico** que vincule a empresas locales y talento local con innovación y nuevas oportunidades de empleo especialmente en entornos rurales y vinculados al turismo.
- 2 **Alinear la formación turística con las necesidades actuales y futuras** del sector la provincia de Ávila y los nuevos perfiles que exige el turismo de interior y naturaleza para consolidarse como un destino referente y hacer frente a la falta de talento.
- 3 Implantar un **sistema de inteligencia turística de destino para monitorizar comportamientos del visitante**, evaluar los impactos del turismo y orientar la toma de decisiones estratégicas basadas en datos.
- 4 Avanzar en la digitalización los sistemas de **atención al turista**, incorporando herramientas avanzadas y canales de comunicación innovadores que mejoren la experiencia del visitante y optimicen la gestión municipal turística.
- 5 Profundizar en la **transformación digital de productos turísticos clave (naturaleza, cultura y gastronomía)**, como el senderismo, rutas culturales-religiosas o rutas enogastronómicas mediante desarrollo de apps, *chatbots* y plataformas inteligentes.
- 6 Promover la **colaboración público-privada para el desarrollo de proyectos de innovación turística** que integren tecnología, naturaleza y cultura, mediante alianzas entre administraciones, empresas tecnológicas, centros de investigación y sector turístico para impulsar soluciones innovadoras de destino.

2. | Diagnóstico de situación



Propuesta de valor, marca y promoción

- 1 Impulsar la diversificación de la oferta turística de la provincia mediante el **fortalecimiento de productos consolidados y desarrollo de oferta turística complementaria** (astroturismo, micoturismo, turismo ornitológico, entre otros), así como experiencias auténticas, innovadoras y de calidad que integren los recursos naturales, culturales y gastronómicos, y revaloricen el territorio más allá de los núcleos tradicionales.
- 2 **Revisar, modernizar y reforzar la imagen y marca turística de la provincia de Ávila** para reflejar una propuesta de valor clara, auténtica e innovadora, alineada con su identidad territorial, fomentando además la co-creación de contenidos con agentes turísticos locales como elemento diferencial del posicionamiento.
- 3 Diseñar y desarrollar **estrategias de promoción y marketing turístico segmentadas** y adaptadas a distintos públicos objetivo (jóvenes, familias, senior, naturaleza, gastronomía, nómadas digitales, etc.), reforzando la presencia digital del destino y potenciando alianzas con mercados emisores cercanos y estratégicos.
- 4 Potenciar **alianzas de promoción con mercados emisores cercanos**, como Madrid u otras regiones de Castilla y León y España, que vinculen a la provincia de Ávila con la región mediante la difusión de la oferta turística de la provincia de Ávila orientada a la gastronomía, la naturaleza, el bienestar y la cultura.
- 5 Elaborar una **estrategia de internacionalización de la marca y la oferta turística de la provincia de Ávila** mediante la identificación de mercados emisores prioritarios (Portugal, Francia, Reino Unido, Alemania, entre otros) y la adaptación de la estrategia de comunicación y promoción del producto turístico a estos mercados.
- 6 Desarrollar un **sistema de monitorización y evaluación del impacto de las acciones de marca y promoción** para adaptar la estrategia de comunicación en función de los resultados y tendencias globales.



03. La estrategia turística provincial 2026-2031

3.1. Marco de reflexión previo

3.2. Misión y visión

3.3. Objetivos estratégicos

3.4. Valores y principios de actuación

3.5. Ejes y líneas estratégicas

3. La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.1. Marco reflexión previo

La **estrategia del Plan Estratégico de Turismo de Ávila (2026-2031)** es el resultado del proceso de diagnóstico estructurado y altamente participativo. Se configura así, como una **hoja de ruta clara y alineada con las necesidades reales** del sector orientada fundamentalmente a la identificación de proyectos clave para el fortalecimiento y dinamización del sector y de forma concreta, pretende en el horizonte 2026-2031:



En definitiva, la estrategia guía y orienta el futuro del desarrollo de ese **modelo turístico al que aspira la provincia de Ávila** a través de los principales componentes que se desplegarán en los siguientes apartados de forma más detallada:



El éxito del **Plan estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila** reside en configurar, tras el diagnóstico realizado e identificación de retos y oportunidades, una estrategia clara y compartida por el sector involucrado que permita definir ámbitos de actuación y líneas de trabajo que garanticen su cumplimiento y, en definitiva, sea una realidad.

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

Antes de comenzar a **analizar los principales componentes de la estrategia turística** definidos, resulta importante mostrar aquellos **elementos** que, en base al diagnóstico, se han identificado como clave para la futura estrategia turística de la provincia de Ávila y a los que, por tanto, deben alinearse todos sus componentes:

Por un lado, se destaca que la estrategia persigue impulsar los siguientes **factores competitivos o atributos diferenciales de Ávila** que la caracterizan como un destino turístico auténtico, diverso y singular:



Climatología continental saludable

Clima continental con **inviernos soleados y veranos suaves** lo cual lo hacen un territorio perfecto para disfrutar de una gran diversidad de actividades al aire.



Tradición, cultura y riqueza histórica

Legado cultural e histórico profundo nutrido por grandes personajes históricos como base de una **experiencia auténtica** y **atractivo turístico**.



Oferta gastronómica auténtica y de calidad

Gastronomía ligada profundamente a **productos de la tierra y tradiciones rurales**, reconocidos por su alta calidad, la cual complementa la experiencia del visitante a través de la autenticidad.



Patrimonio histórico reconocido mundialmente

Rico **patrimonio histórico y cultural**, con monumentos y conjuntos históricos de gran valor a nivel nacional y mundial.



Singularidad del entorno natural y cielos

Paisajes únicos de montaña, llanuras, campos inmensos y **cielos despejados** de gran valor y magnífico estado de conservación.



Seguridad y confianza

Destino **seguro a nivel climático y seguridad ciudadana** lo que refuerza el atractivo y confianza de los visitantes y operadores del sector por la provincia de Ávila como destino con potencial.

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

Además, tal y como se mencionaba en el anterior punto, la identidad turística de la provincia de Ávila se construye sobre la integración de sus tres grandes productos: **naturaleza, cultura y gastronomía**, que, combinados, dan lugar a experiencias auténticas, innovadoras, sostenibles y de alto valor añadido. Esta convergencia permite estructurar una oferta diversa, experiencial y coherente con los rasgos identitarios del territorio.

Naturaleza

- **Turismo activo y de aventura**
- **Turismo rural**
- **Astroturismo**
- **Otras actividades vinculadas al aire libre y observación de fauna y flora**



Cultura

- **Patrimonio histórico material y monumentos**
- **Turismo literario, religioso y místico**
- **Fiestas, eventos culturales y patrimonio inmaterial**
- **Rutas culturales temáticas**



Gastronomía

- **Experiencias agroturísticas**
- **Experiencias de gastronomía de autor y cocina de alto nivel**
- **Tours gastronómicos y enoturísticos**
- **Visitas a bodegas, viñedos y otras industrias**
- **Visitas a mercados o eventos gastronómicos**



Tal y como se observa, **cada uno de los productos turísticos clave integra una diversidad de experiencias en las que Ávila, gracias a su singularidad y riqueza territorial, presenta un elevado potencial de desarrollo**. En este sentido, la futura estrategia turística contempla y prioriza estos productos en su marco de actuación. Este enfoque permitirá no solo alinear la planificación con los atributos diferenciales del destino, sino también focalizar los esfuerzos en aquellos productos donde Ávila presenta mayores ventajas competitivas y capacidad de posicionamiento.

3. La Estrategia turística provincial 2026-2031

La estrategia **también contempla dar respuesta a las necesidades y expectativas de ciertos colectivos** clave para el posicionamiento estratégico y competitivo de la provincia de Ávila diferenciados según variables sociodemográficas como su edad y la principal motivación de su viaje:

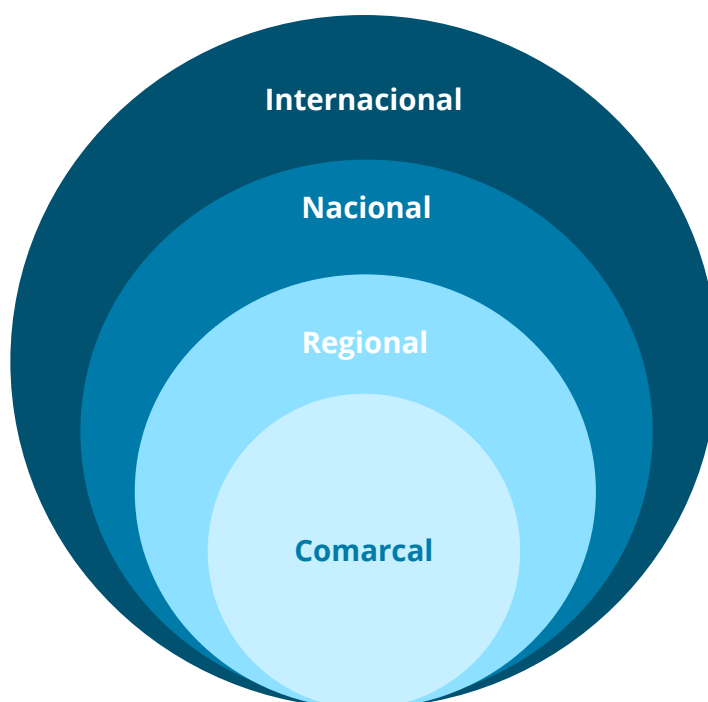
Edad (años)	Detalle
Niños (<12)	Colectivo que representa una oportunidad única para promover, desde edades tempranas la conexión emocional y educativa con la provincia de Ávila.
Jóvenes (12 a 29)	Colectivo con alta capacidad de adaptación, búsqueda de experiencias activas, sociales, auténticas y emocionales.
Adultos (30 a 64)	Segmento con mayor poder adquisitivo y fuerte motivación hacia las experiencias auténticas y singulares, la desconexión, el turismo activo, la gastronomía y la cultura local.
Seniors (>65)	Colectivo con mayor disponibilidad de tiempo y creciente interés en propuestas vinculadas a la tradición histórica de la provincia y búsqueda de experiencias auténticas.

Motivación	Detalle
Ocio	Turistas y residentes que visitan Ávila para disfrutar de su patrimonio histórico, gastronomía y oferta cultural a través de experiencias recreativas y divertidas.
Divulgativo	Turistas y residentes interesados en el aprendizaje y la ciencia que acuden atraídas por el astroturismo, la ornitología y la interpretación del medio natural/cultural, valorando actividades formativas, guiadas por expertos y con alto rigor divulgativo.
Deportivo	Turistas y residentes motivados por la práctica de actividades deportivas y al aire libre, valorando entornos naturales, infraestructuras seguras y propuestas que combinan ejercicio, salud y disfrute del entorno.
Descanso	Turistas y residentes que buscan tranquilidad, desconexión y bienestar, valorando entornos naturales, ritmos pausados y experiencias orientadas a la relajación y cuidado personal.

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

Por último, la estrategia **también contempla dar respuesta a ciertos colectivos desde el punto de vista geográfico** y las distintas realidades que representan teniendo en cuenta la singularidad territorial de la provincia de Ávila:

Colectivos clave según su alcance geográfico



A nivel comarcal, requieren de una estrategia específica por su doble rol como usuarios y prescriptores del territorio, demandando propuestas participativas y accesibles que fomenten la implicación y dinamización local.

Los residentes de otras provincias de Castilla y León que buscan escapadas auténticas y valoran aspectos diferenciales a los que se debe orientar una estrategia de incentivación de mayor estancia y diferenciación.

Los turistas nacionales que valoran la cercanía, diversidad y singularidad de Ávila frente a otros destinos y buscan paquetes completos, información estructurada a los que se les debe dirigir estrategias de fidelización.

Los turistas internacionales motivados por la singularidad de la provincia que requieren de una adaptación cultural y lingüística, facilitación logística y productos turísticos claramente estructurados que reduzcan barreras y maximicen su experiencia.

En definitiva, la estrategia, **partiendo de los atributos diferenciales del destino, así como de los productos y colectivos clave** para el futuro del turismo en Ávila, establece un marco de actuación con directrices claras que orientan la operativización del Plan. Estas directrices se concretan a través de los principales componentes estratégicos, que se desarrollarán de forma más detallada en los siguientes apartados.

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.2. Misión y visión

La misión y visión definen el propósito y la aspiración del Plan. Mientras la misión establece la razón de ser y el compromiso real del ecosistema turístico provincial, la visión proyecta el estado futuro que se desea alcanzar, marcando el posicionamiento al que se aspira dentro del horizonte temporal del plan y guiando las acciones necesarias para lograrlo.

Por un lado, la **misión** del **Plan Estratégico de Turismo de la provincia de Ávila** en el horizonte 2026-2031 consiste en:

Misión

Desarrollar un modelo turístico en la provincia de Ávila que potencie sus **recursos naturales, culturales y gastronómicos**, a través del impulso de la cooperación público-privada, la innovación y digitalización que genere **beneficios reales para el tejido social-empresarial local** en términos de **empleo, calidad de vida y sostenibilidad** y que atraiga **visitantes a lo largo de todo el año**, contribuyendo al **desarrollo equilibrado** y a la **conservación del territorio**.

En definitiva, el Plan estratégico persigue principalmente el desarrollo de un modelo turístico que impulse el turismo en sus tres ejes: naturaleza, cultura y gastronomía respetando en todo momento su singularidad territorial e involucrando todos los eslabones de la cadena de valor turística para la mejora de su competitividad y crecimiento.

Por otro lado, **la visión**, esa **aspiración futura** de la provincia en el ámbito turístico consiste en:

Visión

Consolidar la provincia de Ávila como un **destino de interior líder en turismo experiencial vinculado a la naturaleza, cultura y gastronomía**, a través de una **oferta equilibrada, diversa, innovadora y sostenible**, que garantice **oportunidades de alto valor** para residentes, empresas y visitantes.

Por tanto, el futuro de la estrategia turística de la provincia en los próximos años (2026-2031) persigue posicionarse como un destino de interior líder en experiencias vinculadas a sus productos clave: **naturaleza, cultura y gastronomía**, a través de un modelo equilibrado y sostenible capaz de generar oportunidades para todos y todas.

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.3. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos se configuran como aquellos fines que determinan las actuaciones principales a ejecutar para alcanzar la visión en distintos momentos o hitos de la estrategia. Estos objetivos definen **metas claras, coherentes y realistas**:

01 | Consolidar un **modelo de gobernanza estable y eficaz** que garantice el liderazgo compartido, la **coordinación público-privada** y la involucración de todos los agentes clave implicados en el desarrollo turístico de la provincia de Ávila.

02 | Impulsar a través del turismo la **mejora y activación de espacios e infraestructuras** que respondan a las necesidades actuales de residentes, turistas y empresas, reforzando la **conectividad, movilidad y accesibilidad** del destino.

03 | Fortalecer y diversificar la **oferta turística** mediante el desarrollo de experiencias auténticas que combinen **naturaleza, cultura y gastronomía entre distintas comarcas**, así como el impulso del talento y la formación local, garantizando una propuesta de valor de calidad, segura y competitiva.

04 | Potenciar la **imagen y el posicionamiento turístico** de la provincia mediante una **nueva estrategia de marca** y la transformación de los actuales canales, incrementando su visibilidad, capacidad de atracción y vinculación emocional con residentes y visitantes.

05 | Integrar la **innovación y la transformación digital** como eje clave del futuro del turismo de la provincia, fomentando la toma de decisiones basada en datos, la digitalización de recursos y la adopción de nuevas tecnologías por parte del tejido social-empresarial.

06 | Promover el desarrollo de un modelo turístico **regenerativo a través de prácticas turísticas responsables y alineadas con las tradiciones abulenses**, que contribuyan a la conservación del entorno y aporten beneficios reales a residentes, empresas y turistas de forma equilibrada en todo el territorio.

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.4. Valores y principios de actuación

Los valores constituyen a los **compromisos, principios y normas de actuación internas y externas** que marcan la actuación del sector, su cultura y la forma en la que se conseguirá la visión futura en los próximos años:



Tradición y cultura

Promoción de la integración del relato histórico y cultural y auténtico de la provincia de Ávila como un componente clave y diferenciador de la experiencia turística, contribuyendo al enriquecimiento y preservación cultural y patrimonial.



Autenticidad

Despliegue de experiencias auténticas, conectadas con la identidad local y basadas en el trato humano y directo. Promoción de un turismo personal, cercano y coherente con los valores y tradición de la provincia.



Diversidad y accesibilidad

Garantía de un turismo inclusivo que valore la diversidad social, cultural y funcional, asegurando que los recursos, servicios y experiencias turísticas de la provincia de Ávila sean accesibles para todas las personas y colectivos.



Sostenibilidad y regeneración

Impulso de un modelo turístico sostenible y regenerativo que garantice un uso responsable de los recursos, el cuidado y preservación del entorno y genere beneficios duraderos para el tejido social-empresarial.



Excelencia y seguridad

Orientación de la actividad turística hacia el cumplimiento de estándares de calidad y profesionalización, reforzando la competitividad del destino y garantizando experiencias únicas, seguras, singulares y de calidad.



Innovación y digitalización

Fomento de la innovación y digitalización aplicada al turismo como palanca de transformación, impulsando nuevas tecnologías, modelos de gestión inteligente y propuestas que aporten valor y diferenciación al destino.



Cooperación y compromiso

Promoción de un modelo de gobernanza colaborativa basado en la cooperación entre agentes públicos y privados y el tercer sector, reforzando el compromiso compartido con el desarrollo turístico del territorio.



Equilibrio y resiliencia

Búsqueda de un equilibrio entre la actividad turística, la calidad de vida de los residentes y la conservación del territorio, fortaleciendo la capacidad de adaptación ágil del destino ante retos futuros y entornos disruptivos.

3. La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.5. Ejes y líneas estratégicas

El Plan estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila se **articula sobre los siguientes ejes o ámbitos de actuación**. Estos ejes estructuran los proyectos turísticos a desarrollar en el horizonte 2026-2031 y que se detallarán en apartados siguientes en el plan operativo. Cada eje aborda una temática y líneas de trabajo específicas tal y como se indica a continuación:



Gobernanza y participación

Busca la consolidación de un modelo de gobernanza provincial colaborativo y eficaz que genere una mayor participación y coordinación entre actores públicos y privados en la gestión, planificación, coordinación, despliegue y continuidad de iniciativas y estrategias turísticas.



Sostenibilidad y regeneración del territorio

Responde a la necesidad de desarrollo de un modelo turístico regenerativo que genere impacto positivo y duradero en el territorio contribuyendo a la mejora y adecuación de infraestructuras turísticas y el equilibrio entre la actividad turística y la preservación del entorno natural, cultural y social a través de prácticas sostenibles, responsables y alineadas con los valores locales.



Talento, innovación y transformación digital

Aspira a mejorar la competitividad del sector turístico, mediante la gestión y atracción de talento y emprendimiento y despliegue de iniciativas que impulsen la innovación y la transformación digital, favoreciendo la adopción de nuevas tecnologías.



Propuesta de valor, marca y promoción

Impulsa la definición de una propuesta de valor turística auténtica y diferenciada a partir de experiencias que vinculen naturaleza, cultura y gastronomía y su puesta en valor a través de la renovación y evolución de la marca turística actual "Ávila te toca", así como nuevas estrategias de promoción orientadas a incrementar la visibilidad destino.

3. La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.5. Ejes y líneas estratégicas

Tal y como se indicaba en el apartado anterior, **los ejes estratégicos o ámbitos de actuación se operativizan en líneas de trabajo** siendo las áreas de trabajo desde las cuales se articularán los distintos proyectos que integran el Plan Estratégico. A continuación, se menciona cada una de ellas:



Eje 1: Gobernanza y participación

1.1

Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

Desplegar mecanismos de gobernanza turística colaborativos, estables y representativos que lideren la planificación, coordinación, ejecución y continuidad de iniciativas para el fortalecimiento del sector turístico de la provincia.

1.2

Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística

Desarrollar iniciativas que permitan la recopilación, análisis, uso y compartición de datos turísticos para anticipar tendencias, conocer la demanda y generar entre instituciones y tejido social-empresarial la toma de decisiones estratégicas de forma objetiva y fundamentada.

1.3

Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector

Impulsar la participación del sector turístico en redes de colaboración y alianzas estratégicas, con el fin de mejorar la comunicación y cooperación entre los organismos clave, facilitar el intercambio y la transferencia de conocimientos, y promover sinergias.

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio



Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico

Mejorar, adecuar y dinamizar espacios turísticos y de uso ciudadano, atendiendo a la diversidad comarcal y al medio rural poniendo en valor infraestructuras infrautilizadas, reforzando la funcionalidad de equipamientos, y favoreciendo un desarrollo territorial equilibrado.

2.1

Mejora de la conectividad y movilidad del destino

Impulsar el desarrollo y mejora de infraestructuras clave de conectividad y movilidad como base para el desarrollo turístico y social del territorio y que favorezcan a la interconexión a nivel provincial y comarcal, el acceso a servicios esenciales, la cohesión territorial y competitividad global del destino.

2.2

Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

Favorecer el despliegue de iniciativas turísticas que generen mayor corresponsabilidad entre el sector público-privado y una mayor sensibilización y conocimiento sobre valor económico, social y ambiental del sector turístico y su contribución al desarrollo local, la fijación de población y el fortalecimiento del tejido empresarial-social.

2.3

3. | La Estrategia turística provincial 2026-2031

3.5. Ejes y líneas estratégicas

Tal y como se indicaba en el apartado anterior, **los ejes estratégicos o ámbitos de actuación se operativizan en líneas de trabajo** siendo las áreas de trabajo desde las cuales se articularán los distintos proyectos que integran el Plan Estratégico. A continuación, se menciona cada una de ellas:



Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

3.1

Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico

Desarrollar programas de apoyo al talento, la profesionalización y el emprendimiento turístico, orientados a la formación continua y la especialización del sector en función de las necesidades actuales y futuras del mercado orientados a la innovación y la excelencia y calidad en el servicio potenciando así la capacidad de atracción de talento del destino.

3.2

Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias

Promover el desarrollo de soluciones turísticas innovadoras que integren nuevas tecnologías, creatividad y nuevos modelos de negocio, con el fin de diversificar y enriquecer la oferta natural, cultural y gastronómica de la provincia, generando propuestas de mayor valor, diferenciadas y con mayor capacidad de atracción.

3.3

Impulso de la transformación digital en el sector turístico

Acelerar la transformación digital del sector turístico, fomentando la adopción de herramientas tecnológicas en empresas y destinos mediante programas de formación, acompañamiento y apoyo institucional, con el fin de mejorar la comercialización, la eficiencia operativa y la gestión del destino.

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción



Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia

Fortalecer los productos turísticos existentes y promover el desarrollo de nuevas experiencias auténticas y combinadas que integren recursos naturales, culturales y gastronómicos, y favorezcan al incremento de la estancia media y el refuerzo el posicionamiento de Ávila como destino diverso, distintivo y competitivo.

4.1

Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico

Impulsar la mejora y modernización de la actual marca turística, incluyendo el desarrollo de una narrativa y plan comercial específico orientado a mejorar el posicionamiento del destino en mercados turísticos e incrementar la capacidad prescriptora del destino a través de un mayor orgullo y reconocimiento interno.

4.2

Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal

Diseñar y ejecutar campañas de promoción adaptadas a perfiles específicos de visitantes, renovación y modernización de los actuales canales combinando estrategias online y offline para incrementar la visibilidad externa e interna del destino y consolidar su posicionamiento nacional y proyección internacional.

4.3

The background of the slide is a photograph of a historic stone castle. On the left, a tall, cylindrical tower with battlements is visible. Below it, there are more stone walls and a small balcony. In the background, a range of rugged, rocky mountains stretches across the horizon under a clear blue sky. The overall scene is in a natural, somewhat arid landscape.

04.

Plan Operativo

Eje 1: Gobernanza y participación

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

4. Plan Operativo

El futuro y la evolución del turismo de la provincia de Ávila se materializará a través de los siguientes **ejes, líneas estratégicas y proyectos concretos** que se presentan a continuación a través del plan operativo. De forma específica, se contempla la implementación de **45 proyectos** diseñados para dar respuesta de forma realista y viable a los retos y oportunidades identificados y así avanzar de forma ordenada y estructurada hacia la consecución final de los objetivos planteados en la estrategia turística definida.

En concreto, la **articulación de estos proyectos** que permitirán la operativización real del plan se estructura de la siguiente manera:

Ejes			
Gobernanza y participación	Sostenibilidad y regeneración del territorio	Talento, innovación y transformación digital	Propuesta de valor, marca y promoción
Líneas estratégicas			
1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz	2.1. Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico	3.1. Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico	4.1. Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia
1.2. Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística	2.2. Mejora de la conectividad y movilidad del destino	3.2. Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias	4.2. Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico
1.3. Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector	2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico	3.3. Impulso de la transformación digital en el sector turístico	4.3. Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal
Proyectos			
Por cada línea estratégica se desarrollan una serie de proyectos los cuales se detallarán a continuación en sus correspondientes fichas.			

