



ANÁLISIS TURÍSTICO DE PEÑÍSCOLA Y PLAN OPERATIVO DE ADECUACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO

Autor: Carmen Soledad Sanz Pérez-Fajardo

Tutor: Antonio Martínez Sirvent

GRADO EN TURISMO

TU0944 – TRABAJO FINAL DE GRADO

CURSO 2015-16

ÍNDICE

A.ÍNDICE DE TABLAS	3
B.ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	3
1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	5
1.1 TERMINO MUNICIPAL	5
1.2 CLIMA	5
1.3 MONUMENTOS Y EVENTOS DE INTERÉS TURISTICO	6
1.3.1 EVENTOS CULTURALES	7
1.4 OFERTA TURISTICA DEL ENTORNO	8
1.4.1 PAISAJES NATUTALES	8
1.4.2 PRINCIPALES MUNICIPIOS TURÍSTICOS	9
1.5 OFERTA TURÍSTICA	10
1.6 PERFIL DEL TURISTA	11
1.6.1 ESTANCIA, VIAJEROS Y PERNOCTACIONES	11
1.6.2 PERFIL DEL TURISTA SEGÚN HABITOS DE	
CONSUMO	13
1.6.2.1 Según edad	14
1.6.2.2 Establecimiento elegido para alojarse	14
1.6.2.3 Medio de transporte	15
1.6.2.4 Duración media de la estancia	15
1.7 ANÁLISIS D.A.F.O.	16
1.7.1 CONCLUSIONES	17

2. <u>IMPACTOS DEL AUMENTO DE TURISMO</u>	19
2.1 ECONÓMICOS	19
2.2 SOCIOCULTURALES	20
2.3 MEDIOAMBIENTALES	21
3. <u>PLAN OPERATIVO DE ADECUACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</u>	22
3.1 SITUACIÓN Y VISIÓN ESTRATÉGICA	22
3.2 EJES ESTRATÉGICOS	24
3.3 PROGRAMAS DE ACTUACIÓN	25
3.3.1 CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES	25
3.3.2 CENTRO DE INTERPRETACIÓN	28
3.3.3 AMPLIAR OFERTA CULTURAL	33
3.3.4 TRANSPORTE Y NUEVA MARCA COMERCIAL	35
4. <u>CONCLUSIONES</u>	38
5. <u>BIBLIOGRAFÍA</u>	39
6. <u>ANEXOS</u>	42

A.ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Climograma de Peñíscola	5
Tabla 2: Comparación de población de Vinaròs, Benicarló y Peñíscola	9
Tabla 3: Hoteles por categorías	10
Tabla 4: Hostales.....	12
Tabla 5: Pensiones.....	10
Tabla 6: Campings por categorías.....	10
Tabla 7: Restaurantes según categoría.....	10
Tabla 8: Agencias de viajes	10
Tabla 9: Estancia media 2015	11
Tabla 10: Evolución de estancia desde 2013-2016.....	11
Tabla 11: Viajeros y pernoctaciones de residentes y extranjeros en Peñíscola 2015	12
Tabla 12: Análisis DAFO.....	16
Tabla 13: Ejes estratégicos	24

B.ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación del edificio Centro de Estudios de Peñíscola.....	25
Ilustración 2: Dársena de autobuses.....	26
Ilustración 3: Edificio Centro de Estudios.....	28
Ilustración 4: Ruta de los castillos de Vinalopó	33
Ilustración 5: Logo de Peñíscola actual.....	35
Ilustración 6: Logo personalizado de Peñíscola.....	36

INTRODUCCIÓN:

En los últimos años, el turismo de Peñíscola ha aumentado notoriamente, convirtiéndose en uno de los lugares más concurridos de la Comunidad Valenciana. Una de las posibles causas ha sido su aparición en numerosas series y películas, la más reciente, la serie mundialmente conocida, “Juego de Tronos”.

Para averiguar las causas del notorio aumento y ver la situación actual del municipio, es necesario un análisis de situación estudiando todas sus variables y teniendo en cuenta los impactos que pueden generar en el municipio, tanto positivos como negativos, ese aumento de visitantes.