Previo a detallar los proyectos contemplados en cada eje y línea de trabajo estratégica, es importante señalar que estas actuaciones son el resultado de un proceso participativo y de colaboración en el que se ha involucrado activamente al sector turístico. De este modo, han sido **consensuadas con los principales agentes del ecosistema turístico provincial**, con el objetivo de diseñar actuaciones que responden a retos comunes y necesidades reales del sector y que, por tanto, tendrán el respaldo social, garantizando así su éxito de implantación.

4. Plan Operativo

Con el objetivo de facilitar la comprensión de los proyectos que se presentan a continuación, se incluye un modelo de ficha tipo que ha servido como base para su definición y estructuración. Esta ficha permite **sistematizar cada iniciativa, incorporando aspectos clave como las actividades principales, los recursos necesarios y otros elementos relevantes para su desarrollo**. A continuación, se muestra un ejemplo de la estructura utilizada, en el que se detallan los componentes que han sido definidos para cada uno de los proyectos:

Nombre de la actuación: Denominación concreta del proyecto a desarrollar

Ejemplo ilustrativo

Descripción de la actuación

La descripción de la actuación define de manera clara el alcance, impacto, objetivos y propósito de cada iniciativa, permitiendo entender su contribución al conjunto de la estrategia y su alineación con los retos identificados.

Actividades clave

Las actividades clave concretan las acciones necesarias para su desarrollo, estructurando la ejecución de la actuación en tareas específicas y operativas para su consecución.

Planificación: Horizonte temporal previsto para la ejecución del proyecto

Corto plazo (2026-2027)	Medio plazo (2028-2029)	Largo plazo (2030-2031)
Prioridad	Grado de relevancia de la actuación en función su criticidad, urgencia y necesidad de su implantación y la necesidad de recursos económicos, pudiendo ser: Alta, media o baja.	

Implantación y seguimiento: identifica los elementos organizativos necesarios para garantizar la correcta ejecución y seguimiento de cada actuación.

Responsable de ejecución	Entidad encargada de liderar la implementación del proyecto.
Entidades colaboradoras	Agentes que participan en el desarrollo del proyecto como apoyo al responsable principal.
Modelo de implantación	Enfoque organizativo y operativo previsto para la puesta en marcha y desarrollo del proyecto (desarrollo interno, contratación pública, desarrollo normativo, incentivos, convenios).
Indicadores	Métricas definidas para el seguimiento y evaluación del grado de ejecución e implantación del proyecto.
Presupuesto	Rango orientativo de inversión necesaria para la ejecución del proyecto, definido en función de su complejidad, recursos requeridos y alcance: - Muy bajo: < 25.000€ - Bajo: 25.000 – 75.000€ - Medio: 75.000 – 200.000€ - Alto: 200.000 – 500.000€ - Muy alto: > 500.000€

Las actuaciones de mayor prioridad y criticidad se identifican como “Proyectos Tractor” y deben activarse con carácter preferente. Estas iniciativas aportan alta visibilidad y tienen una ejecución ágil para garantizar la activación real del plan.

4.2. Proyectos estratégicos



Proyecto tractor

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

1.1.1. Análisis en profundidad y despliegue del mapa competencial de la cadena de valor turística de la Provincia de Ávila

Eje 1: Gobernanza y participación



Este eje busca la consolidación de un modelo de **gobernanza provincial colaborativo y eficaz que genere una mayor participación y coordinación entre actores públicos y privados** en la gestión del conocimiento turístico y la planificación, coordinación, despliegue y continuidad de iniciativas y estrategias turísticas para el impulso del sector.

Líneas Estratégicas

1.1.

Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

Desplegar mecanismos de gobernanza turística colaborativos, estables y representativos que lideren la planificación, coordinación, ejecución y continuidad de iniciativas para el fortalecimiento del sector turístico de la provincia.

1.2.

Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística

Desarrollar programas, iniciativas y herramientas que permitan la recopilación, análisis, uso y compartición de datos turísticos para anticipar tendencias, conocer la demanda y generar entre instituciones y tejido social-empresarial la toma de decisiones estratégicas de forma objetiva y fundamentada.

1.3.

Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector

Impulsar la participación activa del sector turístico en redes de colaboración y alianzas estratégicas, con el fin de mejorar la comunicación y cooperación entre los organismos clave, facilitar el intercambio y la transferencia de conocimientos, y promover sinergias que impulsen el desarrollo competitivo del sector.

4. Plan Operativo

4.2. Proyectos estratégicos

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

1.1.1. Análisis en profundidad y despliegue del mapa competencial de la cadena de valor turística de la Provincia de Ávila

Descripción de la actuación

Esta actuación tiene por objeto identificar, analizar y estructurar los roles, funciones y relaciones de los distintos agentes que intervienen en la cadena de valor turística provincial, desde la planificación y la gestión hasta la comercialización y la prestación de servicios. Para ello, se elaborará un mapa de agentes y competencial que permita detectar solapamientos, déficits y oportunidades de mejora, definiendo roles claros y mecanismos de coordinación entre administraciones, sector privado y ciudadanía. Su desarrollo facilitará una toma de decisiones más eficiente, la optimización de recursos y el impulso de proyectos colaborativos. Como resultado, se reforzará la gobernanza turística, se incrementará la competitividad del destino y se favorecerá un modelo de desarrollo turístico más cohesionado y sostenible en el conjunto de la provincia.

Actividades clave

- **Identificación y caracterización de agentes:** el diagnóstico realizado en el marco del proyecto ha permitido la elaboración de un mapa de agentes específico (E.2 Mapa de Agentes) y segmentación de los actores involucrados en la cadena de valor turística según su vinculación: tejido institucional, tejido social-tercer sector, tejido empresarial turístico y tejido divulgativo, informativo o vinculado al ámbito de investigación y formación, un total de más de 100 agentes.
- **Análisis competencial y diagnóstico:** el siguiente paso, es evaluación de funciones, capacidades y relaciones entre agentes, identificando duplicidades y áreas de mejora en la gobernanza. El diagnóstico realizado ha detectado una buena implicación, pero riesgo de solapamientos competenciales y falta de comunicación y coordinación entre distintas áreas (turismo, cultura, desarrollo rural), así como una fragmentación territorial y sectorial entre las distintas comarcas y sectores involucrados.
- **Diseño del mapa competencial y modelo de coordinación:** visualización de roles y responsabilidades y sinergias a través de un mapa específico, junto con la propuesta de mecanismos y espacios de coordinación entre agentes: foro consultivo, comité estratégico y mesas operativas (vinculado a la ficha de la actuación 1.1.2).
- **Validación y plan de despliegue:** contraste con actores clave y definición de una hoja de ruta para la implementación progresiva del modelo planteado.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Gestores locales • Grupos de Acción Local y Agentes de Desarrollo Local • Asociaciones empresariales turísticas • Cámara de Comercio y CEOE • Universidades y centros de investigación y formación	
Modelo de implantación	Colaboración interadministrativa y público-privada	
Indicadores	• Número de agentes identificados y caracterizados • Número de duplicidades y vacíos competenciales detectados • Número de mecanismos de coordinación definidos e implementados • Porcentaje de agentes participantes en el proceso de validación	
Presupuesto	Muy bajo: < 25.000€	

4. Plan Operativo



Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

1.1.2. Impulso y consolidación de un modelo de gobernanza provincial eficaz que garantice el diseño, implantación y continuidad de estrategias e iniciativas turísticas

Descripción de la actuación

Durante el diagnóstico, se detectó por parte del ecosistema institucional y empresarial turístico una clara necesidad de definición y activación del modelo de gestión y organizativo de un sistema de gobernanza eficaz. Esta actuación plantea el desarrollo de un modelo de foro consultivo compuesto por un Comité Estratégico integrado exclusivamente por la Diputación, una Secretaría Técnica conformada por el equipo técnico de la Diputación con apoyo de profesionales especializados, y mesas operativas por producto turístico (cultura, naturaleza y gastronomía). Este modelo permitirá definir prioridades, coordinar la ejecución, supervisar resultados y garantizar la continuidad de las iniciativas turísticas. Su finalidad es asegurar liderazgo institucional, la coherencia estratégica y eficiencia operativa. El impacto esperado es una gestión más ágil, estable y orientada a resultados en la provincia de Ávila.

Actividades clave

- **Diseño del modelo de gobernanza:** definición del marco organizativo y de gestión del sistema de gobernanza provincial, estableciendo el Comité Estratégico, la Secretaría Técnica y las mesas operativas por producto turístico. Todo ello, en base a lo indicado en el siguiente documento en el E.10 Modelo de Gobernanza.
- **Constitución y roles de los órganos de gobierno:** establecimiento formal del Comité Estratégico (rol estratégico e impulso institucional del plan) y la Secretaría Técnica (seguimiento técnico del avance y cumplimiento del plan) y mesas operativas (órgano consultivo y de contraste, que garantiza el alineamiento de las iniciativas con las necesidades reales del propio sector), definiendo agentes, funciones, responsabilidades y procedimientos de trabajo específicos.
- **Coordinación interadministrativa:** definición de mecanismos de coordinación y comunicación entre agentes involucrados, asegurando coherencia estratégica y eficiencia operativa: calendario de reuniones, espacios de trabajo (Google Drive, SharePoint).
- **Implementación de mesas operativas por producto turístico:** creación de espacios de trabajo especializados por la línea de producto turístico, con objetivos claros, responsabilidades y prioridades definidas.
- **Seguimiento, evaluación y continuidad:** establecimiento de protocolos de seguimiento de iniciativas, medición de resultados y procedimientos para garantizar la continuidad de las actuaciones.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila • Servicio de Cultura de la Diputación de Ávila • Ávila Auténtica • Stellarium • Tejido empresarial turístico • Tejido educativo-divulgativo • Tejido asociativo y social	
Modelo de implantación	Gestión directa desde la Diputación de Ávila, Colaboración público-privada	
Indicadores	• Número de órganos formalmente construidos • Número de miembros designados por órgano • Número de reuniones celebradas por periodo • Porcentaje de iniciativas turísticas con seguimiento y evaluación periódica • Informes de seguimiento realizados • Nivel de cumplimiento (%) de los objetivos establecidos	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

1.1.3. Articulación de mesas de trabajo consultivas formadas por personas expertas y entidades locales vinculadas a los productos turísticos clave para el destino: naturaleza, cultura y gastronomía

Descripción de la actuación

Fruto de la anterior actuación, este proyecto plantea de forma específica, la organización y configuración de espacios de diálogo con carácter consultivo integrados por personas expertas y entidades locales vinculadas a los productos turísticos estratégicos de la provincia de Ávila (Naturaleza, Cultura y Gastronomía). Estas mesas consultivas u operativas aportarán conocimiento técnico y contraste sectorial a las líneas de actuación definidas estratégicamente. Su finalidad es enriquecer la planificación turística con visión especializada y local. El impacto esperado es una mayor alineación de las iniciativas a la realidad del sector y garantizar una gobernanza participativa.

Actividades clave

- **Selección de perfiles y agentes participantes:** se ha procedido a la identificación de personas expertas, asociaciones y entidades locales vinculadas a los productos de naturaleza, cultura y gastronomía. Todo ello queda definido en el E2. Mapa de agentes y E10. Modelo de gobernanza.
- **Definición de estructura y objetivos de las mesas:** establecimiento de la composición, funciones, metodología de trabajo y líneas de debate de cada mesa consultiva: contrastar necesidades, retos y oportunidades del territorio identificadas contribuyendo a la adecuada priorización y definición de actuaciones, impulsar la coordinación técnica entre los distintos agentes implicados, favoreciendo la colaboración y la coherencia en la implementación de las iniciativas, garantizar una participación activa y especializada de sus miembros, asegurando la dinamización de los trabajos y la orientación a resultados.
- **Convocatoria y coordinación de sesiones:** planificación y calendarización de encuentros (ad hoc en función del desarrollo y avances de proyectos), logística (convocatorias), comunicación y seguimiento de la participación de los actores involucrados (registro de asistentes, actas de reunión).
- **Análisis y síntesis de aportaciones:** recopilación por parte de la Secretaría Técnica las conclusiones, propuestas y recomendaciones técnicas para su integración en la planificación estratégica provincial a través de actas de las sesiones que se mantengan.
- **Evaluación y seguimiento de resultados:** implementación de mecanismos para medir la incidencia de las mesas en la toma de decisiones, priorización de iniciativas y ajuste de estrategias.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Equipo técnico del Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila - Secretaría técnica - Tejido empresarial turístico (CEOE, Cámaras de comercio) - Tejido asociativo y social (ADR, grupos de acción local) - Tejido educativo-divulgativo (universidades, escuelas)	
Modelo de implantación	Gestión directa desde la Diputación de Ávila y colaboración público-privada	
Indicadores	- Número de mesas consultivas realizadas - Número de asistentes a las mesas y participación - Porcentaje de participantes y expertos involucrados en las mesas. - Número de recomendaciones técnicas integradas en la planificación estratégica - Nivel de satisfacción (%) de los participantes respecto a la utilidad de las mesas - Grado de alineación de las iniciativas turísticas con las propuestas de las mesas	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz

1.1.4 Dinamización de encuentros turísticos técnicos intercomarcales a través de jornadas periódicas de trabajo entre personal técnico y responsables políticos para reforzar la coordinación territorial

Descripción de la actuación

Organización, convocatoria y gestión de jornadas de trabajo anuales que reúnan a personal técnico y gestores de las distintas comarcas de Ávila, con el fin de fortalecer la coordinación territorial en materia turística. La iniciativa incluirá también la elaboración de conclusiones y recomendaciones estratégicas, recogiendo principales acuerdos y propuestas. Estas sesiones estructuradas permitirán compartir información, alinear prioridades, identificar proyectos conjuntos y establecer sinergias. La actuación facilitará una planificación coherente y colaborativa del destino, optimizando recursos, evitando duplicidades y reforzando la posición competitiva de la provincia de Ávila mediante una gobernanza más integrada y eficaz.

Actividades clave

- **Planificación y programación de jornadas:** se plantea la realización de 5 jornadas (1 por comarca) con el objetivo de identificar prioridades compartidas, problemas de coordinación intermunicipal en el ámbito turístico, acordar actuaciones conjuntas y alinear la ejecución local con la estrategia provincial.
- **Convocatoria y logística:** coordinación entre la Diputación, Ayuntamientos y entidades locales para la asistencia de personal técnico y responsables políticos, gestionando recursos y espacios si son necesarios. A priori, se propone realizar estas convocatorias en formato híbrido o presencial en los distintos puntos: Ávila, Arévalo, Cebreros, Arenas de San Pedro y el Barco de Ávila.
- **Desarrollo de sesiones de trabajo:** las sesiones de trabajo se estructuran en torno a los siguientes bloques temáticos: 1) Marco común (prioridades y retos compartidos) 2) Diagnóstico territorial 3) Trabajo colaborativo y debate 4) Cierre, acuerdos y próximos pasos. Estas sesiones proporcionarán la facilitación de debates, presentaciones y talleres orientados a identificar prioridades comunes, retos territoriales y oportunidades de colaboración de forma recurrente y continua.
- **Síntesis y análisis de resultados:** recopilación de acuerdos, propuestas y recomendaciones, sistematizando la información para su integración en la planificación turística.
- **Seguimiento y evaluación de impactos:** Medición del grado de coordinación intercomarcal alcanzado, análisis de implementación de acuerdos y ajuste de futuras jornadas para maximizar eficacia.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Secretaría técnica • Representantes de las comarcas (grupos de acción local) • Ayuntamientos de la provincia • Asociaciones y agrupaciones turísticas locales • Técnicos y gestores turísticos de las comarcas	
Modelo de implantación	Convenios o colaboración interadministrativa	
Indicadores	• Número de jornadas intercomarcales realizadas anualmente • Porcentaje de asistencia de personal técnico y responsables políticos por comarca respecto a los convocados • Número de acuerdos y recomendaciones estratégicas generadas por jornada • Nivel de implementación de las recomendaciones en la planificación turística provincial • Grado de satisfacción de los participantes respecto a la coordinación y utilidad de las jornadas	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.2. Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística

1.2.1. Estudio y diseño de una ontología y taxonomía de los principales datos de turismo necesarios para la mejora de la planificación y gestión estratégica del sector turístico

Descripción de la actuación

En base a modelos definidos nacionalmente, identificación, análisis y desarrollo de los principales conjuntos de datos del sector turístico en la provincia de Ávila, mediante la identificación de variables clave, fuentes de información y criterios comunes de clasificación. La actuación incluirá el diseño de un modelo conceptual compartido que permita integrar, comparar y explotar datos de forma homogénea. Su finalidad es mejorar la gestión de datos turísticos para la planificación, la toma de decisiones y la implantación de políticas e iniciativas turísticas, generando una base sólida para una gestión turística más estratégica, coordinada y orientada a resultados.

Actividades clave

- **Inventariado de fuentes y conjuntos de datos:** recopilación de información disponible en los sistemas de inteligencia turística o bases de datos turísticas actuales de la Junta de Castilla y León, la Diputación de Ávila, comarcas abulenses, casas del parque y oficinas de turismo. También se sugiere tomar como referencia el siguiente trabajo realizado por SEGITTUR: [Modelo conceptual de referencia ontología turística SEGITTUR](#)
- **Análisis de variables y criterios de clasificación:** selección de variables clave y definición de criterios comunes de taxonomía y ontología. En el caso específico de la provincia de Ávila se debe poner foco en variables asociadas a la demanda turística como el perfil sociodemográfico (edad, procedencia geográfica, nivel educativo), capacidad de gasto, tipo de viaje (familiar, pareja, individual o en grupo) o la motivación de los turistas (naturaleza, cultura, gastronomía, turismo activo, turismo rural/descanso, eventos u ocio, astroturismo o turismo espiritual) y asociados a su comportamiento como la duración de la estancia, la fidelización, época del año de la visita, recursos visitados, nivel de conocimiento previo del destino o el uso de información digital/oficinas de turismo para su planificación y desarrollo de la visita.
- **Diseño de ontología y taxonomía provincial:** desarrollo del modelo conceptual que permita integrar y comparar datos de forma homogénea a nivel provincial, autonómico y nacional y que por tanto sea integrable en otros modelos desarrollados e impulsados en el sector como la Plataforma Inteligente de Destinos (PID).
- **Validación con agentes clave:** contraste del modelo con técnicos y responsables de la Diputación de Ávila, comarcas abulenses, ayuntamientos y principales gestores locales a través de los comités y mesas operativas.
- **Propuesta de implantación y uso operativo:** elaboración de pautas para la explotación de datos en la planificación y gestión turística.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Junta de Castilla y León • SEGITTUR • Mesas operativas de producto • USAL	
Modelo de implantación	Contratación pública de servicios y suministro / Reglamentos específicos	
Indicadores	• Número de fuentes de datos identificadas e inventariadas • Número de entidades participantes • Categorías y subcategorías definidas • Número de conjuntos de datos clasificados y documentados • Porcentaje de agentes clave que validan la ontología y taxonomía • Número de decisiones estratégicas basadas en los datos consolidados • Tiempo medio de integración de nuevos datos al modelo	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo



Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.2. Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística

1.2.2. Despliegue de una plataforma provincial de inteligencia turística para la producción, recogida, análisis y gestión de datos turísticos (Observatorio Turístico de la Provincia de Ávila)

Descripción de la actuación

Configuración conceptual y tecnológica del Observatorio Turístico de la Provincia de Ávila para la recogida, integración, análisis y visualización de datos turísticos procedentes de múltiples fuentes. La actuación incluirá la definición de indicadores, el desarrollo de la infraestructura tecnológica y la implantación de procedimientos de compartición, explotación y visualización de la información, orientados a facilitar la toma de decisiones tanto en el ámbito público como privado. Asimismo, se contemplará la estandarización de datos, la interoperabilidad entre sistemas y la generación de cuadros de mando accesibles para los distintos agentes del destino. Su finalidad es dotar a la provincia de Ávila de un sistema estable y continuo de conocimiento que permita anticipar tendencias, optimizar recursos, evaluar políticas y reforzar la competitividad, sostenibilidad y gobernanza del destino.

Actividades clave

- **Integración y catalogación de fuentes de datos:** revisión de conjuntos de datos disponibles a nivel nacional (INE, SEGITTUR, DTI, EXCELTUR y espacio de datos de RED.ES), autonómico (Boletines de Coyuntura Turística de Castilla y León), provincial y local (estadísticas de oficinas de turismo, alojamientos, Espacios Naturales Protegidos y empresas turísticas), para la definición de variables clave (véase ficha actuación 1.2.1).
- **Diseño conceptual y tecnológico del Observatorio:** elaboración del modelo de datos, arquitectura tecnológica (capa de ingestión, semántica, visualización) y mecanismos de integración y explotación de información que garanticen la interoperabilidad con otros sistemas de recogida y análisis de datos como la Plataforma Inteligente de Destinos Turísticos (PID), DTI y otros observatorios regionales basado en la ontología definida (turista, destino y oferta).
- **Desarrollo de indicadores y procedimientos de gestión:** definición de KPI clave asociados al perfil sociodemográfico como la motivación del viaje, estacionalidad, duración de la estancia, fidelización y repetición, movilidad y accesibilidad con indicadores como medio principal de acceso, uso del vehículo privado, saturación percibida en accesos, así como protocolos de actualización y criterios de calidad de la información.
- **Validación con agentes clave:** contraste del diseño y funcionalidades con el Comité estratégico, expertos y mesas operativas por producto (naturaleza, cultura y gastronomía).
- **Implementación y pruebas piloto:** desarrollo de pruebas piloto del Observatorio, ajustes finales y preparación para uso operativo.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Representantes comarcales • Ayuntamientos de la provincia • Tejido empresarial turístico • Empresas tecnológicas especializadas en gestión de datos • Agentes locales expertos en información turística y estadística	
Modelo de implantación	Convenios interadministrativos y público-privados /Contratación pública de servicios y suministros	
Indicadores	• Número de fuentes de datos integradas y clasificadas • Número de modelos de datos definidos • Número de integraciones realizadas con sistemas externos (ej. PID u otros observatorios). • Porcentaje de indicadores definidos y validados • Grado de operatividad del Observatorio tras pruebas piloto • Número de informes y análisis generados para la toma de decisiones	
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€	

4. Plan Operativo



Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.2. Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística

1.2.3. Impulso de una Red colaborativa provincial de Oficinas de Turismo para la compartición de datos y buenas prácticas, así como la consolidación de conocimiento e información turística

Descripción de la actuación

Articulación de un sistema estable de cooperación y gestión de las oficinas de turismo de la provincia de Ávila para la compartición estructurada de metodologías, datos, buenas prácticas, eventos y recursos informativos y contribuir así al mantenimiento y actualización de datos del Observatorio planteado en la anterior actuación. La actuación incluirá la definición de protocolos comunes, herramientas de intercambio y espacios periódicos de coordinación técnica. Su finalidad es homogeneizar la información ofrecida al visitante, mejorar la calidad del servicio y generar conocimiento compartido que fortalezca la gestión turística. El impacto esperado es una mayor coherencia y alineamiento de la información turística, eficiencia operativa y posicionamiento competitivo de la provincia de Ávila como destino integrado. Como referencia o caso de éxito con cierta replicabilidad a la provincia de Ávila destaca la labor realizada por la Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia: https://www.turismoregiondemurcia.es/es/red_oficinas_de_turismo/

Actividades clave

- **Identificación y caracterización de oficinas de turismo y agentes implicados:** inventario de oficinas y puntos de información existentes en la provincia de Ávila, tanto activos como inactivos y definición de roles, funciones y responsabilidades de los miembros de la red. El análisis puede partir del propio diagnóstico realizado en el E7. dentro del marco del proyecto en el cual se identificaron más de 30 puntos de información y atención turística. El inventario a través de una base de datos (Excel) incluirá localización, estado operativo, periodo de apertura, perfil del personal, volumen aproximado de atención (número de visitantes).
- **Definición de protocolos y procedimientos comunes:** establecimiento de pautas para la compartición de datos (tipología, lenguaje y terminología común, espacios de trabajo colaborativos), herramientas de gestión interna (intranet), buenas prácticas, eventos agenda digital compartida) y recursos informativos entre todas las oficinas integradas. La red de oficinas desarrollada se integrará como fuente clave del Observatorio Turístico (actuación 1.2.2).
- **Implementación de herramientas de intercambio:** definición y despliegue de sistemas para la gestión y compartición de información (manuales y procedimientos) y conocimiento tales como reuniones periódicas (mínimo 2 al año y al comienzo de la red de forma más recurrente), plataformas de comunicación o compartición de datos y documentos online (Sharepoint o Google Drive).
- **Coordinación y consolidación de la red:** organización de reuniones ad hoc, encuentros y actividades para actualizar buenas prácticas, evaluar la eficacia de la red y asegurar su sostenibilidad operativa en el medio-largo plazo.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Ayuntamientos con oficinas de turismo • Asociaciones de turismo y culturales locales • Tejido empresarial turístico • Universidades y otros centros de formación-investigación	
Modelo de implantación	Convenio interadministrativo y público-privado	
Indicadores	• Número de oficinas de turismo integradas en la red • Número de protocolos de intercambio de datos definidos • Porcentaje de oficinas que adoptan protocolos y herramientas comunes • Número de reuniones o talleres de coordinación realizados anualmente • Mejora en la coherencia de la información turística ofrecida al visitante (auditada anualmente)	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.2. Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística

1.2.4. Desarrollo de programas de formación y sensibilización sobre el uso y aprovechamiento de la inteligencia de datos turísticos para profesionales del sector turístico del ámbito público y privado

Descripción de la actuación

Diseño de acciones formativas virtuales o presenciales dirigidas a profesionales del sector turístico público y privado de la provincia de Ávila, orientadas a capacitar en la interpretación, uso y aprovechamiento estratégico de datos. La actuación incluirá la identificación de necesidades formativas, el diseño del programa formativo, la selección de docentes y beneficiarios y elaboración y difusión de material de apoyo, así como sesiones de acompañamiento o seguimiento para facilitar la aplicación real en la gestión diaria. Su finalidad es fortalecer el uso de datos en el ecosistema turístico provincial, mejorar la toma de decisiones y promover una gestión más eficiente, innovadora y competitiva del destino.