Acto seguido y tras la justificación previa obtenida del análisis del municipio, se llega a la cuestión de si Peñíscola está preparada para este aumento de turismo y saber si puede cumplir con las necesidades de la demanda y aumento de esta.

En torno a esa cuestión se elaboran los ejes estratégicos desde los cuales se van a fijar los objetivos con una serie de acciones que varían desde; mejorar infraestructuras, ampliar la oferta cultural creando un nuevo recurso turístico o elaborar acciones de promoción marcadas con una nueva imagen comercial, que cambie la idea del visitante sobre el municipio.

Gracias a todo ello, se obtiene un Plan Operativo que busca mejorar la calidad de los servicios, no busca ganar posicionamiento en el mercado, ni está centrado en la competencia sino que es una consecución de estrategias para mejorar la gestión turística del municipio y poniendo en valor recursos existentes con la finalidad de conquistar un nuevo segmento de mercado.

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.1 Termino municipal

Ilustración 1: Localización de Peñíscola



Como bien se sabe, Peñíscola es un municipio situado en la costa norte de la provincia de Castellón, en la comarca del Bajo Maestrazgo, Comunidad Valenciana, España

Cuenta con una población de 7.444 habitantes según el INE 2015. Es considerada Ciudad desde 1707. Además de ello, tiene distintivos títulos; desde enero de 2013, Peñíscola forma parte de “la Red de

los pueblos más bonitos de España” y es considerada Bien de Interés Cultural (RI-53-0000142) como Conjunto Histórico desde el 26 de octubre de 1972.

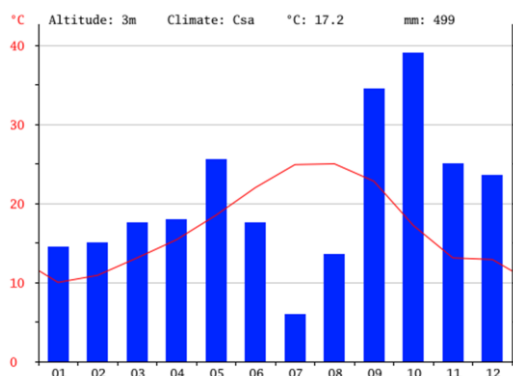
Tabla 1: Población de Peñíscola 2016

	Total	españoles	extranjeros
	Total	Total	Total
Ambos sexos			
12089-Peñíscola/Peñíscola	7.444	5.114	2.330

Fuente: Instituto Nacional de Estadística ¹

1.2 Clima

Tabla 1: Climograma de Peñíscola ²



El clima del municipio está clasificado como Csa según el sistema de Köppen-Geiger, ya que su temperatura media anual es 14,2°C y sus precipitaciones 499 mm. Es decir, nos encontraríamos ante un clima suave en invierno y normalmente entre cálido y templado en verano.

¹Ine.es. (2016).

²Valenciana, C., temperatura, D. and climática, T. (2016)

Las precipitaciones son mayores en los meses de invierno. Encontramos octubre como el mes más lluvioso del año con 78 mm y julio el mes más seco con 12 mm. La diferencia de precipitaciones entre el mes más seco y el mes más lluvioso es de 66 mm.

Si observamos las temperaturas, agosto sería el mes más caluroso del año con un promedio de 25°C y enero el más frío con 10°C. Las temperaturas medias varían durante el año alrededor de 15°C.

1.3 Monumentos y eventos de interés turístico³

El mayor atractivo del municipio es su casco antiguo. Ubicado en una península de roca jurásica la cual, antiguamente, estaba unida a la tierra por una pequeña franja de arena, la cual, cuando subía la marea, se inundaba y formaba una pequeña isla. De esta manera, el castillo no podía ser atacado, ya no solo desde el mar sino tampoco desde la playa. Más adelante se construyó el puerto actual y es una lástima que ya no se pueda apreciar este acontecimiento.