Actividades clave

- **Análisis de necesidades formativas:** el análisis de competencias actuales y detección de brechas en el uso y aprovechamiento de datos turísticos en entidades públicas y empresas del sector ha rectado de forma previa: el uso del dato de forma descriptiva y no estratégica, la dificultad para interpretar indicadores y anticipar problemas, la falta de familiaridad con modelos consolidados (DTI, PID) y baja confianza del dato como base para la toma de decisiones políticas.
- **Definición del programa formativo y requisitos:** desarrollo de un programa formativo con foco en la lectura e interpretación de indicadores, uso, empleo y funcionalidades del Observatorio Turístico y otros sistemas, integración del dato en decisiones cotidianas (desarrollo de eventos, iniciativas, rutas y movilidad) y la cultura del dato y mejora continua, creando contenidos marco y criterios metodológicos en función de las necesidades detectadas, para su desarrollo por entidades formativas colaboradoras.
- **Establecimiento de alianzas con entidades formativas:** definición de acuerdos de colaboración con universidades (USAL), centros de formación y entidades especializadas (CEOE, Cámara de Comercio de Ávila, Anfitriones, Red.es, EOI, SEGITTUR) para el diseño e impartición de contenidos formativos, así como la identificación de principales beneficiarios.
- **Implementación de acciones formativas:** desarrollo e impartición de cursos, talleres y sesiones prácticas, en formato presencial y virtual, adaptadas al contexto de la provincia y los agentes convocados. Se anima a optar por opciones híbridas y priorizar el desarrollo de estas formaciones en comarcas menos conocidas, para, además, así dinamizar su conocimiento y economía.
- **Evaluación y transferencia de conocimiento:** seguimiento del impacto de la formación, análisis del grado de aplicación práctica y mejora continua de los programas formativos a través de indicadores propuestos. Incluirá el desarrollo de guías prácticas post-formación y repositorio de materiales comunes para garantizar una correcta transferencia del conocimiento a los asistentes o beneficiarios de la formación.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Universidades y centros de formación especializados • Entidades formativas en digitalización y análisis de datos • Ayuntamientos de la provincia • Integrantes mesas operativas de producto • Tejido empresarial turístico	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada /Contratación pública de servicios	
Indicadores	• Número de alianzas formalizadas con entidades formativas • Número de profesionales formados por tipología (público/privado) • Porcentaje de participantes que completan las acciones formativas • Nivel de satisfacción de los participantes y entidades colaboradoras.	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.3. Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector

1.3.1. Integración y participación activa en redes de interés para el fortalecimiento y competitividad del destino

Descripción de la actuación

Adhesión y presencia activa en redes especializadas en el fortalecimiento y competitividad del sector de ámbito regional, nacional e internacional vinculados al turismo, la transformación digital, innovación y la sostenibilidad. La actuación incluirá la identificación y selección de redes y foros estratégicos, la formalización de la adhesión o participación, la asistencia a encuentros y la participación activa en proyectos colaborativos que sean de interés. La finalidad es posicionar y dar visibilidad al destino, captar conocimiento estratégico y generar oportunidades de colaboración, contribuyendo a mejorar de forma continua la gestión turística y reforzar la competitividad de la provincia de Ávila.

Actividades clave

- **Priorización de redes y foros de interés:** análisis y selección de redes en función de su alineamiento con los objetivos del destino. A priori se sugiere a la provincia de Ávila vinculares con redes nacionales como RED.ES, Modelo de Innovación Sostenible Experiencias Agroturísticas (MISEA) de SEGITTUR, DTI, SICTED, Plataforma Inteligente de Destinos (PID), Red de Centros de Innovación Territorial (CIT), que pueden proporcionarles el acceso a interesantes sinergias, metodologías, sistemas de estandarización, posicionamiento nacional y financiación vinculados a la transformación digital, innovación y turismo regenerativo o sostenible.
- **Formalización de adhesiones y acuerdos de participación:** tramitación de la incorporación a las redes seleccionadas y definición de compromisos, convenios o protocolos de participación activa en sus estructuras y dinámicas de trabajo según el valor proporcionado de la Diputación a la red seleccionada (adhesión a DTI y SICTED, integración en la PID, incorporación como destino piloto de MISEA vinculado a experiencias de agroturismo, entre otros).
- **Participación activa en encuentros y espacios de intercambio:** asistencia e implicación en jornadas, foros y grupos de trabajo especializados, contribuyendo al intercambio de conocimiento y posicionamiento del destino en la propia red que se participe. Incluirá la selección de responsables o embajadores que en nombre de la Diputación participen de forma activa en estos encuentros, espacios o eventos.
- **Desarrollo de colaboraciones y proyectos conjuntos:** identificación de oportunidades de cooperación con otros destinos y entidades participantes en redes para el impulso de iniciativas compartidas como circuitos turísticos, intercambio de datos y buenas prácticas, conocimiento y herramientas.
- **Transferencia y aplicación del conocimiento adquirido:** sistematización y difusión interna de aprendizajes, buenas prácticas y tendencias detectadas, para su incorporación en la gestión turística provincial a través de su registro documental en informes internos.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Asociaciones empresariales turísticas • CEOE y Cámara de comercio • Otros integrantes mesas operativas • Entidades vinculadas a las redes seleccionadas (SEGITTUR, JCYL)	
Modelo de implantación	Gestión directa desde la Diputación de Ávila /Colaboración interadministrativa y público privada	
Indicadores	• Número de redes y foros en los que participa activamente la provincia • Número de encuentros y actividades en las que se ha participado • Número de iniciativas o proyectos colaborativos generados • Grado de aplicación de buenas prácticas identificadas • Nivel de mejora en el posicionamiento y visibilidad del destino en redes especializadas.	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.3. Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector

1.3.2. Despliegue de alianzas estratégicas con agentes y entidades clave del ecosistema turístico del ámbito regional

Descripción de la actuación

Identificación, formalización y desarrollo de acuerdos de colaboración con entidades públicas y privadas de ámbito provincial vinculadas al turismo, desarrollo rural y regenerativo del turismo, así como la innovación y transformación digital. La actuación incluirá la puesta en común e identificación de buenas prácticas y áreas de cooperación, generar conocimiento compartido, la puesta en marcha de proyectos conjuntos y la coordinación de iniciativas de promoción y desarrollo de producto. Su finalidad es ampliar capacidades, atraer inversión y generar sinergias que refuercen el posicionamiento competitivo y sostenible de la provincia de Ávila como destino turístico.

Actividades clave

- **Identificación y priorización de agentes y entidades estratégicas:** análisis y selección de entidades de ámbito regional en función de su potencial de colaboración. En este contexto, se propone la generación de alianzas estratégicas con los siguientes agentes provinciales: CEOE, Escuela de Turismo Generativo, USAL, grupos de acción local y asociaciones vinculadas al desarrollo rural y cultural de las diferentes comarcas como Raíces de la Moraña, A tu Valle Amblés, Asociación de Turismo Rural de Ávila (ATRA) o Asociación Mascaravía.
- **Definición de líneas de colaboración y ámbitos de cooperación:** establecimiento de áreas prioritarias de trabajo conjunto, incluyendo desarrollo de producto (rutas, experiencias agroturísticas, eventos vinculados a la cultura, naturaleza y gastronomía), promoción, innovación y transferencia de conocimiento (estudios e informes, formaciones, buenas prácticas), uso y análisis de datos turísticos (integración en los observatorios regionales, interoperabilidad con sistemas nacionales)..
- **Formalización de alianzas y acuerdos de colaboración:** formalización de convenios marco y acuerdos específicos por proyecto con las entidades seleccionadas para el desarrollo de iniciativas conjuntas vinculadas a las temáticas indicadas. Los acuerdos deben contener como mínimo: objetivos, logros perseguidos, duración, el papel o rol de cada entidad y compromiso formal. En este caso la Diputación tendrá un rol facilitador, impulsor, coordinador o soporte técnico/económico según sea viable.
- **Desarrollo de proyectos e iniciativas colaborativas:** impulso y coordinación de actuaciones conjuntas que generen valor para el destino, incluyendo acciones de promoción, innovación y dinamización turística.
- **Seguimiento, evaluación y transferencia de resultados:** análisis del impacto de las alianzas, identificación de buenas prácticas y difusión de resultados para su integración en la gestión turística provincial.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Junta de Castilla y León • Integrantes mesas operativas • CEOE y otras asociaciones empresariales del sector turístico • Asociaciones culturales y de desarrollo rural • Empresas y agentes privados del sector turístico	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada y formalización de acuerdos/alianzas	
Indicadores	• Número de alianzas estratégicas formalizadas • Número de proyectos o iniciativas desarrolladas en colaboración • Volumen de acciones conjuntas de promoción o desarrollo de producto • Grado de captación de recursos o inversión a través de alianzas • Nivel de impacto económico y social de las alianzas en el posicionamiento y competitividad del destino	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 1. Gobernanza y participación

Línea 1.3. Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector

1.3.3. Refuerzo de la presencia del destino en foros profesionales y acogida de encuentros especializados en turismo, naturaleza, cultura y gastronomía

Descripción de la actuación

Participación activa en eventos, congresos, ferias y jornadas sectoriales vinculadas al turismo, la naturaleza, la cultura y la gastronomía, así como captación y celebración de eventos profesionales en el territorio. La actuación incluirá acciones de representación institucional, promoción del destino y generación de espacios de networking y transferencia de conocimiento, así como la organización o coorganización de eventos en el territorio. En este marco, se priorizará la presencia en foros de referencia especializados en turismo sostenible, naturaleza, cultura y gastronomía o turismo de interior. Asimismo, se fomentará la adhesión a redes y plataformas sectoriales que refuercen la visibilidad del destino. Su finalidad es mejorar la proyección de Ávila, atraer profesionales y dinamizar el sector turístico local. El impacto esperado es un mayor posicionamiento competitivo y una mayor proyección de la provincia en mercados estratégicos.

Actividades clave

- **Selección y priorización de eventos:** selección anual de congresos, ferias y jornadas sectoriales de interés regional, nacional e internacional vinculados a turismo, naturaleza, cultura y gastronomía. Actualmente, desde el servicio de turismo se participa en FITUR, INTUR, NATURCYL y otras ferias similares. Desde Ávila Auténtica también se participa en eventos especializados como Madrid Fusión y Salón Gourmet. Existen otros eventos como el Congreso Nacional de Ecoturismo, el Foro de Turismo Sostenible de España, Green Destinations Conference, Foros de Ciudades Patrimonio de la Humanidad (UNESCO), el Foro Mundial de Turismo Gastronómico, de alto interés para la proyección nacional e internacional de la Provincia de Ávila.
- **Participación activa en foros y encuentros:** se sugiere la priorización de 3-4 eventos nacionales estratégicos, 1-2 eventos internacionales de referencia y asistir en foros técnicos específicos según necesidades del año. La asistencia institucional conllevaría una representación del destino y promoción de la oferta turística provincial vinculada a los productos clave (cultura, naturaleza y gastronomía).
- **Captación y acogida de eventos profesionales:** identificación de oportunidades y coordinación para organizar o coorganizar encuentros relacionados en el propio territorio, de forma itinerante en distintas comarcas menos conocidas o consolidadas desde el punto de vista turístico.
- **Coordinación y seguimiento de participación:** planificación de agenda, recursos, contactos y evaluación del impacto de la participación en eventos y foros (alianzas generadas, contactos realizados, posibles proyectos o eventos captados, retorno estratégico, entre otros). Los foros/encuentros también son un canal clave para el aprovechamiento de espacios de networking, transferencia de conocimiento y establecimiento de alianzas.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Comarcas y ayuntamientos abulenses con capacidad de acogida • Asociaciones turísticas provinciales • Entidades culturales y gastronómicas locales • Oficinas de Turismo de la provincia	
Modelo de implantación	Convenios interadministrativos y público-privados	
Indicadores	• Número de eventos y foros en los que la provincia participa activamente • Número de eventos organizados o coorganizados en la provincia • Número de contactos profesionales y alianzas establecidas • Nivel de satisfacción de participantes y entidades colaboradoras	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio



Este eje responde a la necesidad de desarrollo de un modelo turístico regenerativo que genere **impacto positivo y duradero en el territorio** contribuyendo a la mejora y adecuación de infraestructuras turísticas y el equilibrio entre la actividad turística y la **preservación del entorno natural, cultural y social** a través de prácticas **sostenibles, responsables y alineadas con los valores locales**.

Líneas Estratégicas

2.1.

Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico

Mejorar, adecuar y dinamizar espacios turísticos y de uso ciudadano, atendiendo a la diversidad comarcal y al medio rural poniendo en valor infraestructuras infrautilizadas, reforzando la funcionalidad de equipamientos, y favoreciendo un desarrollo territorial equilibrado que beneficie tanto a residentes como a visitantes a través del carácter regenerativo de la actividad turística.

2.2.

Mejora de la conectividad y movilidad del destino

Impulsar el desarrollo y mejora de infraestructuras clave de conectividad y movilidad como base para el desarrollo turístico y social del territorio y que favorezcan a la interconexión a nivel provincial y comarcal, el acceso a servicios esenciales, la cohesión territorial y competitividad global del destino.

2.3.

Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

Favorecer el despliegue de iniciativas turísticas que generen mayor corresponsabilidad entre el sector público-privado y una mayor sensibilización y conocimiento sobre valor económico, social y ambiental del sector turístico y su contribución al desarrollo local, la fijación de población y el fortalecimiento del tejido empresarial-social.

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio



Línea 2.1. Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico

2.1.1. Impulso de un programa provincial de dinamización, recuperación y activación de infraestructuras y equipamientos turísticos

Descripción de la actuación

Desarrollo de un programa para la identificación, rehabilitación y puesta en valor de equipamientos e infraestructuras turísticas de la provincia de Ávila, incluyendo actuaciones de mantenimiento, modernización y adecuación funcional. La actuación contemplará el inventariado y diagnóstico de infraestructuras turísticas claves existentes, priorización de actuaciones, coordinación con agentes locales, planificación estratégica de usos y promoción de recursos, buscando optimizar su aprovechamiento y sostenibilidad. Su finalidad es fortalecer la oferta turística, mejorar la experiencia del visitante y generar oportunidades económicas y sociales en el territorio. El impacto esperado es una mayor competitividad del destino y la consolidación de la provincia de Ávila como destino turístico capaz.

Actividades clave

- **Inventariado y diagnóstico de infraestructuras:** aunque el diagnóstico realizado ha permitido identificar ya algunas tipologías de infraestructuras y equipamientos turísticos clave que, según su estado funcional, estratégico y de sostenibilidad, según el sector involucrado deben ser dinamizadas, recuperadas y/o activadas como los molinos y patrimonio etnográfico asociado en el Valle del Tiétar y Alberche, reapertura de aulas arqueológicas y naturaleza y centros de interpretación, se realizará un inventario concreto para la identificación de otras posibles infraestructuras.
- **Priorización y planificación de actuaciones:** definición de criterios de intervención y diseño de un plan estratégico para rehabilitación, modernización y adecuación funcional según la tipología de las infraestructuras, el valor patrimonial y singularidad, el estado de deterioro y riesgo de pérdida o la capacidad de integración en rutas turísticas e implicación del tejido local.
- **Ejecución de rehabilitación y modernización:** implementación de obras y mejoras de accesibilidad, digitalización y adecuación de infraestructuras turísticas para visitas controladas.
- **Coordinación y colaboración con agentes locales:** implicación de ayuntamientos, pymes, asociaciones y organismos de patrimonio para maximizar eficacia y aprovechamiento de recursos.
- **Promoción y puesta en valor de infraestructuras:** puesta en valor de los recursos rehabilitados, dinamización de su uso y generación de sinergias económicas, sociales y turísticas.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Junta de Castilla y León - Ayuntamientos de la provincia - Empresas constructoras o de mantenimiento - Gestores de patrimonio cultural, natural o gastronómico	
Modelo de implantación	- Colaboración interadministrativa /Público-privada - Contratación mixta servicios y suministros	
Indicadores	- Número de infraestructuras y equipamientos clave intervenidos - Porcentaje de infraestructuras rehabilitadas con criterios de sostenibilidad y accesibilidad. - Incremento de visitantes o uso de infraestructuras rehabilitadas - Nivel de coordinación y participación de agentes locales en las actuaciones - Evaluación de cumplimiento de objetivos y efectividad de las intervenciones.	
Presupuesto	Muy alto: > 500.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.1. Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico

2.1.2. Diseño, mejora y promoción de rutas e itinerarios turísticos de naturaleza, cultura y gastronomía que conecten diferentes espacios turísticos comarcales

Descripción de la actuación

Creación, mejora de señalización y difusión de recorridos que integren espacios de naturaleza, cultura y gastronomía en la provincia de Ávila, incluyendo la planificación de rutas e itinerarios, impulso de iniciativas para la mejora en accesibilidad y servicios, y acciones de comunicación y difusión. La actuación fomentará la conexión entre distintas comarcas, facilitando experiencias integradas y de calidad para visitantes. Su finalidad es dinamizar el turismo territorial, incrementar la estancia y el consumo en el destino, y fortalecer la identidad y competitividad de la provincia de Ávila como destino integrado.

Actividades clave

- **Análisis de rutas existentes y oportunidades de conexión:** identificación y diagnóstico de recorridos que vinculen naturaleza, cultura y gastronomía en la provincia de Ávila como Rutas entre municipios del Valle del Tiétar, Rutas de Mascaradas, Rutas arqueológicas de Castros y Vettones, Rutas del Cortejo Fúnebre de Isabel La Católica, Ruta de Santa Teresa de Jesús, Camino de Santiago o Ruta de los Molinos y patrimonio etnográfico asociado, así como rutas de senderismo desde el Ayuntamiento de San Esteban del Valle, Red de senderos de Gredos, entre otros.
- **Diseño y mejora de itinerarios integrados:** planificación de nuevas rutas (vinculadas a observación de estrellas, red de miradores, castillos y fortalezas u otros monumentos históricos) y actualización de las existentes, incluyendo la implantación de señalización homogénea (contemplada en una ficha de actuación específica), puntos de interés, conectividad entre comarcas y conectando espacios de naturaleza, cultura y gastronomía.
- **Procesos de participación ciudadana en el diseño:** el diseño de nuevos itinerarios se impulsará a través de iniciativas de co-creación como concursos universitarios de diseño de rutas o proyectos escolares con la colaboración de USAL y otros centros profesionales o educativo-formativos vinculados al turismo y cultura.
- **Adecuación de servicios y accesibilidad:** implementación de mejoras en infraestructuras asociadas a las rutas (miradores, áreas de descanso, aparcamientos, accesos) y servicios complementarios.
- **Difusión y promoción de rutas:** desarrollo de material informativo, presencia en plataformas digitales, Oficinas de Turismo y colaboración con agentes turísticos locales y regionales para aumentar la visibilidad de los itinerarios.
- **Coordinación y dinamización territorial:** colaboración con ayuntamientos, asociaciones, pymes y operadores turísticos para garantizar la sostenibilidad, el uso activo y la integración de las rutas en la oferta provincial.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de cultura de la Diputación de Ávila - Stellarium - Ávila Auténtica - Asociaciones de turismo rural, naturaleza, gastronomía y culturales - Entidades de promoción turística - Tejido empresarial local vinculado a servicios turísticos de las rutas	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada y Contratación pública de suministros	
Indicadores	- Número de rutas e itinerarios diseñados o mejorados - Porcentaje de rutas con señalización y accesibilidad adecuada - Número de visitantes que utilizan las rutas o itinerarios - Incremento de la estancia media y gasto en comarcas conectadas por rutas - Participación de agentes locales en la gestión y dinamización de los itinerarios	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo



Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.1. Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico

2.1.3. Identificación, despliegue y promoción de una agenda digital de eventos temáticos itinerantes y rotatorios entre diferentes comarcas vinculados a productos clave

Descripción de la actuación

Identificación, planificación y difusión de eventos vinculados a productos turísticos clave, que se celebrarán de manera rotatoria en las comarcas de la provincia de Ávila. La actuación incluirá la identificación de eventos existentes, el diseño de nuevos en función de temáticas clave para el territorio, la planificación de un calendario rotatorio, el diseño de una agenda digital para su difusión y la coordinación con ayuntamientos, empresas y agentes locales para su organización. La diputación, en este sentido, también puede apoyar a través de un impulso económico (ayudas) para la organización y continuidad de estos eventos. La iniciativa busca generar actividad turística durante todo el año y distribuir los visitantes por el territorio. El impacto esperado es la puesta en valor de los productos locales y las comarcas de la provincia, la participación ciudadana y la competitividad del destino.

Actividades clave

- **Mapeo, identificación y selección de eventos estratégicos:** identificación de eventos existentes y selección de aquellos con mayor potencial para su integración en una agenda provincial estructurada vinculados a naturaleza (eclipses lunares u otros acontecimientos astronómicos, floraciones en los campos de La Moraña, observación de aves y fauna específica en ciertas épocas del año), cultura (eventos asociados a acontecimientos o figuras históricas de la Provincia de Ávila como Santa Teresa, Adolfo Suárez, Isabel La Católica o San Juan de la Cruz, representativos de la Provincia de Ávila) y gastronómicos (mercados de productores, talleres de cocina, jornadas de puertas abiertas, entre otros).
- **Diseño del calendario rotatorio:** definición de nuevas iniciativas temáticas para los eventos asociados a hitos históricos, culturales o sociales que representen la autenticidad local y tradición histórica de la provincia y planificación de una agenda anual coordinada y distribuida territorialmente entre comarcas. Esta actividad debe realizarse de forma coordinada con gestores de los eventos a desarrollar y asociaciones culturales como A tu Valle Amblés, Raíces de la Moraña, MASCARÁVILA, Patrimonio Divertido y ayuntamientos locales.
- **Desarrollo de agenda digital provincial:** diseño de una herramienta digital para la gestión, actualización y difusión de eventos turísticos de forma centralizada e integrada en los canales web y redes sociales de turismo de la Provincia de Ávila.
- **Coordinación con agentes locales:** colaboración con ayuntamientos, asociaciones, pymes y entidades locales para la organización, ejecución y consolidación de eventos a través de las mesas operativas y secretaría técnica del modelo de gobernanza planteado, así como la actualización de la propia agenda digital.
- **Impulso económico y apoyo a la organización:** diseño de líneas de ayudas o incentivos para garantizar la continuidad, calidad y profesionalización de los eventos que se han apoyado en su difusión y continuidad.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de cultura de la Diputación de Ávila - Stellarium, Ávila Auténtica - Ayuntamientos de la provincia - Asociaciones culturales y sociales - Oficinas de Turismo	
Modelo de implantación	- Gestión directa de la Diputación de Ávila - Subvenciones/Convenios de patrocinio	
Indicadores	- Número de eventos integrados en la agenda digital provincial - Número de comarcas participantes en el calendario rotatorio - Nivel de asistencia media a los eventos organizados - Número de eventos por mes a lo largo del año (desestacionalización) - Impacto económico estimado en el territorio asociado a los eventos	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.2. Mejora de la conectividad y movilidad del destino

2.2.1. Diagnóstico, formulación y despliegue de planes específicos para la mejora de movilidad y conectividad a nivel provincial y comarcal

Descripción de la actuación

Realización de un diagnóstico del sistema actual de transporte, movilidad y conectividad turística en la provincia de Ávila, identificando puntos de mejora para garantizar la movilidad y conectividad a nivel provincial y comarcal. La actuación incluirá la propuesta de soluciones estratégicas y operativas, priorizando intervenciones que optimicen el acceso a recursos turísticos principales de toda la provincia y la integración territorial. Su finalidad es facilitar el mejorar el acceso y movilidad de los residentes y mejorar la experiencia del visitante, fortaleciendo la cohesión territorial. El impacto esperado es una mayor conectividad, dinamización económica y competitividad del destino.