Sobre el peñón se encuentra su recurso principal, el Castillo de origen templario del Papa Luna, que divide la costa de Peñíscola en dos playas.

La Playa Norte de Peñíscola es la que está más cercana y tiene mejor acceso al casco antiguo. Esta playa tiene cinco kilómetros de arena fina y clara, que hace que sea la principal playa del municipio y la más concurrida. Lo que más llama la atención de ésta es su cuidado y la calidad del mar. Gracias a ello, posee diferentes certificaciones como bandera Azul, bandera “Q”, del Instituto para la Calidad para el Turismo de España, la “verde” de la empresa de certificación AENOR y la bandera “Qualitur” de la Agencia Valenciana de Turisme, que verifican la buena gestión, servicio y calidad de la Playa norte de Peñíscola.

Al otro lado del castillo podemos encontrar la Playa Sur. Es una playa de arena fina con una longitud de 300 m y 35 m de ancho. También ofrece servicios con diferentes deportes náuticos como en la Playa Norte pero no tiene ninguna certificación de calidad.

³ Es.wikipedia.org. (2016)
Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística de Peñíscola, (n.d)

Siguiendo la costa, en la cual está situada la Playa Sur, nos encontramos con un paraje natural virgen de los más importantes de la Comunidad Valenciana. El Parque Natural de la Serra de Irta y Reserva Natural Marina de Irta del cual se hablará más adelante. A lo largo de sus 15 kilómetros de costa rocosa, se puede encontrar multitud de calas, playas de arena como la del Russo, acantilados y diferentes especies de vegetación y fauna.

Peñíscola cuenta con diversos lugares de interés tanto natural como paisajístico o cultural. Si se hiciese una lista de recursos de categoría B, es decir, Histórico-monumental, técnico, etnológico y artístico podríamos encontrar como principales:

- Castillo del Papa Luna
- El Parque de Artillería
- El Bufador
- Las murallas encargadas por Felipe II Giovanni Battista Antonelli
- La Iglesia Parroquial de Santa María
- El Portal de San Pedro o del Papa Luna
- La Ermita de la Virgen de la Ermitana
- El Portal Fosco
- El Museo de la Mar
- La Ermita de San Antonio
- La Torre de la Badum
- El mas del Senyor

1.3.1 Eventos culturales⁴.

Por otro lado, hay que tener en cuenta las fiestas patronales o eventos incluso de índole internacional ya que aumenta notoriamente el turismo sobre todo en:

Junio:

- A primeros de este mes es la conmemoración de la llegada del Papa Luna (Benedicto XIII) a Peñíscola.

Julio:

- Festival de Teatro Clásico Castillo de Peñíscola.

⁴ Peñíscola.es. (2015)

- Festival Internacional de Jazz

Agosto:

- Festival Internacional de Música Antigua y Barroca.

Septiembre:

- Conciertos de Música Clásica.
- El 7 de septiembre comienzas más de 20 días de fiestas patronales en conmemoración a la Virgen de la Ermitana. Son de Interés turístico Nacional sobretodo por los desfiles de Moros y Cristianos del último fin de semana.

Diciembre:

- Belén viviente
- Mercado Medieval

1.4 Oferta turística del entorno

1.4.1 Parajes naturales

- Parque Natural Sierra de Irta⁵

El 16 de julio de 2002 fue la fecha de la Declaración de Parque Natural y Reserva Marina del Gobierno Valenciano (2002/M8047).

La sierra ocupa más de la mitad del término Peñíscola. Tiene una extensión de 7.742 hectáreas. Sus montañas no son muy elevadas, el pico más alto es de Campanilles a unos 572 metros de altitud. Tampoco existen grandes barrancos, ya que su proximidad al mar no lo permite y el barranco de Irta sería el de mayor longitud con 6 kilómetros.

La Sierra de Irta fluye paralela a la costa alrededor de 15 kilómetros donde, además de conservar multitud de playas y calas apenas alteradas, se pueden observar diferentes acantilados siendo el de la Torre Badúm uno de los más altos de la Comunidad Valenciana.

La flora que se desarrolla a lo largo del parque es típica mediterránea con mucha importancia ecológica y forestal, destacando el matorral y encontrando entre otros el tomillo, el palmito, el espliego, el fenoll, el lentisco, el hinojo marino...

⁵ Parquesnaturales.gva.es. (2016).

De la fauna cabe destacar las especies comunes de mamíferos y la presencia de aves marinas y especies de anfibios.

- Reserva Natural Marina de Irta

La Reserva Marina de Irta cuenta con una superficie de 2.448,99 hectáreas marinas.

La Ley 16/2003, de 17 de diciembre, de la Generalitat, declaró como reserva marina de interés pesquero la zona de aguas interiores comprendida en la reserva natural marina de Irta, siendo regulado por el DECRETO 163/2006, de 20 de octubre, del Consell [2006/12188]. La Reserva está protegida integralmente, incluyendo hasta diez metros de profundidad.

- El Marjal de Peñíscola

Está considerado como Lugar de Interés Comunitario (LIC) y Micro-reserva de flora, declarado por el Acuerdo de la Generalidad Valenciana el 10 de julio de 2001.

Se trata de una zona húmeda en el litoral de Peñíscola, que pese a la presión urbanística del entorno, conserva en gran parte sus características naturales y alberga una de las mejores poblaciones mundiales de samaruc.

1.4.2 Principales municipios turísticos⁶

El marco comarcal de viene integrado de norte a sur por los municipios de Vinaròs, Benicarló y Peñíscola, siendo Vinaròs el municipio con más habitantes según el padrón del 2015.

Tabla 2: Comparación de población de Vinaròs, Benicarló y Peñíscola

	Total 2015
12027 Benicarló	26.403
12089 Peñíscola/Peñíscola	7.444
12138 Vinaròs	28.190

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Peñíscola cuenta con un término municipal de 79,2km², y es el mayor frente litoral de Castellón. Se sitúa entre Benicarló y Cáliga al norte y Alcalá de Xilvert al sur, Cervera del Maestrat y Santa Magdalena de Polpís al oeste.

⁶ Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana, Litoral del Maestrat, (2006)

1.5 Oferta turística

Oferta turística de hoteles, hostales, pensiones, campings, apartamentos, restaurantes, agencias de viajes y empresas de turismo activo del 2015.⁷

Tabla 3: Hoteles por categorías

HOTELES																		
ESTRELLAS	NÚMERO						PLAZAS						HABITACIONES					
	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL
	7	9	11	9		36	254	581	1965	5764		8564	132	293	815	2691		3931

Tabla 4: Hostales

HOSTALES		
NÚMERO	PLAZAS	HABITACIONES
4	102	50

Tabla 5: Pensiones

PENSIONES		
NÚMERO	PLAZAS	HABITACIONES
6	104	53

Tabla 6: Campings por categorías

CAMPINGS																		
ESTRELLAS	NÚMERO						PLAZAS						PARCELAS					
	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL
			5	3		8			2415	1693		4108			599	415		1014

Tabla 7: Restaurantes según categoría

RESTAURANTES								
CATEGORÍA	NÚMERO				PLAZAS			
	TERCERA	SEGUNDA	PRIMERA	TOTAL	TERCERA	SEGUNDA	PRIMERA	TOTAL
	128	4	1	133	5387	197	50	5634

EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO	2
----------------------------	---

Tabla 8: Agencias de viajes

AGENCIAS DE VIAJES									
CATEGORÍA	CASAS CENTRALES				SUCURSALES				TOTAL GENERAL
	MAYORISTA	MAYORISTA/ MINORISTA	MINORISTA	TOTAL	MAYORISTA	MAYORISTA/ MINORISTA	MINORISTA	TOTAL	
A		1	1	2		1	1	2	4

Fuente de todas las tablas: GVA. Elaboración propia

⁷ Bautista Ferreres, J. (2016).

1.6 Perfil del turista

1.6.1 Estancia media, viajeros y pernoctaciones⁸

Peñíscola es un destino con distintos modelos de desarrollo turístico que cuenta con experiencia en planes de desarrollo y gestión turística, tales como los Planes de Excelencia Turística y planes estratégicos.