Actividades clave

- **Evaluación del sistema de movilidad turística:** el sistema de movilidad actual de la Provincia de Ávila destaca por lo siguiente: un sistema muy dependiente del vehículo privado, transporte público limitado en frecuencia, horarios y conexión entre comarcas, transporte no alineado a los ritmos turísticos, escasa intermodalidad y una señalización y coordinación fragmentada en transporte turístico.
- **Identificación de déficits y oportunidades de mejora:** localización de puntos críticos de conectividad (Gredos-Tormes-Corneja, Valle Alberche y Tierra Pinares, Valle del Tiétar, La Moraña), barreras de acceso y desequilibrios territoriales que afectan a la movilidad turística, especialmente en entornos rurales y accesos desde la ciudad de Ávila a otras comarcas lo cual genera un acceso desigual a recursos turísticos, saturación puntual en espacios sensibles por falta de alternativas y exclusión de visitantes sin coche que se quedan en la propia ciudad y no descubren otros lugares, así como una duración menor de la estancia turística.
- **Priorización y programación de actuaciones:** establecimiento de criterios de intervención y elaboración según la presión turística, la fragilidad ambiental y la ausencia de alternativas, así como su capacidad de implementación inmediata, definición de una hoja de ruta para la implantación progresiva de las medidas, incluyendo ejes, líneas, actuaciones, recursos y posibles fuentes de financiación regionales y nacionales.
- **Coordinación institucional y seguimiento:** articulación de mecanismos de colaboración entre administraciones y agentes implicados, así como definición de herramientas para el seguimiento y evaluación de las actuaciones (indicadores KPI).

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Ministerio de Transporte y Movilidad Sostenible - Junta de Castilla y León - Ayuntamientos de la provincia de Ávila - Operadores de transporte público y privado - Empresas de movilidad y logística	
Modelo de implantación	Convenio interadministrativo /Planeamiento urbanístico	
Indicadores	- Número de planes de movilidad y conectividad elaborados y aprobados - Porcentaje de recursos turísticos prioritarios analizados con diagnóstico de accesibilidad definido - Número de actuaciones de mejora de conectividad identificadas y priorizadas - Porcentaje de agentes clave participantes en el proceso de validación de los planes - Grado de satisfacción de visitantes/residentes respecto a la movilidad de la provincia	
Presupuesto	Muy alto: > 500.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.2. Mejora de la conectividad y movilidad del destino

2.2.2. Fomento de un sistema transporte público sostenible y adaptado a horarios de turistas, residentes, trabajadores y otros agentes del sector

Descripción de la actuación

En base al diagnóstico realizado, dinamizar e impulsar un modelo de transporte público en la provincia de Ávila que responda a las necesidades de turistas, residentes, trabajadores y agentes del sector turístico. La actuación incluirá la colaboración con los agentes competentes en la adaptación de rutas y horarios, la incorporación de soluciones sostenibles y la coordinación con operadores locales para mejorar cobertura y eficiencia. Su finalidad es facilitar la movilidad, optimizar la accesibilidad a recursos turísticos y promover hábitos de transporte responsables. El impacto esperado es una mayor conectividad, reducción de la huella ambiental y fortalecimiento de la competitividad del destino.

Actividades clave

- **Implementación de mejoras en rutas y servicios de transporte:** puesta en marcha de ajustes en itinerarios desde Ávila ciudad a otros pueblos de otras comarcas como Arévalo, El Tiemblo, Las Navas del Marqués, Cebreros, Arenas de San Pedro o Candeleda, El Barco de Ávila, Piedrahíta y Hoyos de Espino, frecuencias y horarios conforme a los planes de movilidad definidos, priorizando la conexión entre núcleos rurales, centros comarcales y principales recursos turísticos de la provincia y reforzando servicios en fines de semana, puentes e inicios de temporada de verano e invierno.
- **Despliegue de soluciones de transporte adaptado a la demanda:** activación de servicios flexibles y ajustados a los horarios de apertura de los principales monumentos o eventos desarrollados, como transporte a demanda o lanzaderas específicas, orientadas a mejorar la cobertura en zonas de baja densidad y facilitar el acceso a recursos turísticos estratégicos.
- **Incorporación de criterios de sostenibilidad en la movilidad:** impulso del uso de vehículos de bajas emisiones y modelos de transporte eficientes y sostenibles, promoviendo soluciones alineadas con la transición ecológica y la reducción de la huella ambiental (híbridos, eléctricos).
- **Coordinación operativa con administraciones y operadores:** establecimiento de mecanismos de colaboración para la gestión conjunta del sistema, incluyendo la definición de responsabilidades, canales de comunicación y procesos de toma de decisiones conjuntas (mesas de trabajo, reuniones periódicas).
- **Seguimiento y optimización continua del sistema de transporte:** monitorización del funcionamiento y uso de los servicios implementados, permitiendo la adaptación progresiva de rutas y horarios en función de la demanda real y la evolución del destino.

Planificación	
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)
Largo plazo (2030–2031)	
Prioridad	Media
Implantación y seguimiento	
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila
Entidades colaboradoras	- Junta de Castilla y León - Ayuntamientos de la provincia de Ávila - Operadores de transporte público y privado - Empresas de movilidad y logística
Modelo de implantación	Contratación pública – servicios /Subvenciones directas
Indicadores	- Porcentaje de actuaciones de movilidad implementadas respecto a las planificadas - Número de rutas y servicios adaptados en funcionamiento - Número de soluciones de transporte a demanda o sostenible implantadas - Incremento del uso del transporte público en zonas turísticas - Nivel de satisfacción de usuarios (turistas y residentes)
Presupuesto	Muy alto: > 500.000€

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.2. Mejora de la conectividad y movilidad del destino

2.2.3. Integración de sistemas de señalización homogéneos, estandarizados e inteligentes con foco en los recursos turísticos vinculados a la naturaleza, cultura y gastronomía

Descripción de la actuación

Implementación de señalización homogénea para recursos turísticos de naturaleza, cultura y gastronomía en la provincia de Ávila, incorporando tecnologías inteligentes que faciliten la orientación, información y accesibilidad de los visitantes. La actuación incluirá la definición de criterios comunes, identificación de ubicación estratégica de soportes, instalación coordinada de recursos turísticos y rutas, coordinación con agentes locales y actualización periódica de contenidos informativos. Su finalidad es mejorar la experiencia del visitante, garantizar coherencia territorial y facilitar la movilidad dentro del destino. El impacto esperado es una mayor visibilidad de los recursos, incremento en la satisfacción turística y fortalecimiento de la competitividad de la provincia.

Actividades clave

- **Diseño e implementación del sistema de señalización homogénea:** definición de un sistema único, reconocible y coherente de señalización turística que incluya la tipología de soportes y tecnologías inteligentes, la identidad visual única, lenguaje claro y uso de pictogramas comprensibles y accesibles (lectura fácil, contraste visual, uso de iconos universales), asegurando coherencia visual y funcional en toda la provincia.
- **Planificación estratégica de ubicaciones de señalización:** identificación de puntos clave piloto para la instalación de soportes físicos y digitales, priorizando recursos turísticos con alta presión turística, sensibles y nodos donde se concentran las decisiones del visitante vinculados a la naturaleza, cultura y gastronomía, así como nodos de conexión y accesos principales a puntos de interés turístico como la Laguna de Gredos, miradores y accesos a senderos de Valle de Iruelas, Embalse de El Burguillo, aparcamientos de la Laguna del Duque en el Tiemblo, áreas forestales de uso recreativo del Valle de Alberche y Tierra Pinares, la Muralla de Ávila y núcleo histórico.
- **Instalación de señalización física e inteligente:** despliegue de soportes y elementos físicos (paneles) y tecnológicos, incluyendo señalización digital, tótems y códigos QR con acceso a contenidos digitales, garantizando accesibilidad, visibilidad y actualización de información para visitantes y residentes.
- **Coordinación interadministrativa y con agentes locales:** establecimiento de mecanismos de colaboración con ayuntamientos, entidades gestoras y asociaciones empresariales para asegurar uniformidad en la implantación, mantenimiento y actualización del sistema.
- **Mantenimiento, actualización y evaluación del sistema:** revisión periódica de contenidos y funcionamiento de la señalización, adaptando los soportes y la información a la evolución del destino, la demanda turística y la incorporación de nuevas rutas o recursos.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de cultura de la Diputación - Oficinas de Información Turística y puntos de información - Casas del parque - Otras entidades gestoras de recursos turísticos principales - USAL	
Modelo de implantación	Contratación pública suministros	
Indicadores	- Porcentaje de recursos turísticos prioritarios con señalización homogénea implantada - Número de soportes de señalización instalados (físicos e inteligentes) - Porcentaje de cobertura territorial del sistema de señalización - Nivel de uso de herramientas digitales asociadas (QR, enlaces, etc.) - Grado de satisfacción de los visitantes respecto a la señalización	
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.2. Mejora de la conectividad y movilidad del destino

2.2.4. Desarrollo de jornadas informativas y de concienciación sobre la movilidad sostenible y el conocimiento de otros territorios de la provincia

Descripción de la actuación

Organización de las "Jornadas de sensibilización y buenas prácticas en movilidad sostenible y turismo responsable", siendo estas, sesiones informativas y de concienciación dirigidas a turistas, residentes y agentes del sector turístico de la provincia de Ávila. La actuación incluirá la identificación de asistentes, programa de los eventos, gestión de la convocatoria y presentación de buenas prácticas, promoción de hábitos de transporte sostenibles y difusión de información sobre distintos territorios comarcales. Su finalidad es fomentar la movilidad responsable, aumentar el conocimiento del patrimonio provincial y mejorar la experiencia de los visitantes y residentes. El impacto esperado es una mayor conciencia ambiental, optimización de la circulación turística y fortalecimiento de la cohesión y competitividad de la provincia de Ávila.

Actividades clave

- **Diseño y planificación de jornadas:** los objetivos perseguidos a través de estas jornadas divulgativas, prácticas y participativas son la sensibilización sobre el impacto de la movilidad turística en espacios naturales protegidos, núcleos históricos y municipios rurales, difundir buenas prácticas de movilidad sostenible y visibilizar la diversidad comarcal de la Provincia. Esta etapa también incluye la elaboración de un cronograma, gestión logística (selección de espacio y canales) y elaboración de documentación de soporte.
- **Identificación y convocatoria de participantes:** segmentación de públicos (instituciones, medios, ciudadanía y administraciones), elaboración de listados, envío de invitaciones, coordinación con asociaciones locales y agentes turístico (A tu Valle Amblés, Raíces de la Moraña, Centros de iniciativas turísticas, entre otros). Se propone la selección de formatos híbridos (presencial, virtual) y la incorporación de mesas de diálogo durante las sesiones para favorecer el debate y sinergias.
- **Elaboración de contenidos y presentación de buenas prácticas:** preparación de materiales informativos, estudios de caso sobre movilidad sostenible y difusión de información sobre distintos territorios comarcales, con enfoque divulgativo y práctico.
- **Evaluación, seguimiento y difusión de resultados:** recopilación de feedback de asistentes, análisis de impacto, elaboración de informes de resultados y promoción de conclusiones y aprendizajes mediante canales institucionales y medios locales.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Oficinas de Información Turística y ayuntamientos • Operadores turísticos de transporte público y privado • Escuela de turismo regenerativo • Integrantes mesas operativas	
Modelo de implantación	Gestión directa desde Diputación de Ávila	
Indicadores	• Número de jornadas organizadas y realizadas • Número de participantes por jornada y perfil • Porcentaje de asistentes que incrementan su conocimiento sobre movilidad sostenible y territorios provinciales (encuesta post-evento) • Nivel de satisfacción de los participantes respecto a contenidos y organización • Número de buenas prácticas documentadas y difundidas entre agentes turísticos	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

2.3.1. Despliegue de un estudio en profundidad sobre la sostenibilidad y capacidad regenerativa del sector turístico en la provincia de Ávila

Descripción de la actuación

Realización de un análisis exhaustivo del impacto ambiental, social y económico del sector turístico en la provincia de Ávila, evaluando su capacidad de regeneración y sostenibilidad a medio y largo plazo: "La Provincia de Ávila ante el reto de la sostenibilidad y regeneración turística. Análisis de capacidad de carga, impactos y buenas prácticas para la gestión del destino". La actuación incluirá la recopilación de datos, mapeo de riesgos y oportunidades, identificación de buenas prácticas y propuestas de medidas correctoras y preventivas, partiendo del diagnóstico elaborado E.7 en el marco de este proyecto, pero con un foco en la perspectiva de sostenibilidad y regeneración turística. Su finalidad es orientar políticas y estrategias turísticas responsables, optimizar el uso de recursos y garantizar un desarrollo equilibrado del sector. El impacto esperado es proporcionar información estratégica para la toma de decisiones, mejorar la planificación turística y fortalecer la resiliencia del destino.

Actividades clave

- **Recopilación y sistematización de información:** obtención de datos sobre flujos turísticos, impactos ambientales (presión sobre ecosistemas sensibles, generación de residuos, consumo de agua y energía, alteración de hábitats y paisaje), socioeconómicos (empleo generado, impacto en servicios locales, convivencia y satisfacción de la población, dependencia turística de municipios pequeños) y capacidad de carga de recursos naturales y culturales, incluyendo fuentes institucionales y sectoriales (INE, Boletines Coyunturales de la Junta de Castilla y León, noticias y alertas locales, entrevistas con agentes locales, observación directa y análisis territorial).
- **Análisis de sostenibilidad y capacidad regenerativa:** evaluación del uso de recursos (agua, energía, suelo y biodiversidad), identificación de presiones sobre entornos naturales y patrimoniales, y valoración de la capacidad del destino (regulación existente, personal y medios de control o sanciones) para mantener un equilibrio entre actividad turística y conservación.
- **Identificación de buenas prácticas y benchmarking:** localización y estudio de experiencias exitosas a nivel regional, nacional e internacional que puedan adaptarse a la realidad de la provincia de Ávila como la Sierra de Tramuntana en Mallorca, el Parque Nacional de Ordesa (Huesca), Picos de Europa o la Sierra de Guadarrama, incluyendo turismo rural, cultural y gastronómico vinculado a la restauración ambiental, la conservación patrimonial o el mantenimiento de oficios y tradiciones (ej. MASCARAVILA).
- **Formulación de medidas preventivas y correctoras:** diseño de recomendaciones estratégicas y operativas dirigidas a mejorar la sostenibilidad, optimizar recursos y minimizar impactos negativos en el territorio provincial.
- **Difusión de resultados y soporte a la toma de decisiones:** elaboración de informes técnicos, presentaciones y talleres con administraciones, agentes turísticos y comunidades locales para favorecer la implementación de medidas y políticas basadas en evidencia.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de Medioambiente y desarrollo rural - Ayuntamientos de la provincia - Escuela de turismo generativo - Integrantes mesas operativa de producto	
Modelo de implantación	Gestión directa desde Diputación de Ávila/ Contratación pública servicios	
Indicadores	- Informe técnico(s) elaborados - Porcentaje de recursos turísticos evaluados - Número de medidas correctoras y preventivas propuestas y validadas - Nivel de integración de recomendaciones en planes	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo



Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

2.3.2. Impulso de la capacitación y formación de responsables, gestores y técnicos de organizaciones turísticas en la implantación de prácticas sostenibles y regenerativas

Descripción de la actuación

Ejecución de programas de capacitación sobre sostenibilidad dirigidos a responsables, gestores y técnicos de organizaciones turísticas de la provincia de Ávila. La actuación incluirá la identificación de beneficiarios y el diseño, organización o coorganización de talleres, cursos prácticos y materiales de apoyo orientados a la adopción de medidas sostenibles, eficiencia de recursos y gestión regenerativa del entorno. Su finalidad es fortalecer la cultura de sostenibilidad en el sector turístico, mejorar la gestión ambiental y social de los destinos y garantizar un desarrollo equilibrado. El impacto esperado es fomentar un turismo más sostenible, resiliente y competitivo.

Actividades clave

- **Identificación y segmentación de beneficiarios:** elaboración de un inventario de beneficiarios que incluya principalmente: pymes turísticas, responsables y gestores públicos, emprendedores y proyectos emergentes, priorizando la participación de los integrantes de las mesas operativas de producto consolidadas.
- **Diseño y desarrollo de programas formativos especializados:** creación de contenidos teóricos y prácticos adaptados al contexto provincial, incluyendo los siguientes módulos: 1) Gestión turística sostenible (principios de sostenibilidad, ODS, herramientas de gestión sostenible, integración del turismo en la comunidad local) 2) Eficiencia en recursos y economía circular (optimización del uso de agua, ahorro energético, residuos y reducción de plásticos, compra responsable y producto local) o 3) Innovación y prácticas regenerativas (turismo regenerativo, restauración del entorno a través de la actividad turística, casos prácticos adaptados a Ávila).
- **Organización logística de talleres y cursos prácticos:** planificación y coordinación de sesiones presenciales y virtuales, selección de sedes en distintos municipios de distintas comarcas para garantizar cobertura territorial, gestión de horarios flexibles para facilitar la participación de pymes y recursos humanos, y coordinación con expertos, ponentes y colaboradores especializados.
- **Implementación de seguimiento y evaluación del aprendizaje:** desarrollo de mecanismos de monitorización de la participación y aplicación de los conocimientos adquiridos; recogida de feedback de los participantes y análisis de resultados para la mejora continua de los programas formativos.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de medioambiente y desarrollo rural - Ayuntamientos de la provincia - CEOE y Cámara de Comercio - Tejido empresarial turístico - Universidades y centros de formación especializados - ADR y grupos de acción local - Integrantes mesas operativas de producto	
Modelo de implantación	Gestión directa desde Diputación de Ávila / Contratación servicios	
Indicadores	- Número de acciones formativas desarrolladas/impulsadas - Número de responsables, gestores y técnicos formados - Nivel de satisfacción de los participantes con los programas de capacitación - Número de buenas prácticas implementadas tras la formación	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

2.3.3. Diseño y difusión de un decálogo de buenas prácticas orientado a fomentar la práctica de turismo responsable en espacios turísticos: "ÁVILA SE CUIDA, 10 BUENAS PRÁCTICAS PARA UN TURISMO RESPONSABLE"

Descripción de la actuación

Elaboración y promoción de un conjunto de diez recomendaciones orientadas a fomentar comportamientos sostenibles y respetuosos en espacios turísticos naturales, culturales y vinculados a la gastronomía de la provincia de Ávila: "ÁVILA SE CUIDA, 10 BUENAS PRÁCTICAS PARA UN TURISMO RESPONSABLE". La actuación incluirá la identificación de espacios en riesgo o vulnerables, definición de buenas prácticas, la redacción de recomendaciones claras y la difusión mediante materiales informativos, campañas de sensibilización y canales digitales. Su finalidad es concienciar a visitantes y agentes del sector sobre la importancia de un turismo responsable, proteger los recursos naturales y culturales, y mejorar la calidad de la experiencia turística. El impacto esperado es un turismo más consciente, seguro y sostenible en la provincia.

Actividades clave

- **Definición y redacción del decálogo de buenas prácticas:** elaboración de recomendaciones claras, operativas y adaptadas a distintos perfiles (visitantes, empresas, residentes), incluyendo pautas de comportamiento responsable, conservación del entorno y uso adecuado de los recursos.
- **Diseño y producción de materiales de difusión:** desarrollo de soportes físicos (folletos) y digitales (infografías, cartelería, contenidos web, redes sociales y recursos visuales), asegurando coherencia gráfica y accesibilidad en todo el territorio.
- **Identificación de espacios turísticos sensibles o vulnerables:** análisis de recursos naturales, culturales y entornos rurales con mayor presión turística o fragilidad, priorizando la implantación y comunicación de este decálogo en aquellos con mayor afluencia o riesgo de deterioro (Sierra de Gredos, Laguna Grande de Gredos, Embalse de El Burguillo y entorno forestal, Laguna del Duque, Valle de Alberche, entre otros).
- **Implementación de acciones de sensibilización y comunicación:** despliegue de campañas informativas en puntos de información turística, casas del parque, aulas arqueológicas, recursos clave y canales digitales, en coordinación con ayuntamientos y agentes responsables de los espacios involucrados.
- **Seguimiento, evaluación y actualización del decálogo:** monitorización del grado de conocimiento y adopción de las buenas prácticas, análisis de su impacto en los espacios turísticos y revisión periódica de contenidos en función de la evolución del destino, así como la replicabilidad del decálogo en otros ámbitos.

Planificación

Corto plazo (2026-2027)

Medio plazo (2028-2029)

Largo plazo (2030-2031)

Prioridad

Media

Implantación y seguimiento

Responsable de ejecución

Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila

Entidades colaboradoras

- Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación
- Oficinas de información turística y otros puntos de información
- Casas del parque
- Gestores de espacios naturales y patrimoniales
- Tejido empresarial turístico local
- Universidades y centros de formación especializados

Modelo de implantación

Gestión directa desde Diputación de Ávila

Indicadores

- Número de buenas prácticas definidas
- Nivel de conocimiento del decálogo por parte de visitantes (encuestas)
- Grado de reducción de incidencias o comportamientos inadecuados en espacios turísticos
- Número de acciones de difusión realizadas

Presupuesto

Muy bajo: < 25.000€

4. Plan Operativo



Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

2.3.4. Desarrollo de una campaña de sensibilización dirigida a la población local para destacar el impacto y retorno del turismo en el ámbito rural "ÁVILA: EL TURISMO QUE NOS SOSTIENE"

Descripción de la actuación

Diseño e implementación de jornadas informativas dirigidas a la población local de la provincia de Ávila para visibilizar los beneficios económicos, sociales y culturales del turismo en entornos rurales "ÁVILA: EL TURISMO QUE NOS SOSTIENE". La actuación incluirá desarrollo y difusión de materiales informativos, testimonios de agentes locales y otros destinos referentes (Toledo, Valladolid, Burgos, León, entre otros), actividades participativas y presencia en medios y canales digitales. Su finalidad es fortalecer la comprensión y apoyo de la comunidad, especialmente rural (vecinos, pymes locales, jóvenes y población activa, emprendedores y autónomos, asociaciones o administraciones locales/comarcales) hacia el sector turístico, fomentar la colaboración y participación ciudadana, y consolidar la sostenibilidad del desarrollo rural. El impacto esperado es una mayor implicación local y cohesión territorial en torno al turismo.

Actividades clave

- **Diseño estratégico de la campaña de sensibilización:** definición de objetivos (mejora de la percepción del turismo en pequeñas zonas rurales no desarrolladas y fomentar el orgullo territorial e implicación ciudadana), públicos objetivo (ciudadanía, empresas, gestores y administraciones locales), mensajes clave y canales de comunicación (roadshow intercomarcal), adaptando el enfoque a la realidad rural y a los distintos perfiles de población de la provincia.
- **Elaboración de contenidos y materiales divulgativos:** desarrollo de piezas informativas en distintos formatos (vídeos de corta duración, infografías, cartelería o folletos digitales e impresos), incluyendo testimonios de agentes locales, casos de éxito y ejemplos del impacto positivo del turismo en el territorio.
- **Implementación de acciones de difusión multicanal:** despliegue de la campaña a través de medios locales, redes sociales (Diario de Ávila, COPE o SER, sedes y tableros digitales de los ayuntamientos), páginas web institucionales y espacios físicos en municipios, garantizando alcance territorial.
- **Dinamización de actividades participativas en el territorio:** organización de jornadas, encuentros o sesiones informativas en municipios rurales y de forma itinerante para fomentar la participación ciudadana, el debate y la implicación de la población local en el desarrollo turístico.
- **Seguimiento y evaluación del impacto de la campaña:** monitorización del alcance, grado de conocimiento y percepción de la población local sobre el turismo, recogida de feedback y ajuste de la campaña en función de los resultados obtenidos.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación - Servicio de comunicación de la Diputación - Integrantes mesas operativas por producto - Oficinas de información turística - Medios de comunicación y prensa locales	
Modelo de implantación	Gestión directa desde Diputación de Ávila / Apoyo contratación pública	
Indicadores	- Número de acciones de comunicación y sensibilización realizadas - Alcance de la campaña (número de personas impactadas) - Nivel de conocimiento de la población local sobre el impacto del turismo (encuestas) - Grado de percepción positiva del turismo entre la población local - Número de participantes en actividades presenciales organizadas	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

Línea 2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico

2.3.5. Apoyo y promoción de iniciativas turísticas que generen empleo local, impulsen la fijación de población y permitan el cuidado del entorno

Descripción de la actuación

Identificación, impulso y difusión de proyectos turísticos en la provincia de Ávila que generen empleo local, fomenten la fijación de población y promuevan la protección del entorno natural y cultural. La actuación incluirá la recopilación de iniciativas alineadas a esos valores, la identificación y definición de posibles ayudas a ofrecer, así como la promoción y visibilidad de los proyectos en medios y plataformas especializadas. Su finalidad es fortalecer la economía local y mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales. El impacto esperado es la creación de empleo, la retención de habitantes y el fortalecimiento del tejido social en la provincia de Ávila a través de nuevos proyectos o proyectos que no han podido seguir ejecutándose por falta de recursos económicos.

Actividades clave

- **Identificación y caracterización de iniciativas turísticas locales:** recopilación y análisis de proyectos existentes y potenciales en la provincia, evaluando su impacto en empleo, fijación de población y sostenibilidad, con especial atención a pymes y emprendimiento rural: jornadas gastronómicas entre productores y empresarios, encuentros y eventos vinculados a productos gastronómicos concretos por temporada (IGP Carne de Ávila, DO Cebreros, Judías del Barco de Ávila) o eventos que se vinculan a personajes históricos como "[Las Señoritas de Piedrahíta](#)" o actividades vinculadas al turismo de naturaleza (observación de fauna y flora, observación astronómica, rutas a caballo, senderismo, montañismo, entre otros).
- **Definición de mecanismos de apoyo e incentivos:** diseño de líneas de actuación que faciliten el desarrollo de estas iniciativas, incluyendo apoyo económico, asesoramiento técnico, acompañamiento en fases de puesta en marcha o consolidación, y coordinación con programas de ayudas existentes a nivel provincial o autonómico.
- **Promoción y visibilización de proyectos estratégicos:** difusión en canales oficiales de la Diputación (Web, Instagram, LinkedIn o Facebook) de las iniciativas más destacadas a través de publicaciones institucionales y canales especializados, poniendo en valor su contribución al desarrollo turístico del territorio.
- **Impulso de redes de colaboración y cooperación:** fomento de la conexión entre emprendedores, empresas, administraciones y agentes locales, facilitando espacios virtuales o presenciales durante las propias iniciativas desarrolladas el intercambio de conocimiento, la generación de sinergias y el desarrollo de proyectos conjuntos.
- **Seguimiento y evaluación del impacto territorial:** monitorización del grado de desarrollo de las iniciativas apoyadas, análisis de su impacto en empleo y población, y ajuste de las medidas de apoyo en función de los resultados obtenidos.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación - Junta de Castilla y León - Mesas operativas de producto (naturaleza, cultura y gastronomía) - CEOE y Cámara de Comercio - Tejido social, fundaciones, asociaciones del tercer sector	
Modelo de implantación	Subvención directa, competitiva, incentivos no económicos (promoción en campañas oficiales, inclusión en plataformas de destino).	
Indicadores	- Número de iniciativas turísticas identificadas y apoyadas - Porcentaje de éxito de implantación de iniciativas turísticas apoyadas - Número de empleos generados o mantenidos vinculados a las iniciativas - Número de proyectos que contribuyen a la fijación de población en entornos rurales - Nivel de visibilidad de las iniciativas (apariciones en medios y plataformas)	
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€	

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital



Este eje aspira a mejorar la competitividad del sector turístico, mediante la **gestión y atracción de talento y emprendimiento** y despliegue de iniciativas que impulsen la **innovación y la transformación digital**, favoreciendo la adopción de nuevas tecnologías por parte del tejido empresarial turístico local y la digitalización de los recursos turísticos.

Líneas Estratégicas

3.1.

Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico

Desarrollar programas de apoyo al talento, la profesionalización y el emprendimiento turístico, orientados a la formación continua y la especialización del sector en función de las necesidades actuales y futuras del mercado orientados a la innovación y la excelencia y calidad en el servicio potenciando así la capacidad de atracción de talento del destino.

3.2.

Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias

Promover el desarrollo de soluciones turísticas innovadoras que integren nuevas tecnologías, creatividad y nuevos modelos de negocio, con el fin de diversificar y enriquecer la oferta natural, cultural y gastronómica de la provincia, generando propuestas de mayor valor, diferenciadas y con mayor capacidad de atracción.

3.3.

Impulso de la transformación digital en el sector turístico

Acelerar la transformación digital del sector turístico, fomentando la adopción de herramientas tecnológicas en empresas y destinos mediante programas de formación, acompañamiento y apoyo institucional, con el fin de mejorar la comercialización, la eficiencia operativa y la gestión del destino.

4. Plan Operativo



Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.1. Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico

3.1.1. Diagnóstico del marco de capacitación actual del sector turístico, así como activación de un plan de formación turística de aplicación provincial

Descripción de la actuación

Realización de un diagnóstico integral del sistema de capacitación turística en la provincia de Ávila, identificando necesidades formativas, brechas de cualificación, competencias críticas y oportunidades de mejora. Con base en los resultados del diagnóstico, se diseñará y activará un plan provincial de formación turística orientado a afrontar los principales retos asociados: relevo generacional, captación y retención del talento, profesionalización y especialización del sector, la falta de participación del sector en iniciativas formativas o el desprestigio generalizado del propio sector. Esta actuación tendrá un impacto directo en la mejora de las capacidades del capital humano, favoreciendo la adaptación de la formación a los nuevos retos del turismo y elevando los estándares de calidad y atención al visitante. Asimismo, contribuirá a incrementar la empleabilidad, la estabilidad laboral y la retención de talento en el territorio, especialmente en pequeños entornos rurales de la provincia de Ávila.

Actividades clave

- **Inventario y caracterización del sistema formativo existente:** mapeo exhaustivo de los centros formativos, programas, recursos formativos disponibles y su distribución territorial en la provincia de Ávila. Este proceso partirá del diagnóstico previo elaborado para el desarrollo del plan E.2 Mapa de Agentes y E.7 Dossier con el análisis y diagnóstico de la situación actual del sector turístico de la provincia de Ávila. Incluirá la recopilación de información tanto de entidades públicas como privadas, formación reglada y para el empleo y dará como resultado una base de datos completa específica del mapa formativo turístico.
- **Análisis de adecuación de la oferta formativa a las necesidades del sector:** análisis cualitativo y cuantitativo de los contenidos formativos, niveles de especialización y modalidades existentes, flexibilidad horaria, en relación con las necesidades reales del sector turístico (pymes y micropymes familiares con falta de tiempo, jóvenes desempleados, pequeños emprendedores). Para ello, se realizarán consultas, entrevistas y encuestas a empresas turísticas, asociaciones y agentes locales.
- **Identificación de brechas formativas y perfiles profesionales prioritarios:** detección de carencias en competencias clave y perfiles profesionales no cubiertos en el mercado laboral turístico provincial: guías/monitores de turismo activo y naturaleza, hostelería (camareros y chefs), gestores de alojamientos rurales, técnicos de turismo en áreas protegidas, agentes de comercialización, personal especializado en innovación y digitalización y emprendimiento turístico en general. Los resultados servirán como base para la definición de líneas formativas estratégicas adaptadas al contexto de Ávila.
- **Elaboración y planificación del plan estratégico provincial de formación turística:** definición de objetivos, líneas de actuación, itinerarios formativos, proyectos y colectivos prioritarios. Se establecerá un calendario de implementación, así como un sistema de seguimiento basado en indicadores que permita evaluar su ejecución y resultados (véase indicadores).

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Asociaciones empresariales, CEOE y Cámara de Comercio • USAL, centros de formación profesional y escuelas de hostelería • Programas estatales formativos del ámbito turístico (Anfitriones)	
Modelo de implantación	Contratación pública de servicios	
Indicadores	• Número de actores formativos identificados • Número de brechas formativas identificadas • Mapa formativo elaborado y validado • Número de actuaciones implantadas versus planificadas • Número de programas o itinerarios formativos diseñados y/o activados	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.1. Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico

3.1.2. Desarrollo de alianzas entre el sector turístico y entidades formativas, fomentando la adaptación de itinerarios formativos a necesidades actuales y la formación práctica

Descripción de la actuación

Impulso de un modelo de colaboración estable entre el sector turístico de la provincia de Ávila y entidades formativas, orientado a mejorar la adecuación de los itinerarios formativos a las necesidades reales del tejido empresarial, la falta de relevo generacional y mano de obra en sectores turísticos como la hostelería y especialmente en ámbitos rurales. La actuación fomentará la formación práctica, la inserción laboral y la actualización continua de competencias, especialmente en pymes y entornos rurales. Se promoverá la coordinación entre la Diputación de Ávila, la Junta de Castilla y León, ayuntamientos, centros formativos y empresas, facilitando la generación de programas formativos adaptados al territorio. Asimismo, se priorizarán modelos de formación dual, prácticas profesionales y programas de especialización vinculados a productos turísticos clave. El objetivo es reforzar la empleabilidad y consolidar un sistema formativo conectado con la realidad del sector.

Actividades clave

- **Identificación, movilización y vinculación de agentes clave:** las siguientes empresas tienen potencial para acoger formación práctica y alienada a los valores del plan formativo definido: USAL, IES con FP en turismo, CEPA Arévalo, Escuela de Turismo Generativo, Hotel Escuela El Roldón, "El Invernadero" o Escuelas Campesinas, que, en colaboración con organizaciones o asociaciones empresariales como CEOE o la Cámara de Comercio, pueden establecer sinergias muy interesantes.
- **Formalización de alianzas y programas piloto:** establecimiento de acuerdos marco sencillos de colaboración entre empresas y centros formativos que permitan la puesta en marcha de programas piloto basados en formación práctica, incluyendo estancias profesionales, prácticas curriculares y extracurriculares, así como proyectos colaborativos. Estos acuerdos definirán roles, responsabilidades y objetivos comunes. Se priorizará aquellas empresas que operen en entornos rurales y municipios pequeños, trabajen con modelos sostenibles y basados en productos locales, representen los valores estratégicos de la Provincia y tengan un interés en retención y cuidado del talento profesional.
- **Implementación y seguimiento de experiencias prácticas:** puesta en marcha de programas formativos en entornos reales, con tutorización conjunta y evaluación del aprendizaje y adecuación al puesto de trabajo.
- **Evaluación y mejora continua del modelo formativo:** análisis sistemático de los resultados obtenidos en términos de inserción laboral, satisfacción de empresas y alumnado, y eficacia de los programas formativos. A partir de esta evaluación, se introducirán ajustes en los contenidos, metodologías e itinerarios formativos para adaptarlos a la evolución del sector

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Junta de Castilla y León (educación) • Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila • Servicio de medioambiente y desarrollo rural de la Diputación de Ávila • Universidades y centros de formación especializados • CEOE y Cámara de comercio • Tejido empresarial turístico	
Modelo de implantación	Convenios educativo-científicos y público-privados	
Indicadores	• Número de alianzas formalizadas entre empresas y entidades formativas • Número de estancias y proyectos prácticos ejecutados • Porcentaje de participantes con inserción laboral tras la formación • Grado de satisfacción de empresas y estudiantes con la colaboración	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.1. Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico

3.1.3. Despliegue de un servicio de apoyo, orientación temprana y asesoramiento para favorecer el acceso al emprendimiento en el sector turístico

Descripción de la actuación

Implementación de un servicio provincial de apoyo, orientación temprana y asesoramiento para favorecer el emprendimiento en el sector turístico de la provincia de Ávila. La actuación contempla la creación de un punto de información especializado, la definición de servicios y beneficiarios, la selección de agentes expertos para acompañamiento personalizado, asesoramiento en modelos de negocio, orientación sobre financiación y trámites administrativos. El objetivo es estimular la creación de nuevas iniciativas, reducir riesgos en fases iniciales y fortalecer un tejido empresarial turístico más innovador, competitivo y generador de empleo, con especial atención a pymes y proyectos en zonas rurales.

Actividades clave

- **Inventario y diagnóstico del ecosistema empresarial turístico:** identificar emprendedores, pymes, incubadoras, entidades financieras y centros de apoyo provinciales vinculados al sector turístico con el objetivo de favorecer el emprendimiento local, especialmente en el ámbito rural y vinculado al sector turístico (restauración y hostelería, alojamiento, turismo activo y guías, bodegas y explotaciones agrarias visitables), con especial foco en zonas con amplio potencial de desarrollo aun no consolidadas.
- **Evaluación de necesidades iniciales:** analizar carencias en diseño de producto turístico, formación, financiación, asesoramiento y acompañamiento que se presentan para la creación de nuevos proyectos turísticos, esta labor de investigación irá apoyada de entrevistas, cuestionarios de participación concretos y sesiones de contraste comarcales (mesas operativas).
- **Diseño del modelo de acompañamiento:** el modelo de acompañamiento a desarrollar será personalizado, con enfoque a proximidad territorial, adaptado a ritmos de estacionalidad turística y enfoque práctico y aplicado. Los servicios que prestar pueden enfocarse, según el diagnóstico previo realizado: orientación temprana o valoración inicial de ideas, mentoring específico con profesionales conocedores del producto, contacto con otros proyectos de Ávila similares y creación de redes comarcales de colaboración.
- **Validación y hoja de ruta:** contrastar el modelo con emprendedores, asociaciones y entidades colaboradoras, ajustar servicios y establecer el plan de despliegue progresivo del programa a través de hitos específicos y un modelo de seguimiento y evaluación del programa para su continuidad y ajuste según corresponda.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación - CEOE, Cámaras de comercio y otras asociaciones empresariales - Centros de apoyo al emprendimiento y coworking rural - Entidades financieras y de microcrédito para pymes	
Modelo de implantación	Convenios público-privado / Contratación pública de servicios	
Indicadores	- Número de emprendedores y proyectos atendidos - Número de agentes especializados desplegados - Porcentaje de emprendedores que han accedido a financiación - Nivel de satisfacción de beneficiarios con los servicios recibidos - Número de iniciativas turísticas creadas y activas tras asesoramiento - Impacto en empleo generado por nuevas iniciativas	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.1. Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico

3.1.4. Apoyo a proyectos y startups que incorporen ideas disruptivas en el sector turístico que permitan el incremento del gasto y estancia turística, así como la diversificación de la oferta turística

Descripción de la actuación

Impulso del apoyo técnico y estratégico a proyectos y startups turísticas de carácter innovador en la provincia de Ávila, priorizando el otorgamiento de ayudas y promoción de iniciativas con propuestas disruptivas que promuevan la diversificación turística. La actuación incluye la definición del proceso de identificación y captación de actores y empresas innovadoras, el acompañamiento, acceso a recursos y favorecer su conexión o difusión con el ecosistema empresarial para favorecer su consolidación. El impacto esperado es generar un ecosistema empresarial turístico basado en la innovación.

Actividades clave

- **Identificación y captación de proyectos innovadores:** Se lanzarán convocatorias para identificar iniciativas emprendedoras en el ámbito turístico vinculados a productos clave como naturaleza, cultura y gastronomía (astroturismo, rutas culturales, eventos locales, digitalización de pequeños alojamientos rurales, plataformas de comercialización conjunta, reinterpretación patrimonial, entre otros). Se realizará un proceso de selección basado en criterios de innovación y viabilidad. Esto permitirá captar proyectos alineados con la estrategia provincial:
 - Implantación en municipios pequeños (menos de 5.000 habitantes).
 - Capacidad para generar actividad fuera de temporada alta.
 - Uso de recursos endógenos (paisaje, producto, patrimonio).
 - Contribución a redes locales.
 - Potencial fijación de población o diversificación de rentas.
- **Evaluación de viabilidad y potencial:** análisis técnico, financiero y estratégico de cada iniciativa recogida, priorizando los apoyos en aquellos proyectos con mayor impacto en el destino y mayor contribución a los objetivos, ejes y líneas de actuación contempladas en el propio plan estratégico.
- **Diseño del programa de acompañamiento:** desarrollo de programas de mentoring, formación y asesoramiento para startups. Se facilitará el acceso a financiación y redes de colaboración. Este proceso contribuirá a la consolidación de los proyectos, así como la conexión y vinculación con otras iniciativas.
- **Validación y despliegue piloto:** desarrollo de pruebas piloto con proyectos seleccionados, monitorizar resultados y ajustar programas según necesidades detectadas. Se realizará un acompañamiento continuo de los proyectos apoyados evaluando su impacto en el destino y su contribución a la diversificación turística.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación • CEOE, Cámaras de comercio y asociaciones empresariales • Centros de emprendimiento, aceleradoras y coworking rural • Entidades financieras y fondos de inversión para pymes	
Modelo de implantación	• Gestión interna desde la Diputación • Subvenciones directas y por competencia • Incentivos no económicos • Colaboración público-privada	
Indicadores	• Número de startups y proyectos identificados y acompañados • Número de ayudas y programas de acompañamiento ejecutados • Porcentaje de proyectos consolidados o activos tras apoyo • Nivel de satisfacción de emprendedores con el apoyo recibido • Número de alianzas generadas entre startups y empresas locales	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.2. Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias

3.2.1. Promoción de una red provincial de innovación turística mediante la creación de hubs o espacios colaborativos para emprendedores, empresas y agentes del sector turístico "Ávila INNOVA"

Descripción de la actuación

Impulso de una red provincial de innovación turística "Ávila INNOVA – Hub de Innovación Provincial" mediante la creación de espacios colaborativos virtuales y presenciales que conecten a emprendedores, empresas y agentes del sector en la provincia de Ávila. Esta red facilitará el intercambio de conocimiento, la generación de proyectos y la cooperación entre actores públicos y privados. Se priorizará la implantación de hubs o espacios de innovación adaptados al contexto rural, favoreciendo la descentralización y el acceso a oportunidades en todo el territorio y especialmente las pequeñas empresas ubicadas en entornos rurales. El objetivo es consolidar un ecosistema de innovación turística que impulse la transformación digital del sector.

Actividades clave

- **Diseño y configuración jurídica y organizativa de la red de innovación:** se definirá el modelo jurídico que puede comenzar como una red abierta/acuerdo marco de colaboración y evolucionar a una asociación/fundación o consorcio, el modelo organizativo basado en un comité estratégico, oficina técnica de innovación y grupos de innovación sectoriales (naturaleza, cultura y gastronomía), y de gestión de funcionamiento de la red ligera y orientada a proyectos, así como los principales agentes participantes. Este proceso permitirá estructurar el ecosistema de innovación.
- **Diseño de hubs y espacios colaborativos:** habilitación de espacios de trabajo y colaboración para empresas y emprendedores virtuales o presenciales (rotatorios en infraestructuras de distintas comarcas como Naturávil, centros culturales municipales, infraestructuras comarcales infrautilizadas, edificios de formación o empleo). Se desarrollarán actividades de networking, coworking y co-creación. Esto favorecerá la generación de proyectos conjuntos alineados a retos reales del territorio.
- **Coordinación y articulación sectorial:** establecimiento de roles de agentes públicos y privados (impulsores, financiación, escalado de soluciones, metodología), canales de comunicación y mecanismos de colaboración como boletín técnico mensual, reuniones sectoriales trimestrales, comunidad digital en slack, teams o similar, así como procedimientos internos para garantizar la articulación sectorial en todo el proceso de innovación.
- **Validación y plan de despliegue:** pilotaje de hubs en 2-3 zonas estratégicas (Moraña, Gredos y Alberche-Pinares) e integración en marcas existentes (Ávila Auténtica, Stellarium Ávila, turismo rural) ajuste de servicios y expansión progresiva a toda la provincia.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación de Ávila - CEOE, Cámara de Comercio y otras asociaciones empresariales - Integrantes mesas operativas (naturaleza, cultura y gastronomía) - Entidades vinculadas a <i>hubs</i> y/o centros de innovación (Red CIT del MITECO, Oficinas Acelera Pyme de Red.es)	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada Adhesiones voluntarias	
Indicadores	- Número de hubs y espacios colaborativos operativos - Número de agentes integrados en la red provincial de innovación - Número de proyectos conjuntos desarrollados en los hubs - Incremento de iniciativas turísticas innovadoras generadas - Satisfacción de participantes y empresas con los espacios colaborativos - Impacto en diversificación de oferta y posicionamiento del destino	
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.2. Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias

3.2.2. Integración de tecnologías emergentes en la experiencia del visitante e interpretación de recursos turísticos como la realidad aumentada o chatbots

Descripción de la actuación

Integración de tecnologías emergentes en la experiencia del visitante y en la interpretación de los recursos turísticos de la provincia de Ávila, mediante la incorporación de soluciones como realidad aumentada, asistentes virtuales o chatbots. Se promoverá su aplicación en espacios patrimoniales, naturales y culturales para ofrecer información interactiva y personalizada. La actuación incluirá la identificación de recursos turísticos prioritarios piloto, la búsqueda y diseño de soluciones tecnológicas más apropiadas con agentes especializados para la reinterpretación del patrimonio, el apoyo en su implantación y la evaluación y seguimiento de como las soluciones mejoran la experiencia del visitante. El objetivo es enriquecer la experiencia turística, aumentar la satisfacción y el tiempo de estancia, y posicionar el destino como referente en innovación y transformación digital.

Actividades clave

- **Inventario de recursos turísticos piloto:** selección de los recursos turísticos de la provincia susceptibles de incorporar tecnologías emergentes, priorizando aquellos con mayor capacidad de atracción, interpretación y mejora de la experiencia del visitante como el Parque Regional Sierra de Gredos, Valle del Tiétar, Embalse de El Burguillo y Alberche, Madrigal de las Altas Torres, Museo Adolfo Suárez y la Transición, El Barco de Ávila, Museo de la Trashumancia, Ruta Teresiana, Ruta de los Castillos, Naturávilas, Red provincial de miradores estelares o rutas gastronómicas vinculadas a IGP Carne de Ávila, DO Cebreros, Judía del Barco de Ávila. Se evaluará su estado actual, accesibilidad y potencial de digitalización.
 - **Desarrollo de soluciones tecnológicas:** diseño y producción de contenidos digitales avanzados, incluyendo aplicaciones de realidad aumentada para la recreación histórica o interpretación patrimonial, asistentes virtuales, *chatbots* y herramientas de interacción personalizada (códigos QR, beacons o geolocalización, sistemas de feedback en tiempo real). Estas soluciones se desarrollarán en colaboración con empresas tecnológicas especializadas, garantizando su adaptación al contexto rural y a distintos perfiles de visitante.
 - **Coordinación con agentes tecnológicos y culturales:** establecimiento de mecanismos de colaboración con empresas tecnológicas, universidades, centros de investigación y gestores de patrimonio para asegurar la calidad, rigor y coherencia de los contenidos. Se definirán protocolos de trabajo conjunto y validación de contenidos.
- Pruebas piloto y ajuste operativo:** implementación de proyectos piloto en recursos seleccionados, acompañada de un sistema de medición del uso, satisfacción del visitante y funcionamiento técnico de las soluciones. Se recogerá información para introducir mejoras en contenidos, usabilidad y rendimiento.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de Cultura de la Diputación de Ávila - Universidades y centros de investigación turística - Oficinas de información turística - Entidades gestoras de recursos turísticos - Empresas tecnológicas especializadas	
Modelo de implantación	Contratación pública servicios y suministros /Colaboración público-privada	
Indicadores	- Número de recursos turísticos digitalizados - Número de soluciones tecnológicas desarrolladas e implantadas - Porcentaje de visitantes que usan las herramientas implantadas. - Nivel de uso de las soluciones digitales por parte de los visitantes - Nivel de satisfacción de los visitantes y residentes	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.2. Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias

3.2.3. Impulsar el diseño de experiencias a medida a través de nuevas tecnologías que respondan a preferencias individuales de los visitantes, mejorando su satisfacción y fidelización

Descripción de la actuación

Despliegue del diseño y la comercialización de experiencias turísticas personalizadas en la provincia de Ávila, utilizando herramientas digitales y análisis de datos que permitan adaptar la oferta a los intereses, comportamientos y perfiles de los visitantes. La iniciativa incluirá la recopilación de datos, definición de propuestas de mejora de comercialización y soluciones adaptadas, así como la monitorización de la experiencia del visitante a través de esas herramientas. El objetivo es seguir mejorando la calidad de la experiencia, incrementar la satisfacción y fomentar la fidelización, fortaleciendo el posicionamiento del destino y generando mayor valor añadido para el conjunto del sector turístico provincial a través de herramientas digitales y la toma de decisiones basadas en datos.