También ofrece un abanico de vacaciones bastante completo. Puedes disfrutar de la tranquilidad y calidad de sus playas, pasear por la naturaleza o disfrutar de sus recursos históricos. Por estas razones, los visitantes que eligen Peñíscola son sobretodo familias ya que, tienen en cuenta las necesidades de todos sus miembros, principalmente las de los más pequeños. Buscan una buena oferta en relación calidad-precio, pero a la vez una zona con actividades recreativas, seguridad en las playas, grandes parques y zonas verdes... y Peñíscola cuenta con todo lo necesario para que disfruten niños y mayores. Por esta razón, la Federación Española de Familias Numerosas creó el Sello de Turismo Familiar, que acredita empresas y destinos turísticos para cubrir necesidades de un público familia. El primer destino reconocido con este sello ha sido Peñíscola⁹.

Tabla 9: Estancia media 2015

2015	Estancia media de marzo a octubre del 2015
OCTUBRE	3,43
SEPTIEMBRE	4,84
AGOSTO	4,74
JULIO	5,06
JUNIO	4,27
MAYO	3,35
ABRIL	4,07
MARZO	4,10

Los datos que nos proporciona el INE sobre la encuesta hotelera desde marzo a octubre del 2015 (el resto de meses no se pudo averiguar por secreto estadístico del INE) nos muestra que la estancia media de pernoctaciones se encuentra en 4,23 días, siendo agosto el mes con más pernoctaciones y mayo el de menos.

Fuente INE, elaboración propia

Tabla 10: Evolución de estancia desde 2013-2016

Para ver la evolución en los últimos años de la estancia media, se parte del mes de marzo que es el mes del que se tienen datos estadísticos en 2016 y se compara la evolución desde 2013 al 2016 observándose como la estancia media ha bajado siendo el año 2016 el de menos pernoctaciones.

Marzo	Evolucion de estancia media
2016	3,63
2015	4,10
2014	4,56
2013	3,99

Fuente INE, elaboración propia

⁸ Ine.es. (2016).

⁹ Turismo, F. (2016).

Tabla 11: Viajeros y pernoctaciones de residentes y extranjeros en Peñíscola 2015

VIAJEROS Y PERNOCACIONES DE RESIDENTES Y EXTRANJEROS A PEÑÍSCOLA DE MARZO A OCTUBRE DEL 2015						
2015	Viajeros		TOTAL DE VIAJEROS	Pernoctaciones		TOTAL DE PERNOCACIONES
MES	Residentes en España	Residentes en el Extranjero		Residentes en España	Residentes en el Extranjero	
OCTUBRE	22.078	8.658	30.736	68.513	36.895	105.408
SEPTIEMBRE	41.501	8.956	50.457	199.725	44.593	244.318
AGOSTO	65.506	4.589	70.095	313.657	18.676	332.333
JULIO	56.871	4.290	61.161	289.725	19.452	309.177
JUNIO	43.369	5.468	48.837	174.199	34.215	208.414
MAYO	29.126	7.942	37.068	95.254	28.858	124.112
ABRIL	29.403	6.300	35.703	121.857	23.624	145.481
MARZO	20.739	2.548	23.287	80.596	14.837	95.433
TOTAL	308.593	48.751	357.344	1.343.526	221.150	1.564.676

Fuente: INE, elaboración propia

Por otro lado, según la encuesta hotelera, al estudiar los viajeros (tanto residentes en España como extranjeros) y pernoctaciones, en el periodo de marzo a octubre del 2015, se puede deducir que:

Si se observa la tabla de viajeros, el total de visitantes fue 357.344 de los cuales 308.593 fueron españoles y 48.751 extranjeros. El mes con más visitantes es agosto con un total de 70.095 entre los que el 93,45% son españoles ya que los extranjeros prefieren visitar el municipio en septiembre. El mes que menos visitantes recibe, según los datos habilitados en el INE, se aprecia que es marzo tanto para turistas españoles como extranjeros.