Actividades clave

- **Identificación y segmentación de visitantes:** recopilación y análisis de datos procedentes de distintas fuentes (observatorios turísticos, encuestas, plataformas digitales, empresas del sector) para caracterizar perfiles de visitantes según motivaciones, comportamiento, gasto, duración de estancia y preferencias. Se aplicarán técnicas de segmentación según grupos objetivo prioritarios para la provincia de Ávila por alcance geográfico, edad y motivación (identificados en el diagnóstico).
- **Diagnóstico de la oferta actual:** evaluación sistemática de las experiencias turísticas existentes en el territorio, analizando su grado de adecuación a los distintos perfiles identificados, nivel de digitalización, capacidad de personalización y propuesta de valor. Se han identificado ya a través del diagnóstico: falta de productos estructurados, experiencias similares sin diferenciación y oportunidades en el desarrollo de productos fuera de temporada (verano), experiencias combinadas y adaptadas a nuevos perfiles digitales (nómadas digitales).
- **Diseño de experiencias a medida:** desarrollo de itinerarios, productos y paquetes turísticos adaptados a los distintos segmentos de visitantes, integrando recursos locales, servicios y actividades complementarias que combinen naturaleza, cultura y gastronomía entre distintas comarcas. Se incorporarán herramientas digitales como aplicaciones móviles, sistemas de recomendación y reservas inteligentes que permitan configurar experiencias personalizadas.
- **Implementación piloto:** puesta en marcha de experiencias personalizadas en destinos, empresas o zonas seleccionadas de la provincia, en colaboración con el tejido empresarial local.
- **Monitorización y ajuste continuo:** establecimiento de un sistema de seguimiento basado en indicadores de satisfacción, fidelización, uso de herramientas digitales y valor económico generado. Se analizarán los resultados de forma periódica para introducir mejoras en los contenidos, servicios y tecnologías utilizadas.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de desarrollo rural y medioambiente - CEOE y Cámara de Comercio - Asociaciones empresariales vinculadas al sector turístico - Empresas turísticas y pymes locales/rurales - Startups y empresas de soluciones digitales	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada	
Indicadores	- Número de experiencias personalizadas diseñadas y disponibles - Porcentaje de visitantes que utilizan experiencias a medida - Incremento de la satisfacción y fidelización del visitante - Incremento del tiempo de estancia y gasto medio por visitante - Número de empresas y agentes turísticos integrados en el proyecto	
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.3. Impulso de la transformación digital en el sector turístico

3.3.1. Optimización y mejora de la gestión y planificación turística mediante la implantación de nuevas tecnologías y digitalización de procesos

Descripción de la actuación

Optimización de la gestión y planificación turística en la provincia de Ávila mediante la implantación de nuevas tecnologías y la digitalización de procesos. La iniciativa contempla el diagnóstico de los sistemas actuales de gestión turística, la implantación de plataformas digitales de gestión y análisis de datos, la digitalización y automatización de procedimientos administrativos y el desarrollo de cuadros de mando e indicadores de seguimiento. El resultado esperado consolidar un modelo de gestión turística más inteligente, eficiente y sostenible para la provincia de Ávila, capaz de responder de manera ágil a los cambios del mercado turístico y mejorar la competitividad del destino.

Actividades clave

- **Inventario y diagnóstico de sistemas existentes:** análisis exhaustivo de las herramientas, plataformas y procedimientos actualmente utilizados en la gestión turística por parte de la Diputación, ayuntamientos, oficinas de información turística y otros agentes del territorio (webs, bases de datos de recursos, herramientas de promoción, sistemas de recogida de datos, manuales). Se identificarán duplicidades, carencias funcionales y niveles de interoperabilidad entre sistemas.
- **Definición de requerimientos digitales:** identificación y priorización de las necesidades de digitalización en ámbitos clave: gestión administrativa, la recopilación y análisis de datos, la monitorización de indicadores y la generación de informes de forma automatizada y cuadros de mando visuales.
- **Diseño del modelo de gestión digital:** desarrollo de un modelo integrado que contemple plataformas digitales, cuadros de mando e indicadores de seguimiento que faciliten la toma de decisiones. Se definirán los flujos de información, así como los roles y responsabilidades de los distintos agentes en el uso y mantenimiento del sistema.
- **Implantación piloto de soluciones tecnológicas:** puesta en marcha de pruebas piloto en áreas seleccionadas (turismo, cultura, comunicación), con el objetivo de validar el funcionamiento de las plataformas y procedimientos digitalizados en un entorno real. Se evaluará la eficiencia operativa, la usabilidad de las herramientas y su capacidad para mejorar la gestión.
- **Validación y despliegue progresivo:** ajuste de los sistemas en base a la retroalimentación obtenida durante la fase piloto, seguido de su extensión progresiva al conjunto del territorio. Se acompañará el proceso con acciones de formación dirigidas al personal técnico responsable de la gestión turística.

Planificación

Corto plazo (2026–2027)

Medio plazo (2028–2029)

Largo plazo (2030–2031)

Prioridad

Alta

Implantación y seguimiento

Responsable de ejecución

Diputación de Ávila

Entidades colaboradoras

- Servicio de turismo y cultura de la Diputación de Ávila
- Servicio de desarrollo rural y medioambiente de la Diputación
- Empresas tecnológicas especializadas en digitalización y gestión de datos
- Gestores locales (técnicos de ayuntamiento y oficinas de información)

Modelo de implantación

Contratación pública – suministros

Indicadores

- Número de procesos digitalizados y automatizados
- Tiempo medio de ejecución de procedimientos
- Número de plataformas digitales implantadas y operativas
- Nivel de satisfacción de agentes turísticos con los sistemas implantados
- Porcentaje de decisiones estratégicas basadas en datos obtenidos de las nuevas herramientas
- Tasa de reducción de duplicidades en la gestión turística

Presupuesto

Alto: 200.000 – 500.000€

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.3. Impulso de la transformación digital en el sector turístico

3.3.2. Desarrollar programas de acompañamiento para la digitalización e integración de nuevas tecnologías en pequeñas y medianas empresas turísticas

Descripción de la actuación

Impulso de la digitalización e integración de nuevas tecnologías en las pequeñas y medianas empresas vinculadas al sector turístico en áreas como la comercialización y venta directa, presencia digital y visibilidad, gestión de clientes y reputación, analítica de datos y toma de decisiones. La iniciativa incluirá, con la colaboración del tejido empresarial representativo, la identificación de beneficiarios, el diagnóstico del nivel de digitalización de las empresas turísticas, diseño de planes, programas de formación, asesoramiento técnico y apoyo en la implantación de herramientas digitales adaptadas a cada negocio. El objetivo es mejorar su competitividad, eficiencia operativa y capacidad de comercialización, favoreciendo la modernización del tejido empresarial y el fortalecimiento de la competitividad digital del sector turístico provincial.

Actividades clave

- **Identificación y caracterización de pymes turísticas:** elaboración de un inventario de empresas según tamaño, actividad y nivel de digitalización que pueden ser beneficiarias, con especial foco en aquellas ubicadas en zonas rurales y clasificación según su tamaño, localización, actividad principal y nivel de digitalización inicial.
- **Diagnóstico de digitalización:** análisis de sistemas, procesos y herramientas digitales que emplean actualmente (web, sistemas de gestión de reservas, uso de datos, presencia digital, OTA, metabuscadores), identificando carencias y áreas de mejora de las empresas turísticas beneficiarias del programa.
- **Diseño de planes de digitalización individualizados:** definición de itinerarios de mejora tecnológica adaptados a cada empresa, incluyendo soluciones de gestión, marketing digital y comercialización online a implantar, en función de sus necesidades (Google Business, CRM sencillos, automatización básica de comunicaciones con cliente, Chatbots e IA).
- **Formación y asesoramiento especializado:** impartición de mentorías sobre herramientas digitales, análisis de datos, gestión de reservas y marketing turístico con apoyo de agentes especializados y entidades formativas especializadas en el sector tecnológico.
- **Acompañamiento en la implantación de soluciones digitales:** seguimiento de la integración de nuevas herramientas, resolución de incidencias y apoyo técnico durante el despliegue mediante agentes especializados. Valorar la implantación de un sistema de ayudas económicas e incentivos para la implantación de las soluciones.
- **Evaluación de impacto:** medición y seguimiento de cómo la implantación de las soluciones ha producido mejoras en eficiencia operativa, capacidad de comercialización y satisfacción empresarial.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implementación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• CEOE y Cámara de comercio • Empresas especializadas en consultoría y soluciones digitales • USAL y centros de formación tecnológica (Espacio CYL Digital)	
Modelo de implantación	• Convenio interadministrativo y público-privado • Subvenciones económicas por competencia/directas	
Indicadores	• Número de pymes turísticas beneficiarias del programa • Porcentaje de empresas con herramientas digitales implantadas y operativas • Incremento de la capacidad de comercialización y ventas online • Nivel de satisfacción de las empresas con el acompañamiento recibido • Número de buenas prácticas y casos de éxito documentados	
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€	

4. Plan Operativo

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.3. Impulso de la transformación digital en el sector turístico

3.3.3. Gestión de fondos y ayudas públicas para impulsar la transformación digital del sector

Descripción de la actuación

Refuerzo de la gestión y captación de fondos y ayudas públicas destinadas a impulsar la transformación digital del sector turístico en la provincia de Ávila. La actuación incluirá la identificación y monitorización de convocatorias, el asesoramiento técnico en la preparación de proyectos y la coordinación entre agentes para maximizar el acceso a financiación, el apoyo en la tramitación y gestión administrativa de solicitudes, el seguimiento y control de proyectos financiados. El objetivo es acelerar la modernización tecnológica de empresas y entidades, mejorar su competitividad y consolidar un modelo turístico más innovador, eficiente y adaptado a los nuevos retos del mercado.

Actividades clave

- **Monitorización de convocatorias y fuentes de financiación:** establecimiento de un sistema continuo de identificación y seguimiento de ayudas y programas de financiación a nivel provincial, autonómico, nacional y europeo vinculados a la digitalización turística facilitados por organismos como la propia Diputación, Junta de Castilla y León, Ministerio de Turismo y Transformación Digital, SEGITTUR, RED.ES, NEXT GENERATION, FEDER, COSME, INTERREG. Se realizará una sistematización de la información, clasificando las convocatorias según tipología de beneficiarios, objeto de la ayuda (digitalización, innovación, promoción o innovación) requisitos y plazos de presentación.
- **Asesoramiento técnico en proyectos:** prestación de apoyo especializado a empresas y entidades en la definición, preparación y presentación de proyectos, incluyendo la elaboración de memorias técnicas, presupuestos y documentación requerida. Se adaptará el asesoramiento a las características de las pymes y al contexto rural de la provincia.
- **Gestión y tramitación administrativa:** acompañamiento en el proceso administrativo de solicitud de ayudas, incluyendo la preparación y presentación de documentación, así como el seguimiento de plazos y cumplimiento de requisitos legales.
- **Seguimiento de proyectos financiados:** control y verificación de la ejecución de los proyectos subvencionados, evaluando el grado de cumplimiento de los objetivos, especialmente en materia de transformación digital. Se establecerán indicadores de seguimiento y mecanismos de reporte como informes o reportes anuales que incluyan conclusiones o hitos claves relacionados con el gasto subvencionado (€), beneficiarios totales que finalmente optaron a las ayudas y recopilación y análisis de casos de éxito derivados de los proyectos financiados, generando documentación, informes y recomendaciones para futuras convocatorias.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Junta de Castilla y León – Consejería de Cultura y Turismo - CEOE y Cámara de comercio - Empresas turísticas - Ayuntamientos y técnicos de innovación	
Modelo de implantación	- Gestión interna desde la diputación - Contratación pública de servicios	
Indicadores	- Número de convocatorias monitorizadas y comunicadas a empresas - Número de proyectos presentados y financiados con éxito - Porcentaje de solicitudes acompañadas técnicamente - Valor económico total de los fondos captados - Nivel de satisfacción de beneficiarios con el apoyo recibido - Documentación y difusión de buenas prácticas en gestión de fondos	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo



Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

Línea 3.3. Impulso de la transformación digital en el sector turístico

3.3.4. Impulso de la formación en competencias digitales para el sector público, a través de la capacitación de profesionales y técnicos en herramientas digitales y gestión innovadora

Descripción de la actuación

Fortalecimiento y mejora de la formación en competencias digitales del sector público en la provincia de Ávila mediante la capacitación de profesionales y técnicos en herramientas digitales y gestión turística innovadora. La iniciativa incluirá el diagnóstico de necesidades formativas, identificación de beneficiarios, diseño de los programas formativos, organización y coorganización de cursos, talleres y programas especializados orientados a mejorar la eficiencia administrativa, la prestación de servicios turísticos y la capacidad de coordinación interinstitucional. El objetivo es fortalecer la transformación digital del sector público, optimizar procesos y contribuir a un modelo turístico más moderno, competitivo y sostenible en todo el territorio provincial.

Actividades clave

- **Identificación de perfiles y diagnóstico de necesidades formativas:** análisis de los perfiles profesionales del sector público vinculados a la gestión turística en la provincia de Ávila (responsables políticos, ADR, técnicos de turismo, promoción y comunicación, oficinas de información) y evaluación del nivel actual de competencias digitales y las necesidades específicas en ámbitos como gestión de datos, herramientas digitales, comunicación online y planificación turística a través de un formulario o cuestionario online vía Google Forms/Microsoft Forms.
- **Diseño de programas formativos especializados:** elaboración de un plan de formación estructurado que incluya contenidos, niveles (básico, intermedio, avanzado) y modalidades adaptadas a los distintos perfiles técnicos y administrativos. Se incorporarán temáticas clave como digitalización de procesos, análisis de datos, herramientas de gestión turística, analítica web y redes sociales y gobernanza digital.
- **Organización e impartición de acciones formativas:** desarrollo de cursos, talleres y programas especializados en colaboración con entidades formativas, universidades y expertos en digitalización (USAL, CEOE, Cámara de Comercio). Se creará un calendario específico y se priorizarán formatos flexibles (presencial, online o mixto) que faciliten la participación de técnicos en todo el territorio, especialmente en entornos rurales.
- **Seguimiento y evaluación del impacto formativo:** establecimiento de mecanismos de evaluación del grado de participación, adquisición de competencias y aplicación práctica de los conocimientos como número de inscritos o beneficiarios, talleres desarrollados. Adicionalmente, se recogerá feedback de los participantes y se analizará el impacto en la mejora de los procesos administrativos y de gestión turística.

Planificación

Corto plazo (2026–2027)

Medio plazo (2028–2029)

Largo plazo (2030–2031)

Prioridad

Baja

Implantación y seguimiento

Responsable de ejecución

Diputación de Ávila

Entidades colaboradoras

- Servicio de turismo de la Diputación de Ávila
- Junta de Castilla y León – Consejería de Cultura y Turismo
- USAL y otros centros de formación especializados
- Oficinas de información turística
- Integrantes mesas operativas

Modelo de implantación

- Convenio interadministrativo
- Contratación pública de servicios

Indicadores

- Número de profesionales capacitados y nivel de competencias adquiridas
- Número de cursos, talleres y seminarios impartidos
- Porcentaje de beneficiarios que aplican herramientas digitales en su gestión diaria
- Evaluación de satisfacción y aprendizaje de los participantes
- Documentación de buenas prácticas implementadas

Presupuesto

Medio: 75.000 – 200.000€

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción



Impulsa la definición de una **propuesta de valor turística auténtica y diferenciada** a partir de experiencias que vinculen **naturaleza, cultura y gastronomía** y su puesta en valor a través de la renovación y **evolución de la marca turística actual “Ávila te toca”**, así como nuevas estrategias de promoción orientadas a incrementar la visibilidad del destino en mercados turísticos y la capacidad prescriptora de los propios residentes.

Líneas Estratégicas

4.1.

Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia

Fortalecer los productos turísticos existentes y promover el desarrollo de nuevas experiencias auténticas y combinadas que integren recursos naturales, culturales y gastronómicos, y favorezcan al incremento de la estancia media y el refuerzo el posicionamiento de Ávila como destino diverso, distintivo y competitivo.

4.2.

Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico

Impulsar la mejora y modernización de la actual marca turística, incluyendo el desarrollo de una narrativa y plan comercial específico orientado a mejorar el posicionamiento del destino en mercados turísticos e incrementar la capacidad prescriptora del destino a través de un mayor orgullo y reconocimiento interno.

4.3.

Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal

Diseñar y ejecutar campañas de promoción adaptadas a perfiles específicos de visitantes, renovación y modernización de los actuales canales combinando estrategias online y offline para incrementar la visibilidad externa e interna del destino y consolidar su posicionamiento nacional y proyección internacional.

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.1. Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia

4.1.1. Identificación, inventariado y promoción a través de un catálogo digital de itinerarios y experiencias turísticas por comarcas que integren naturaleza, cultura y gastronomía

Descripción de la actuación

Desarrollo de un catálogo digital provincial que identifique y dé a conocer itinerarios y experiencias turísticas en las distintas comarcas de la provincia de Ávila, integrando naturaleza, cultura y gastronomía. La iniciativa incluirá la búsqueda, identificación e inventariado de experiencias, la definición del modelo conceptual del catálogo y criterios objetivos para la selección de experiencias, así como el diseño visual y elaboración final del catálogo y su difusión en canales oficiales. El objetivo es incrementar la visibilidad y promoción de las diferentes experiencias turísticas del destino referentes, diversificar la oferta turística y fomentar un mayor flujo de visitantes, contribuyendo al desarrollo económico y a la valorización sostenible del territorio provincial. Además, pretende sentar las bases y buenas prácticas para replicar en el desarrollo de nuevas experiencias vinculadas a los productos clave de la provincia.

Actividades clave

- **Identificación y caracterización de experiencias turísticas:** inventario de recursos naturales, culturales y gastronómicos por comarca, evaluando singularidad y potencial turístico en la provincia de Ávila y priorizando aquellos que impulsan la diversificación, innovación y regeneración del sector. El resultado es una base de datos completa organizada por tipología de recurso y comarca.
- **Definición del modelo conceptual del catálogo:** establecimiento del modelo conceptual, visual y estructura del catálogo por temáticas clave según los itinerarios y experiencias recopiladas y los productos clave del destino: naturaleza, cultura y gastronomía.
- **Definición de criterios objetivos y selección de experiencias:** definición de criterios para la valoración e incorporación de experiencias/itinerarios vinculados a la contribución al cumplimiento de la estrategia provincial, poniendo foco en impacto (gasto y estancia), autenticidad, y capacidad de atracción visitantes.
- **Diseño visual y estructural del catálogo digital:** desarrollo visual interactivo e interfaz, navegación, elementos gráficos y funcionalidades interactivas. Redacción de descripciones, recopilación de fotografías, mapas y rutas interactivas para cada itinerario.
- **Difusión y promoción del catálogo:** diseño de una campaña de lanzamiento específica que defina públicos objetivo, medios, canales, acciones y su calendarización para la comunicación y difusión del catálogo en plataformas oficiales, integración con redes sociales y encuentros profesionales (FITUR, INTUR, entre otros).
- **Evaluación y actualización periódica:** monitorización del uso del catálogo, retroalimentación de usuarios y actualización de contenidos según nuevas experiencias y tendencias.

Planificación

Corto plazo (2026–2027)

Medio plazo (2028–2029)

Largo plazo (2030–2031)

Prioridad

Media

Implantación y seguimiento

Responsable de ejecución

Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila

Entidades colaboradoras

- Servicio de cultura de la Diputación de Ávila
- Ávila Auténtica
- Stellarium
- Oficinas de información turística
- Integrantes mesas operativas de producto

Modelo de implantación

Gestión directa desde Diputación de Ávila en combinación de una contratación pública de servicios y suministro

Indicadores

- Número de itinerarios y experiencias incluidos en el catálogo
- Número de visitas y descargas del catálogo digital
- Número de acciones para su difusión y promoción
- Nivel de satisfacción y retroalimentación de usuarios

Presupuesto

Medio: 75.000 – 200.000€

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.1. Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia

4.1.2. Posicionar la oferta enogastronómica de la provincia como eje vertebrador del territorio a través del desarrollo de un Plan de Turismo Gastronómico de la provincia

Descripción de la actuación

Impulso estratégico de la oferta gastronómica de la provincia de Ávila como eje vertebrador del territorio mediante la elaboración y ejecución de un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico de la provincia de Ávila. La iniciativa incluirá la identificación de agentes clave y colaboradores para el desarrollo de este plan, la elaboración de un diagnóstico del territorio con foco en el turismo gastronómico, el análisis de mercados prioritarios y *benchmark* con destinos referentes nacionales e internacionales, la formulación estratégica y definición de actuaciones concretas para la promoción de la cultura e identidad gastronómica del destino, fomentar el consumo de productos y recetas locales en equilibrio con su oferta y dinamizar la economía local a través de la gastronomía, generando un impacto positivo en la competitividad y sostenibilidad del sector turístico provincial como destino gastronómico.

Actividades clave

- **Diagnóstico territorial del turismo gastronómico en la provincia de Ávila:** análisis de la oferta y demanda gastronómica, incluyendo un análisis de destinos nacionales e internacionales de referencia (Benchmark) así como del perfil del turista gastronómico para la identificación de retos y oportunidades estratégicas. Se sugiere la incorporación de un proceso participativo que involucre al sector gastronómico en todo este diagnóstico, incluyendo a Ávila Auténtica como referente en el sector gastronómico de la Provincia.
- **Formulación estratégica:** Definición estratégica del Plan de Turismo Gastronómico estableciendo una misión, visión y objetivos estratégicos claros, así como ejes de actuación y líneas de trabajo específicas.
- **Diseño del modelo de implantación y seguimiento del plan:** definición del modelo de gestión, gobernanza e implantación y seguimiento del plan diseñado incluyendo indicadores de impacto económico (incremento de gasto, nuevas experiencias generadas, incremento de visitantes) y satisfacción de visitantes, con ajustes periódicos para optimizar resultados.
- **Comunicación, formación y capacitación a actores locales:** despliegue de acciones comunicativas y formativas para entes gestores públicos y privados vinculados a la gastronomía de la provincia, incluyendo a productores que permitan dar a conocer este plan, así como sus actuaciones definidas.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Ávila auténtica • CEOE y Cámara de comercio • Integrantes de la mesa operativa de gastronomía	
Modelo de implantación	Convenio interadministrativo y público-privado, junto al apoyo de contratación pública de servicios	
Indicadores	• Número participantes en el proceso de diagnóstico • Número de iniciativas planteadas en el plan • Incremento del consumo de productos locales en restaurantes y eventos • Número de acciones de difusión • Impacto económico generado en la oferta gastronómica	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.1. Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia

4.1.3. Despliegue de un sistema de reconocimiento y apoyo a la calidad, autenticidad, diversidad y sostenibilidad de la oferta turística mediante implantación de estándares, distinciones, indicadores y la discriminación positiva

Descripción de la actuación

Implementación de un sistema provincial de reconocimiento y apoyo a la calidad, autenticidad, diversidad y sostenibilidad de la oferta turística cultural, gastronómica y de naturaleza en la provincia de Ávila. La iniciativa incluirá la identificación de estándares y distinciones existentes (Q Calidad, SICTED, ISO, GSTC, Biosphere, DO, IGP, entre otros), establecer programas o planes para su implantación y la definición y aplicación de medidas de discriminación positiva para los servicios más comprometidos con la excelencia y sostenibilidad. El objetivo es elevar la competitividad del destino, fomentar buenas prácticas, garantizar experiencias turísticas diferenciadas y sostenibles, y fortalecer la imagen de la provincia de Ávila como un territorio de referencia en calidad y autenticidad turística.

Actividades clave

- **Inventario y análisis de estándares existentes:** revisión de certificaciones, distinciones y sellos nacionales e internacionales aplicables al sector turístico provincial (SICTED, Q Calidad, ISO, GSTC, Biosphere, DO, IGP...).
- **Diseño de estándares provinciales:** definición de criterios de calidad, sostenibilidad, autenticidad y diversidad adaptados a la realidad rural y empresarial de la provincia de Ávila.
- **Selección de beneficiarios y establecimiento de discriminación positiva:** identificación de empresas, servicios y productos comprometidos con la excelencia para dotarles de incentivos y reconocimientos especiales.
- **Desarrollo de programas de implantación:** elaboración de planes y jornadas de acompañamiento, formación y soporte para la adopción de estándares y buenas prácticas.
- **Difusión y comunicación del sistema de reconocimiento:** campañas de comunicación a nivel provincial para visibilizar las distinciones, generar confianza en los visitantes y fortalecer la imagen de marca. Se propone la realización de jornadas presenciales/online con representantes comarcales y empresariales.
- **Actualización continua del sistema:** revisión periódica de criterios, incorporación de nuevas certificaciones y adaptación a tendencias de sostenibilidad, innovación y calidad turística.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	• Junta de Castilla y León – Consejería de Cultura y Turismo • SICTED, ICTES, GSTC, ISO u otras entidades certificadoras • Consultoras especializadas en certificación • Integrantes mesas operativa producto (naturaleza, cultura y gastronomía)	
Modelo de implantación	• Subvenciones directas o por competencia • Incentivos no económicos (promoción) • Normas de calidad, estándares turísticos • Colaboración pública-privada	
Indicadores	• Número de empresas y servicios certificados o reconocidos • Nivel de satisfacción del visitante y valoración de la oferta • Incremento en la visibilidad y reputación del destino • Número de empresas turísticas que han implantado de indicadores de sostenibilidad y calidad	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.1. Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia

4.1.4. Puesta en valor de la identidad de Ávila como destino auténtico, histórico y diverso desde edades tempranas y una perspectiva local

Descripción de la actuación

La iniciativa incluirá el impulso del diseño de talleres educativos en colaboración con centros educativos, impulso, organización o coorganización de actividades educativas y culturales para niños y jóvenes como visitas escolares y de institutos que promuevan el conocimiento del patrimonio de la provincia, historia, tradiciones y valor de la comunidad de la propia comarca y otras comarcas cercanas. El objetivo es reforzar el sentido de pertenencia, sensibilizar sobre la riqueza territorial y consolidar una imagen coherente y atractiva del destino a través de su potencial turístico, contribuyendo a la valorización sostenible del patrimonio y al fortalecimiento del turismo cultural y experiencial en la provincia de comarcas como la Moraña, Valle de Alberche, Pinares o Gredos sur que requieren de una mayor impulso y valorización turística desde el propio imaginario de la población residente.

Actividades clave

- **Identificación y vinculación con centros educativos:** contacto con centros educativos, institutos y otros espacios educativos como la propia USAL, IES Jorge Santayana, IES Aravalle o CEPA de Arévalo con formación en restauración y turismo, la Escuela de Turismo generativo, así como el establecimiento de convenios de colaboración para la planificación de itinerarios, talleres y cursos específicos.
- **Diseño de talleres educativos y materiales didácticos:** creación de contenidos adaptados a diferentes edades que integren historia, patrimonio, cultura y gastronomía local, así como recursos de naturaleza claves.
- **Organización de visitas y actividades culturales:** coordinación de excursiones escolares, talleres de inmersión en patrimonio y experiencias prácticas en museos, monumentos y otros espacios culturales o naturales con la colaboración de asociaciones culturales como Raíces de la Moraña, MASCARÁVILA, Patrimonio Divertido, entre otros.
- **Formación de monitores y guías educativos:** capacitación de personal docente y guías en contenidos históricos, culturales y metodologías participativas para niños y jóvenes que permitan reforzar el orgullo de pertenencia y asociado al valor histórico, cultural y natural de la provincia.
- **Difusión y evaluación:** seguimiento de la participación, satisfacción de los participantes y retroalimentación para mejorar los talleres y experiencias futuras que se ejecuten.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Junta de Castilla y León – Consejería de Educación y Cultura - Servicio de cultura y turismo de la Diputación de Ávila - Escuelas, universidades y centros formativos con FP turismo/cultura - Oficinas de información turística - Asociaciones culturales/sociales comarcales (Raíces de la Moraña, Tierra Pinares ASOTUR, A tu Valle Amblés, Patrimonio Divertido, TurÁvila, Rutas del Vino, GOAA, Stellarrium, Gredo Guides, entre otros...).	
Modelo de implantación	Convenio interadministrativo	
Indicadores	- Número de talleres y actividades educativas realizadas - Número de centros educativos y alumnos participantes - Porcentaje de actividades con colaboración interinstitucional - Grado de satisfacción y valoración de participantes - Grado de sensibilización sobre patrimonio y cultura local	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.2. Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico

4.2.1. Desarrollo de narrativa turística común y atractiva para la promoción de Ávila como destino de interior líder en turismo de naturaleza, cultura y gastronomía

Descripción de la actuación

Desarrollo de un relato turístico común que posicione a la provincia de Ávila como un destino de interior referente en naturaleza, cultura y gastronomía. La iniciativa incluirá actuaciones clave como la identificación de atributos y territorios de marca identitarios del destino, la realización de un proceso participativo para la involucración de agentes del ecosistema turístico en todo este proceso, el diseño del relato común y una guía de uso de la narrativa del destino para su difusión e implantación real. El objetivo es reforzar la identidad común del destino y mejorar la coherencia y consistencia de la comunicación turística del territorio.

Actividades clave

- **Identificación de atributos y territorios de marca:** análisis de recursos naturales, culturales y gastronómicos, y factores y atributos diferenciales de la provincia de Ávila, incluyendo la identificación de valores y mensajes clave a impulsar a través del relato. Algunos de los atributos ya han sido identificados a través del diagnóstico realizado: climatología, tradición, cultura y riqueza histórica, oferta gastronómica auténtica y de calidad, patrimonio histórico reconocido mundialmente, singularidad del entorno natural o seguridad y confianza.
- **Proceso participativo con agentes turísticos:** desarrollo de un cuestionario online, mesas operativas por producto, entrevistas y otras dinámicas participativas con el sector involucrado (mesas operativas).
- **Diseño del relato turístico común:** elaboración de la narrativa central, mensajes clave, tono y valores de marca alineados con la propuesta de valor de la provincia de Ávila.
- **Elaboración de guía de uso de la narrativa:** documento práctico que sirva de referencia con buenas prácticas y actuaciones concretas para el uso adecuado de la narrativa construida, así como su incorporación en la comunicación turística, campañas promocionales y acciones de marketing a todos los niveles.
- **Testaje, difusión y capacitación en narrativa de marca:** testaje de la narrativa a través del proceso participativo indicado en el punto 2, así como la formación a través de jornadas concretas online/presenciales con los agentes turísticos y personal de promoción en el uso coherente de la narrativa. Se sugiere incorporar un espacio consultivo de la narrativa en canales oficiales como la página web o redes sociales (LinkedIn e Instagram) y su difusión vía mail a los integrantes de las mesas operativas.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila - Integrantes mesas operativas de producto (naturaleza, cultura y gastronomía) - Universidades y centros de formación especializados - Consultoras especializadas y agencias de marketing	
Modelo de implantación	- Colaboración público-privada - Contratación pública de servicios	
Indicadores	- Número de agentes participantes en el proceso participativo - Número de mensajes clave generados - Documento de narrativa oficial del destino - Documento del manual de uso y recomendaciones estratégicas - Número de acciones de difusión y promoción de la narrativa - Impacto y alcance en canales del reconocimiento de marca	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo



Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.2. Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico

4.2.2. Estudio y redefinición del posicionamiento actual turístico a través de la renovación de la actual marca turística "Ávila te toca" y la página web de turismo de la Diputación de Ávila

Descripción de la actuación

Renovación integral de la marca turística de la provincia de Ávila y rediseño completo de la página web oficial de turismo de la Diputación. La actuación comprende el estudio y redefinición del posicionamiento del destino, su identidad visual en base a la narrativa desarrollada previamente, así como la reestructuración total de la arquitectura web para mejorar la usabilidad, el alcance y la conversión. Incluye la reorganización de contenidos, categorías, funcionalidades e interfaces, orientadas a una navegación clara, segmentada en función de los productos clave (naturaleza, cultura y gastronomía) y adaptada a distintos perfiles de usuario (visitantes, empresas, administración). La nueva plataforma deberá integrar criterios de accesibilidad, sostenibilidad y digitalización, así como facilitar la promoción de productos turísticos provinciales. El proyecto busca consolidar una imagen coherente del destino, mejorar su visibilidad digital y posicionarlo de forma competitiva dentro del turismo de interior.

Actividades clave

- **Análisis integral web y de percepción y posicionamiento del destino:** estudio estructurado de la imagen actual de Ávila mediante encuestas a visitantes, análisis de reputación online y revisión de la comunicación turística existente (página web de la Diputación y redes sociales) en cuanto a mensajes clave, atributos, usabilidad, contenidos, arquitectura y rendimiento e integración en estrategias de marketing digital.
- **Diseño de la identidad visual y desarrollo del concepto de marca:** desarrollo de identidad visual del destino incluyendo el lema, elementos gráficos, lenguaje visual y conceptualización, modernizando el concepto "Ávila te toca" a un *claim* más contemporáneo, emocional, coherente a los valores del territorio y adaptada a estrategias de branding turístico actuales como el enfoque experiencial y vivencial, la coherencia multicanal, autenticidad y regeneración, así como su adaptación a la nueva narrativa desarrollada.
- **Elaboración, validación e implantación del manual de marca:** creación de un manual de marca que establezca normas de uso, tono comunicativo, aplicaciones y criterios de coherencia para todos los agentes. Este documento será comunicado y facilitado a integrantes de las mesas operativas.
- **Rediseño y desarrollo técnico de la nueva plataforma web:** incluyendo la definición de la arquitectura y mapa de contenidos, el diseño UX/UI orientado a la mejora de la experiencia de usuario y la accesibilidad, idiomas, el desarrollo técnico de una web optimizada y responsive, la integración de herramientas digitales (analítica, SEO y gestión turística), la creación y actualización de contenidos y la incorporación de recursos de promoción territorial, así como el lanzamiento, comunicación y mantenimiento evolutivo de la plataforma.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Alta	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila - Servicio de cultura de la Diputación de Ávila - Ávila Auténtica - Stellarium - Mesas operativas de producto - Agencias especializadas en desarrollo web, branding y marketing turístico	
Modelo de implantación	Contratación pública – servicios	
Indicadores	- Número de atributos diferenciales definidos - Número de canales y soportes adaptados a la nueva identidad - Nueva identidad de marca desarrollada y validada - Número de entidades que adoptan el manual de marca - Incremento del reconocimiento y notoriedad del destino - Alcance e impacto del lanzamiento de la marca (audiencia alcanzada, impresiones, <i>engagement</i> en medios y canales digitales)	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

04. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.2. Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico

4.2.3. Fortalecimiento de la estrategia conjunta de marcas, comercialización y comunicación desde la administración pública y tejido empresarial

Descripción de la actuación

Impulso de la estrategia conjunta de marcas, comercialización y comunicación en la provincia de Ávila mediante la coordinación entre la administración pública (Diputación, Comarcas, Mancomunidades, Ayuntamientos, oficinas de información turística y ADR) y el tejido empresarial (CEOE y otras asociaciones empresariales del sector, DO, gestores responsables de rutas, Asociaciones culturales/sociales de cada comarca). La iniciativa incluirá la creación de espacios virtuales y/o presenciales que permitan alinear estrategias, diseñar planes integrados de promoción, desplegar acciones y campañas de promoción compartidas e implementación de herramientas de comunicación digital y acciones de marketing colaborativo. El objetivo es garantizar coherencia en la proyección del destino, optimizar recursos, potenciar la visibilidad y competitividad turística de forma coordinada y colaborativa.

Actividades clave

- **Constitución de una mesa de coordinación público-privada en materia de promoción y comercialización:** se definirá un espacio permanente de coordinación estratégica y operativa para alinear acciones de promoción ya sea a través del comité estratégico o las mesas operativas. Se sugiere que esté integrada por las entidades colaboradoras indicadas en la ficha y una periodicidad de reunión semestral.
- **Elaboración de un plan integrado de marketing y comunicación turística:** diseño de un plan conjunto que incluya objetivos, mercados prioritarios, públicos objetivo, mensajes clave, canales y calendario de acciones. Este plan integrará las distintas marcas y productos turísticos del territorio bajo una estrategia común. El plan puede nutrirse con la información generada en el E7. Dossier con el análisis y diagnóstico de la situación actual del sector turístico de la Provincia de Ávila elaborado en el marco del proyecto.
- **Desarrollo e implementación de campañas de promoción colaborativas:** puesta en marcha de campañas conjuntas en canales online y offline (LinkedIn, Instagram, Facebook), integrando la participación de administraciones y empresas, coordinando acciones de promoción, comercialización y generación de contenidos bajo la identidad común creada.
- **Implantación de herramientas digitales y acciones de marketing colaborativo:** desarrollo y puesta en funcionamiento herramientas digitales compartidas (plataformas, CRM, gestión de contenidos, etc.) que faciliten la coordinación y la comunicación entre agentes. Así como el impulso de acciones de marketing colaborativo como paquetes turísticos, promociones conjuntas o campañas temáticas.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Media	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila - Servicio de cultura de la Diputación de Ávila - Oficinas de información turística - Mesas operativas (naturaleza, cultura y gastronomía) - Agencias especializadas en branding y marketing turístico	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada e interadministrativa Contratación pública de servicios	
Indicadores	- Número de entidades participantes en espacios de coordinación - Número de campañas conjuntas desarrolladas - Alcance e impacto de las acciones promocionales (visualizaciones, tráfico, leads) - Incremento de la visibilidad y posicionamiento del destino	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.3. Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal

4.3.1. Formulación y diseño de un plan de comunicación y campaña digital multicanal turística para incrementar la proyección turística de Ávila a nivel nacional e internacional

Descripción de la actuación

Desarrollo de un plan de comunicación y campaña digital multicanal para incrementar la proyección turística de la provincia de Ávila a nivel nacional e internacional a través de la nueva marca desarrollada. La iniciativa incluirá la definición de objetivos generales y específicos de comunicación, identificación de canales, iniciativas, programas concretos en redes sociales, página web, eventos, ferias y otros espacios, así como su calendarización. El objetivo es aumentar la visibilidad del destino a través de la marca turística renovada, atraer nuevos públicos, reforzar la identidad turística y consolidar la competitividad de la provincia como un referente de turismo cultural, natural y gastronómico. Esta iniciativa puede generarse tomando de referencia el E.14 Plan de comunicación, enfocado a la comunicación y difusión del plan, pero con cierta replicabilidad para la identidad turística de la provincia definida en actuaciones anteriores.

Actividades clave

- **Definición estratégica del plan de comunicación:** definición de los objetivos generales y específicos de comunicación, alineados con el posicionamiento turístico de Ávila y sus mercados prioritarios. Se identificarán públicos objetivo (instituciones, administración, tejido empresarial, ciudadanía, visitantes), mensajes clave y canales más adecuados (digitales y presenciales): redes sociales, boletines informativos o encuentros empresariales.
- **Diseño y planificación de acciones y campañas:** desarrollo de un plan de acción a dos años vista que incluya acciones específicas como publicaciones en redes sociales, espacio web, marketing de contenidos, presencia en ferias y eventos, así como colaboraciones con medios y prescriptores (viajes de familiarización de destino). Se definirá un calendario de ejecución detallado, con hitos y responsables.
- **Implementación de campañas digitales y acciones promocionales:** despliegue de campañas multicanal orientadas a incrementar la visibilidad del destino, captar nuevos públicos y reforzar la marca turística. Se generarán contenidos adaptados a cada canal y segmento de público, optimizando la inversión en promoción.
- **Seguimiento, análisis y optimización de resultados:** incorporación de mecanismos de seguimiento y evaluación continua del rendimiento de las campañas mediante indicadores de alcance, interacción, conversión y retorno. Se analizarán los resultados para introducir mejoras en tiempo real y ajustar las acciones.

Planificación	
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)
Largo plazo (2030–2031)	
Prioridad	Media
Implantación y seguimiento	
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila
Entidades colaboradoras	- Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila - Servicio de cultura de la Diputación de Ávila - Oficinas de información turística - Tejido empresarial y social vinculado al turismo - Centros formativos y educativos especializados en marketing turístico - Agencias especializadas en branding y marketing turístico
Modelo de implantación	Contratación pública – servicios
Indicadores	- Número de campañas ejecutadas y alcance obtenido - Incremento del tráfico web y seguidores en redes sociales - Número de leads y consultas generadas (visitas web, reservas, consultas) - Retorno de inversión de las campañas de comunicación
Presupuesto	Alto: 200.000 – 500.000€

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.3. Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal

4.3.2. Impulso de iniciativas y colaboraciones con creadores de contenido e influencers especializados alineados con los valores a la nueva marca

Descripción de la actuación

Despliegue de actuaciones promocionales colaborativas con creadores de contenido e influencers especializados en cultura, gastronomía o naturaleza, alineados con los valores de la nueva marca turística de la provincia de Ávila. La acción incluirá la identificación y selección de creadores de contenido estratégicos, el diseño de campañas de promoción conjuntas, la organización de viajes de familiarización y experiencias inmersivas, la producción y difusión de contenidos auténticos como vídeos, reportajes o publicaciones en redes sociales o en plataformas digitales estratégicas. El objetivo es ampliar el alcance promocional, reforzar la visibilidad externa a nivel nacional e internacional del destino, atraer públicos segmentados y consolidar la identidad de la provincia de Ávila como un destino de interior auténtico, cultural, gastronómico y natural.

Actividades clave

- **Identificación y selección de creadores de contenido:** análisis de perfiles especializados en turismo de interior, cultura, gastronomía y naturaleza, evaluando su alineación con los valores de la marca y su alcance en mercados objetivo (familias, parejas, senior, gourmet) definidos. De forma preliminar para el caso de la provincia de Ávila se sugiere optar por la colaboración con influencers especializados como: @san.tierno, @vero.zuma, @kino.jerez, @cocituber, @cenandoconpablo, @lauraponts, @gotzonmantuliz, @tanviajeros, @pasea.madrid, @lacosmopolilla, entre otros.
- **Definición de campañas colaborativas:** diseño de acciones específicas con los influencers seleccionados, estableciendo objetivos, mensajes clave (definidos en la narrativa), formatos de contenido y canales de difusión (indicados en los planes de comunicación).
- **Organización de viajes de familiarización/experienciales con 4-6 influencers (fam trips):** planificación de experiencias inmersivas en diferentes comarcas de la región, especialmente aquellas menos conocidas o con menos vinculación turística de forma tradicional como La Moraña, integrando en los viajes experiencias que vinculen recurso naturales, culturales y gastronómicos.
- **Producción de contenidos digitales:** generación de vídeos, reportajes, publicaciones en redes sociales y contenido editorial adaptado a cada plataforma y público.
- **Difusión y amplificación de contenidos:** coordinación de publicaciones en canales de los creadores y canales oficiales del destino para maximizar alcance e impacto.
- **Seguimiento y evaluación de campañas:** análisis de métricas de rendimiento (alcance, interacción, conversiones) y valoración del impacto en la imagen y visibilidad del destino.

Planificación

Corto plazo (2026–2027)

Medio plazo (2028–2029)

Largo plazo (2030–2031)

Prioridad

Baja

Implantación y seguimiento

Responsable de ejecución

Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila

Entidades colaboradoras

- Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila
- Empresas turísticas y operadores del destino
- Influencers o agencias de marketing especializadas

Modelo de implantación

Colaboración público-privada y contratación pública de servicios

Indicadores

- Número de campañas desarrolladas con creadores de contenido
- Alcance total e interacciones generadas en redes sociales
- Número de contenidos producidos y publicados
- Incremento de la visibilidad del destino en mercados objetivo
- Impacto en tráfico web y consultas turísticas

Presupuesto

Medio: 75.000 – 200.000€

04. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.3. Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal

4.3.3. Identificación y articulación de un programa de embajadores del destino que implique a profesionales del sector y población local en la proyección del destino

Descripción de la actuación

Diseño de un programa de embajadores del destino en la provincia de Ávila que involucre a profesionales del sector turístico y a la población local en la promoción del territorio. La iniciativa incluirá la metodología de selección, capacitación y coordinación de los embajadores para difundir la oferta turística, valores culturales y experiencias singulares del destino. Estos embajadores podrán ser representantes institucionales, figuras históricas, chefs de reconocido prestigio, gestores de destino, ADR, empresarios, docentes... que se encuentren altamente alineados a valores del destino como autenticidad, respeto y regeneración. El objetivo es generar un efecto multiplicador de la comunicación, fortalecer el sentido de pertenencia, incrementar la visibilidad y contribuir al posicionamiento de la provincia como un destino de interior auténtico, sostenible y competitivo.

Actividades clave

- **Definición del modelo de embajadores:** establecimiento de perfiles objetivo (productores, empresarios, profesionales, técnicos, docentes, población local), criterios de selección (reconocimiento, prestigio, trayectoria, vinculación) y roles dentro del programa según el producto/destino que represente.
- **Identificación y captación de participantes:** selección en función de una valoración cuantitativa de candidatos alineados con los valores del destino y de la marca, garantizando la singularidad y diversidad territorial. A priori, podrían considerarse como embajadores de referencia del destino figuras representativas de la cultura y la historia de la provincia, como Santa Teresa de Jesús, Adolfo Suárez o Isabel I de Castilla, junto con embajadores contemporáneos vinculados a la proyección actual del territorio, como Carlos Casillas, chef con Estrella Michelin del restaurante Barro, así como representantes y gestores de la Sierra de Gredos, Nicolas González o de organismos como la IGP Carne de Ávila, David Fernando.
- **Diseño del programa de capacitación:** desarrollo de sesiones/jornadas formativas sobre identidad del destino, narrativa turística, habilidades de comunicación y uso de herramientas digitales a los propios embajadores se conviertan en auténticos relatores del destino.
- **Activación de acciones de promoción:** participación de embajadores en campañas, eventos, redes sociales, ferias (FITUR, INTUR, NATURCYL) y otras actividades de promoción, eventos, jornadas profesionales o culturales.
- **Dinamización y coordinación del programa:** seguimiento de la actividad de los embajadores, generación de comunidad y establecimiento de canales de comunicación interna, medición del impacto del programa, identificación de buenas prácticas y establecimiento de incentivos o reconocimientos para los más activos.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila - Ávila Auténtica - Stellarium - Mesas operativas (naturaleza, cultura y gastronomía)	
Modelo de implantación	Colaboración público-privada	
Indicadores	- Número de embajadores seleccionados y activos - Número de acciones de promoción realizadas por embajadores - Alcance e impacto de las acciones (visualizaciones, interacciones) - Nivel de participación y continuidad en el programa - Mejora del reconocimiento y percepción del destino	
Presupuesto	Bajo: 25.000 – 75.000€	

4. Plan Operativo

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

Línea 4.3. Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal

4.3.4. Definición y aplicación de herramientas de análisis para mejorar la eficacia y eficiencia de las campañas y estrategias promocionales desplegadas

Descripción de la actuación

Identificación, diseño y aplicación de herramientas de análisis web para evaluar y optimizar la eficacia y eficiencia de las campañas y estrategias promocionales en la provincia de Ávila. La iniciativa incluirá el diseño de indicadores clave que permitan monitorizar el rendimiento de campañas en redes sociales, publicidad digital, páginas web y otros canales de promoción, así como el desarrollo de informes y análisis comparativos para evaluar la eficacia de estas estrategias. El objetivo de esta actuación es mejorar la toma de decisiones en cuanto a promoción y difusión, maximizar el retorno de las acciones de marketing, ajustar contenidos y mensajes de forma continua y reforzar la visibilidad y competitividad del destino turístico provincial de manera medible y sostenible.

Actividades clave

- **Definición del sistema de indicadores y herramientas clave (KPI):** establecimiento de métricas específicas por canal (redes sociales, web, campañas digitales, ferias) alineadas con objetivos de visibilidad, captación y conversión como, por ejemplo: usuarios y sesiones por mercado (local, nacional o internacional), conversión a objetivos (descargas, reservas o clics a recursos), páginas de mayor interés, impresiones y crecimiento de comunidad, *engagement* por tipo de contenido, Coste por Clic (CPC), CPA o coste por acción o tasas de conversión por mercado y campaña, entre otros según finalmente se defina.
- **Integración de herramientas de analítica digital:** configuración de plataformas de medición (analítica web, redes sociales, campañas publicitarias) y centralización de datos en un entorno común a través de herramientas como Google Analytics 4 (GA4), Google Search Console, Hotjar o Microsoft Clarity para web, Meta Insights, Tik Tok Analytics, X Analytics, Hootsuite o Metricool para redes sociales y, en el caso concreto de campañas de publicidad digital herramientas como Google Ads, Meta Ads Manager o Looker Studio.
- **Diseño de cuadros de mando operativos:** desarrollo de dashboards visuales que permitan el seguimiento en tiempo real del rendimiento de campañas y acciones promocionales a través de herramientas como PowerBI o Tableau (o algunas de las propias herramientas indicadas anteriormente, que cuentan con sistemas integrados).
- **Elaboración de informes periódicos de resultados:** generación de informes comparativos que incluya una recopilación de los resultados obtenidos de forma anual por campañas, canales y segmentos de mercado para evaluar eficacia y eficiencia.
- **Aplicación de mejoras y optimización de campañas:** según las conclusiones extraídas de los informes, ajuste continuo de contenidos, segmentación, inversión y canales en función de los resultados obtenidos.
- **Capacitación de equipos técnicos:** formación del personal de la Diputación (servicio de turismo y comunicación) en el uso de herramientas analíticas y en la interpretación de datos para la toma de decisiones.

Planificación		
Corto plazo (2026–2027)	Medio plazo (2028–2029)	Largo plazo (2030–2031)
Prioridad	Baja	
Implantación y seguimiento		
Responsable de ejecución	Servicio de comunicación de la Diputación de Ávila	
Entidades colaboradoras	- Servicio de turismo de la Diputación de Ávila - Oficinas de información turística - Agencias de marketing digital y analítica - Empresas tecnológicas especializadas en gestión de datos	
Modelo de implantación	Contratación pública – servicios	
Indicadores	- Sistema de KPI definido e implantado - Número de campañas monitorizadas con herramientas analíticas - Disponibilidad y uso de cuadros de mando por parte de los equipos - Mejora del retorno de inversión (ROI) de campañas promocionales - Incremento de la eficiencia en la asignación de recursos promocionales	
Presupuesto	Medio: 75.000 – 200.000€	



05.

Activación del Plan

5.1. Modelo de gobernanza

5.2. Modelo de implantación

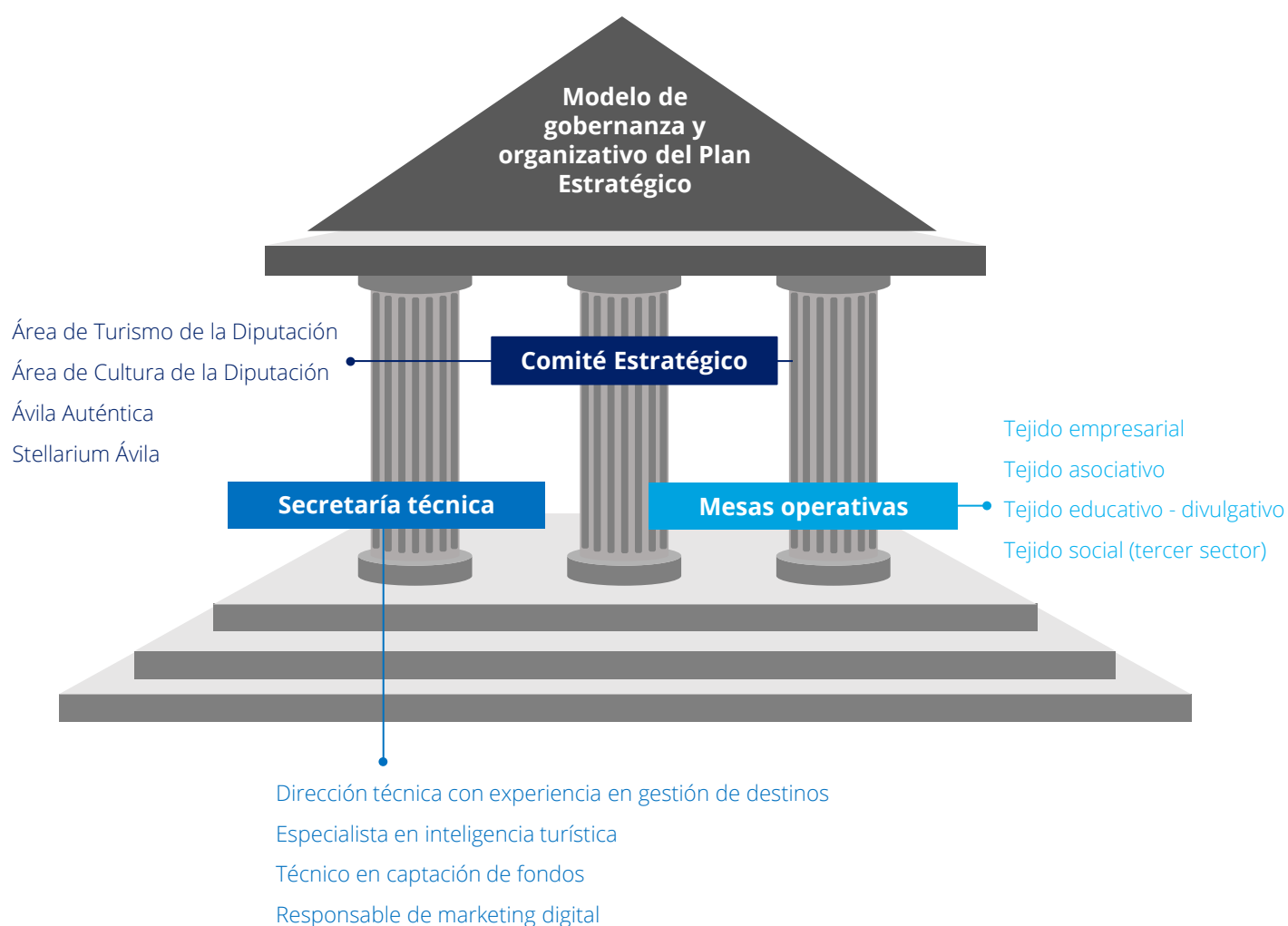
5.3. Modelo de seguimiento y evaluación

5. Activación del Plan

5.1. Modelo de gobernanza

El correcto desarrollo, implantación y seguimiento de los avances del **Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila 2026-2031** requiere de colaboración y participación coordinada y continua de los agentes clave competentes y vinculados al ecosistema turístico. Por esta razón, se establece un modelo de gobernanza estructurado en un **Comité Estratégico**, responsable de la validación, orientación y supervisión global del Plan, una **Secretaría Técnica**, como organismo técnico de soporte, y **Mesas operativas** por producto turístico clave (naturaleza, cultura y gastronomía), como espacios consultivos de articulación sectorial.

A continuación, se presenta de forma global los órganos de gobernanza definidos



Un **sistema de gobernanza eficaz, coordinado y participativo** constituye un elemento clave para garantizar el éxito en la implementación del Plan Estratégico, asegurando la alineación de los distintos agentes y la adecuada ejecución de las iniciativas. El modelo propuesto se adapta a la singularidad territorial de Ávila y a su estructura administrativa multinivel, favoreciendo la toma de decisiones conjunta y optimización de recursos.

5. Activación del Plan

5.1. Modelo de gobernanza

A continuación, se presenta una descripción detallada de cada uno de los órganos de gobernanza definidos, incluyendo sus funciones, composición y periodicidad de reuniones:

Comité Estratégico

El Comité Estratégico se constituye como el **órgano de dirección estratégica y técnica responsable** de la orientación institucional, liderazgo y validación de las decisiones estructurales del Plan Estratégico de Turismo de la provincia de Ávila.

Funciones

- **Aprobar el Plan Estratégico**, ejerciendo la dirección estratégica del mismo y garantizando su coherencia con la visión definida, los objetivos estratégicos y las prioridades institucionales.
- **Validar el Plan Anual**, asegurando su alineación con el marco estratégico aprobado y con la disponibilidad presupuestaria.
- **Supervisar los resultados y el grado de ejecución del Plan**, analizando el cumplimiento de objetivos, el avance de los proyectos estratégicos y, en su caso, acordando medidas correctoras o ajustes estratégicos.
- **Proponer líneas presupuestarias**, en coherencia con las prioridades estratégicas definidas y dentro del marco presupuestario aprobado.
- **Adoptar decisiones estratégicas vinculantes**, en el ámbito de sus competencias, dentro del marco presupuestario aprobado.

Composición

**DIPUTACIÓN
DE ÁVILA**

- ❖ Diputado provincial de Ávila, Responsable del área de Asuntos Europeos, Energía y Turismo.
- ❖ Secretario General del Servicio de Turismo
- ❖ Equipo técnico responsable del Servicio de Turismo.
- ❖ Equipo técnico responsable del Área de Cultura.
- ❖ Equipo responsable de Stellarium Ávila.
- ❖ Dirección técnica de Ávila Auténtica.

Periodicidad



Anual, actuando como **órgano de dirección estratégica**, validación de **decisiones clave** y **supervisión global** del grado de avance del Plan Estratégico.

5. Activación del Plan

Secretaría técnica

Sin estructura técnica, la gobernanza se convierte en un foro sin ejecución, por esta razón, es imprescindible contar con un órgano técnico que proporcione soporte y garantice la adecuada implementación de los acuerdos adoptados.

Funciones mínimas necesarias

- **Secretaría Técnica:** apoyo técnico-administrativo al modelo de gobernanza, coordinación de convocatorias, elaboración de actas y seguimiento de acuerdos.
- **Coordinación de mesas:** dinamización y coordinación de las Mesas de trabajo consultivas, asegurando la preparación de trabajos y la elevación de propuestas.
- **Oficina técnica de destino:** soporte operativo a la implementación del Plan en el territorio y acompañamiento técnico a los proyectos.
- **Unidad de planificación estratégica:** seguimiento del Plan Estratégico, monitorización de indicadores y elaboración de informes de evaluación y ajuste.

Composición

Equipo técnico de turismo

DIPUTACIÓN
DE **ÁVILA**

Perfiles profesionales clave:

- ❖ Dirección técnica con experiencia en gestión de destinos
- ❖ Especialista en inteligencia turística
- ❖ Técnico en captación de fondos
- ❖ Responsable de marketing digital

Periodicidad



Operativa y continua, en función del avance del plan.



5. Activación del Plan

Mesas operativas de producto

Como mecanismo de participación y contraste, se constituirán tres mesas operativas temáticas (naturaleza, cultura, gastronomía), integradas por los principales agentes vinculados al correspondiente producto turístico clave para el destino. Estas mesas se configurarán como espacios consultivos de coordinación y colaboración entre las entidades orientados a identificar necesidades y oportunidades de estos productos y a formular propuestas que contribuyan al desarrollo turístico.

Funciones

- **Órgano consultivo y de asesoramiento técnico**, que participa activamente en la propuesta de iniciativas alineados con el Plan Estratégico de Turismo de Ávila.
- **Contrastar necesidades, retos y oportunidades** del territorio identificadas contribuyendo a la adecuada priorización y definición de actuaciones.
- Impulsar la **coordinación técnica** entre los distintos agentes implicados, favoreciendo la colaboración y la coherencia en la implementación de las iniciativas.
- Garantizar una **participación activa y especializada** de sus miembros, asegurando la dinamización de los trabajos y la orientación a resultados.

Composición (Propuesta preliminar no vinculante)

- ❖ Equipo técnico de la Diputación de Ávila
- ❖ Tejido empresarial turístico vinculado a cada producto
- ❖ Tejido asociativo
- ❖ Tejido educativo-divulgativo
- ❖ Tejido social



Periodicidad



Operativa y continua, en función del avance del plan.

En el caso de las mesas operativas, cada una de ellas, por producto clave: naturaleza, cultura y gastronomía contará con una composición diferente alineada a lo indicado anteriormente. Se han incluido los logos de algunas entidades más representativas, no obstante, la composición de las mesas podrá verse ajustada y modificada en función del avance del proyecto.

5. Activación del Plan

5.2. Modelo de implantación

El Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila articula la ejecución de un **gran conjunto de iniciativas y proyectos durante 2026–2031**. Para asegurar una adecuada gestión y seguimiento de su operativización, se han definido 3 planes operativos estructurados en tres etapas temporales (2026–2027, 2028–2029 y 2030–2031), facilitando así su despliegue progresivo. Asimismo, con el objetivo de concretar la ejecución anual de las actuaciones estratégicas, se desarrollarán los correspondientes **Planes Anuales de Gestión**.

En este sentido, la **Secretaría Técnica será la encargada de analizar y evaluar con carácter anual, su grado de avance**. Los resultados de este seguimiento serán elevados al Comité Estratégico, que asumirá su validación. Posteriormente, se realizará una revisión del Plan Estratégico y, en caso necesario, se plantearán ajustes, que deberán ser aprobados por el Comité Estratégico. A partir de este proceso de seguimiento y su traslación a la planificación operativa, la Secretaría Técnica elaborará el Plan Anual de Gestión de cada ejercicio del Plan Estratégico, que será sometido a revisión y aprobación por el Comité Estratégico.

Elaboración de los Planes de Acción Anuales



Revisión Hoja de Ruta y definición de prioridades

Revisión de la hoja de ruta y definida y **seguimiento del grado de avance para la priorización definida** de las actuaciones en función de los recursos económicos, técnicos y humanos disponibles.



Planificación Anual

Definición de un **calendario anual de trabajo** que organice la implementación del Plan en el ejercicio en curso, detallando los proyectos a ejecutar e identificando aquellas iniciativas con **carácter plurianual**.



Identificación de herramientas

Definición de **metodologías, mecanismos y herramientas** necesarias para la puesta en marcha de las actuaciones y proyectos previstos en el cronograma de trabajo.

Desarrollo de Planes Anuales de Gestión de cada ejercicio del Plan Estratégico



5. Activación del Plan

Con el objetivo de **ordenar y priorizar la implantación de las actuaciones** incluidas en el Plan Operativo, se ha empleado el Deloitte Prioritization Model TM, que establece una serie de criterios que permiten valorar cada una de las mismas en función de un conjunto de parámetros y asegurar una implantación de las actuaciones estructurada, ordenada y eficaz:

Criterios de valoración de las actuaciones



Criticidad

Valoración de la criticidad o impacto de la actuación para la consecución de las líneas estratégicas del eje al que está asociada (alta, media y baja).



Urgencia

Valoración del grado de urgencia o necesidad de la implantación de la actuación en el tiempo considerando el corto plazo (2026-2027), medio plazo (2028-2029) y largo plazo (2030-2031).



Necesidad de recursos económicos

Valoración del grado de necesidad de recursos económicos para la puesta en marcha de la actuación. Se establece 5 niveles coste: coste muy bajo (<25.000€), coste bajo (25.000-75.000€), coste medio (75.000-200.000€), coste alto (200.000-500.000€), y coste muy alto (>500.000€).

A continuación, se presenta la **tabla resumen global de los proyectos**, estructurados según prioridad, plazo de ejecución y presupuesto, en base a los criterios indicados. Asimismo, las acciones se representan con una **codificación por colores** en función de su nivel de prioridad en la implementación. Estos datos han sido incorporados previamente para cada una de las actuaciones en sus correspondientes fichas del plan operativo.



Prioridad alta (Rojo): acciones esenciales y urgentes para el cumplimiento del plan estratégico. Requieren implementación inmediata y demandan un alto nivel de coordinación y recursos.



Prioridad media (Amarillo): acciones importantes, pero no urgentes, cuya ejecución es clave para el plan. Requieren planificación, aunque con mayor flexibilidad.



Prioridad baja (Verde): acciones que complementan el plan estratégico, pero cuya implementación puede realizarse a largo plazo o de manera flexible, sin afectar de forma crítica los objetivos generales.

5. Activación del Plan

Eje 1: Gobernanza y participación

COD.	ACCIÓN	PRIORIDAD	PLAZO	PRESUPUESTO
1.1. Consolidación y fortalecimiento de una gobernanza eficaz				
1.1.1.	Análisis en profundidad y despliegue del mapa competencial de la cadena de valor turística de la Provincia de Ávila	Alta	Corto plazo	Muy bajo
1.1.2.	Impulso y consolidación de un modelo de gobernanza provincial eficaz que garantice el diseño, implantación y continuidad de estrategias e iniciativas turísticas	Alta	Corto plazo	Bajo
1.1.3.	Articulación de mesas de trabajo consultivas formadas por personas expertas y entidades locales vinculadas a los productos turísticos clave para el destino: naturaleza, cultura y gastronomía	Media	Medio plazo	Bajo
1.1.4.	Dinamización de encuentros turísticos técnicos intercomarcales a través de jornadas periódicas de trabajo entre personal técnico y responsables políticos para reforzar la coordinación territorial	Media	Medio plazo	Bajo
1.2. Despliegue de un sistema estratégico de inteligencia turística				
1.2.1.	Estudio y diseño de una ontología y taxonomía de los principales datos de turismo necesarios para la mejora de la planificación y gestión estratégica del sector turístico	Media	Medio plazo	Medio
1.2.2.	Despliegue de una plataforma provincial de inteligencia turística para la producción, recogida, análisis y gestión de datos turísticos (Observatorio Turístico de la Provincia de Ávila)	Alta	Corto plazo	Alto
1.2.3.	Impulso de una Red colaborativa provincial de Oficinas de Turismo para la compartición de datos y buenas prácticas, así como la consolidación de conocimiento e información turística	Media	Corto plazo	Bajo
1.2.4.	Desarrollo de programas de formación y sensibilización sobre el uso y aprovechamiento de la inteligencia de datos turísticos para profesionales del sector turístico del ámbito público y privado	Media	Medio plazo	Bajo
1.3. Mayor participación en redes y alianzas estratégicas del sector				
1.3.1.	Integración y participación activa en redes de interés para el fortalecimiento y competitividad del destino	Media	Medio plazo	Bajo
1.3.2.	Despliegue de alianzas estratégicas con agentes y entidades clave del ecosistema turístico del ámbito regional, nacional e internacional	Baja	Medio plazo	Bajo
1.3.3.	Refuerzo de la presencia del destino en foros profesionales y acogida de encuentros especializados en turismo, naturaleza, cultura y gastronomía	Baja	Medio plazo	Medio

05. Activación del Plan

Eje 2: Sostenibilidad y regeneración del territorio

COD.	ACCIÓN	PRIORIDAD	PLAZO	PRESUPUESTO
2.1. Redefinición, dinamización y mejora de espacios con enfoque turístico				
2.1.1.	Impulso de un programa provincial de dinamización, recuperación y activación de infraestructuras y equipamientos turísticos	Media	Largo plazo	Muy alto
2.1.2.	Diseño, mejora y promoción de rutas e itinerarios turísticos de naturaleza, cultura y gastronomía que conecten diferentes espacios turísticos comarcales	Alta	Medio plazo	Medio
2.1.3.	Identificación, despliegue y promoción de una agenda digital de eventos temáticos itinerantes y rotatorios entre diferentes comarcas vinculados a productos clave	Media	Medio plazo	Medio
2.2. Mejora de la conectividad y movilidad del destino				
2.2.1.	Diagnóstico, formulación y despliegue de planes específicos para la mejora de movilidad y conectividad a nivel provincial y comarcal	Alta	Medio plazo	Muy alto
2.2.2.	Fomento de un sistema transporte público sostenible y adaptado a horarios de turistas, residentes, trabajadores y otros agentes del sector	Media	Largo plazo	Muy alto
2.2.3.	Integración de sistemas de señalización homogéneos, estandarizados e inteligentes con foco en los recursos turísticos vinculados a la naturaleza, cultura y gastronomía	Media	Medio plazo	Alto
2.2.4.	Desarrollo de jornadas informativas y de concienciación sobre la movilidad sostenible y el conocimiento de otros territorios de la provincia	Baja	Medio plazo	Bajo
2.3. Integración de la corresponsabilidad y valor regenerativo del sector turístico				
2.3.1.	Despliegue de un estudio en profundidad sobre la sostenibilidad y capacidad regenerativa del sector turístico en la provincia	Alta	Medio plazo	Bajo
2.3.2.	Impulso de la capacitación y formación de responsables, gestores y técnicos de organizaciones turísticas en la implantación de prácticas sostenibles y regenerativas	Media	Medio plazo	Bajo
2.3.3.	Diseño y difusión de un decálogo de buenas prácticas orientado a fomentar la práctica de turismo responsable en espacios turísticos	Media	Corto plazo	Muy bajo
2.3.4.	Desarrollo de una campaña de sensibilización dirigida a la población local para destacar el impacto y retorno del turismo en el ámbito rural	Media	Medio plazo	Medio
2.3.5.	Apoyo y promoción de iniciativas turísticas que generen empleo local, impulsen la fijación de población y permitan el cuidado del entorno	Media	Largo plazo	Alto

05. Activación del Plan

Eje 3: Talento, innovación y transformación digital

COD.	ACCIÓN	PRIORIDAD	PLAZO	PRESUPUESTO
3.1. Atracción, desarrollo y apoyo al talento turístico				
3.1.1.	Diagnóstico del marco de capacitación actual del sector turístico, así como activación de un plan de formación turística de aplicación provincial	Media	Medio plazo	Medio
3.1.2.	Desarrollo de alianzas entre el sector turístico y entidades formativas, fomentando la adaptación de itinerarios formativos a necesidades actuales y la formación práctica	Media	Medio plazo	Bajo
3.1.3.	Despliegue de un servicio de apoyo, orientación temprana y asesoramiento para favorecer el acceso al emprendimiento en el sector turístico	Media	Largo-plazo	Medio
3.1.4.	Apoyo a proyectos y startups que incorporen ideas disruptivas en el sector turístico que permitan el incremento del gasto y estancia turística, así como la diversificación de la oferta turística	Media	Medio plazo	Medio
3.2. Innovación aplicada en el desarrollo de productos y experiencias				
3.2.1.	Promoción de una red provincial de innovación turística mediante la creación de hubs o espacios colaborativos para emprendedores, empresas y agentes del sector turístico	Media	Medio plazo	Alto
3.2.2.	Integración de tecnologías emergentes en la experiencia del visitante e interpretación de recursos turísticos como la realidad aumentada o chatbots	Baja	Largo plazo	Medio
3.2.3.	Impulsar el diseño de experiencias a medida a través de nuevas tecnologías que respondan a preferencias individuales de los visitantes, mejorando su satisfacción y fidelización	Media	Medio plazo	Alto
3.3. Impulso de la transformación digital en el sector turístico				
3.3.1.	Optimización y mejora de la gestión y planificación turística mediante la implantación de nuevas tecnologías y digitalización de procesos	Alta	Medio plazo	Alto
3.3.2.	Desarrollar programas de acompañamiento para la digitalización e integración de nuevas tecnologías en pequeñas y medianas empresas	Media	Medio plazo	Alto
3.3.3.	Gestión de fondos y ayudas públicas para impulsar la transformación digital del sector	Alta	Medio plazo	Medio
3.3.4.	Impulso de la formación en competencias digitales para el sector público, a través de la capacitación de profesionales y técnicos en herramientas digitales y gestión innovadora	Baja	Largo plazo	Medio

05. Activación del Plan

Eje 4: Propuesta de valor, marca y promoción

COD.	ACCIÓN	PRIORIDAD	PLAZO	PRESUPUESTO
4.1. Revalorización de la diversidad y autenticidad de la oferta turística de la provincia				
4.1.1.	Identificación, inventariado y promoción a través de un catálogo digital de itinerarios y experiencias turísticas por comarcas que integren naturaleza, cultura y gastronomía	Media	Medio plazo	Medio
4.1.2.	Posicionar la oferta enogastronómica de la provincia como eje vertebrador del territorio a través del desarrollo de un Plan de Turismo Gastronómico de la provincia	Alta	Largo plazo	Medio
4.1.3.	Despliegue de un sistema de reconocimiento y apoyo a la calidad, autenticidad, diversidad y sostenibilidad de la oferta turística mediante implantación de estándares, distinciones, indicadores y la discriminación positiva	Baja	Largo plazo	Medio
4.1.4.	Puesta en valor de la identidad de Ávila como destino auténtico, histórico y diverso desde edades tempranas y una perspectiva local	Media	Largo plazo	Bajo
4.2. Mejora, renovación y evolución de la marca y posicionamiento turístico				
4.2.1.	Desarrollo de narrativa turística común y atractiva para la promoción de Ávila como destino de interior líder en turismo de naturaleza, cultura y gastronomía	Alta	Corto plazo	Bajo
4.2.2.	Estudio y redefinición del posicionamiento actual turístico a través de la renovación de la actual marca turística "Ávila te toca"	Alta	Corto plazo	Medio
4.2.3.	Fortalecimiento de la estrategia conjunta de marcas, comercialización y comunicación desde la administración pública y tejido empresarial	Media	Largo plazo	Medio
4.3. Despliegue de estrategias de promoción segmentadas y multicanal				
4.3.1.	Formulación y diseño de un plan de comunicación y campaña digital multicanal turística para incrementar la proyección turística de Ávila a nivel nacional e internacional	Media	Medio plazo	Alto
4.3.2.	Impulso de iniciativas y colaboraciones con creadores de contenido e influencers especializados alineados con los valores a la nueva marca	Baja	Largo plazo	Medio
4.3.3.	Identificación y articulación de un programa de embajadores del destino que implique a profesionales del sector y población local en la proyección del destino	Baja	Medio plazo	Bajo
4.3.4.	Definición y aplicación de herramientas de análisis para mejorar la eficacia y eficiencia de las campañas y estrategias promocionales desplegadas	Baja	Medio plazo	Medio

05. | Activación del Plan

5.3. Modelo de seguimiento y evaluación

Finalmente, de acuerdo con el modelo de implementación definido previamente, el seguimiento se llevará a cabo mediante una **evaluación anual del grado de cumplimiento de los indicadores** asociados a las distintas actuaciones (especificado en las fichas operativas de cada una de ellas), así como a través de cuadros de mando e **informes periódicos**, alineados con los Planes Anuales de Gestión, y un informe final de evaluación del Plan.

La **Secretaría Técnica** será la responsable de **recopilar y sistematizar la información vinculada a estos indicadores**, así como de su incorporación a los informes anuales y al informe final de evaluación del Plan. Estos documentos serán elevados al Comité Estratégico, que asumirá su revisión y aprobación.

Resultados de la evaluación del plan

Evaluación anual

Los resultados de la evaluación de los indicadores se recopilarán anualmente en un **informe de evaluación del plan**. Dichos informes se compartirán con las Mesas operativas por producto turístico

Evaluación final

Al finalizar el periodo del marco temporal del Plan Estratégico, los resultados globales de su implementación se recopilarán en un **informe final de evaluación**. Este informe será presentado a las Mesas operativas por producto turístico



Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Ávila 2026-2031

Edita:

Servicio de Turismo de la Diputación de Ávila

<https://www.diputacionavila.es/>

Asistencia técnica:

Deloitte Consulting S.L.U.

<https://www.deloitte.com/es/>