El análisis de la tabla de pernoctaciones indica un total de 1.564.676, la mayoría fueron realizadas por viajeros españoles y en el mes de agosto, aunque también se observa que para los extranjeros es septiembre el mes con más pernoctaciones y enero el que menos. En cambio para los visitantes residentes en España el mes con menos pernoctaciones es octubre.

COLCLUSIONES:

Para evaluar el número de viajeros residentes en España y extranjeros y el número de pernoctaciones, se puede observar que ha habido un total de 181.713 viajeros en los meses de julio, agosto y septiembre teniendo en cuenta únicamente los datos de la oferta hotelera. El tipo de turista es nacional un 86,3% y extranjero un 13,64%. Por otro lado, se diferencia que el mes que prefieren los extranjeros para venir a Peñíscola es septiembre y para los españoles sigue siendo agosto.

Según las previsiones que manejan hoteles, cámpings y apartamentos turísticos, la temporada del 2015 fue superior a la del año 2014 que fue la mejor de toda la historia. Esto se debe al turista nacional que cada vez más elige la costa de la provincia para pasar sus vacaciones. De hecho, Valencia ya es el segundo punto de origen de los turistas que eligen Peñíscola para veranear. Solo le supera Madrid.

La opción de transporte del aeropuerto Costa Azahar abre la puerta a un mayor número de turistas extranjeros y se prevé que gracias a ello aumenten para el 2016.

1.6.2. Perfil del turista según sus hábitos de consumo¹⁰

Para poder desarrollar los beneficios y repercusiones de la actividad turística de Peñíscola se necesita saber el perfil de turista y su comportamiento.

Después de analizar la actividad turística y la multitud de visitantes, se observa que es un tipo de turista que busca sol y playa, tranquilo y con la necesidad de descansar, practicar actividades, disfrutar de la gastronomía y tener una buena relación calidad-precio durante su visita.

Por otro lado, observamos que Peñíscola no ofrece apenas recursos de ocio nocturno por lo cual llegamos a la conclusión de que tampoco es lo que buscan los visitantes.

Según las encuestas, el turismo principal del municipio se caracteriza por ser familiar. Gran parte de este turismo acude acompañado.

Los turistas extranjeros que veranean en Peñíscola buscan sobretodo el clima de la costa española. No valoran el precio tanto como lo hacen los españoles ni tampoco la gastronomía, pero sí valoran las fiestas patronales locales y actividades en medios rurales.

Hay que destacar que no todos los visitantes son iguales ni tienen los mismos gustos.

Existen diferentes variables para clasificar a los visitantes según sus hábitos:

- Según edad
- El establecimiento elegido para alojarse

¹⁰ El consumidor turista de Peñíscola. (n.d.).

- El medio de transporte
- La duración de la estancia

1.6.2.1. Diferencias según la edad:

Los turistas de edad comprendida entre los 18 y 30 años, constituyen un turismo joven y con inquietudes; les gusta el ocio nocturno y practicar actividades deportivas. Busca la costa para pasar sus vacaciones pero con la necesidad de tener actividades complementarias.

Los visitantes que tienen una edad comprendida entre los 35 y 64 años es el llamado "turismo familiar". Su principal objetivo es descansar, por lo cual no suelen buscar actividades deportivas ni ocio nocturno. Este turismo valora mucho la relación calidad-precio.

Los mayores de 64 años, buscan relajación y precios reducidos. Muchos de ellos ya tienen una segunda residencia en el municipio y pasan largas temporadas. Por otro lado, el turismo del IMSERSO acude en fechas donde hay poca demanda ya que es más económico.

1.6.2.2. Diferencias según el establecimiento elegido para alojarse:

Por un lado tenemos visitantes que tienen casa propia en el municipio. Muchos de ellos personas mayores que prestan su vivienda a amigos o familiares para que pasen unos días y eviten ese gasto. Estos visitantes tienen la fidelidad de acudir año tras año a Peñíscola.

El turista que está alojado en un hotel tiene una amplia gama de actividades proporcionadas por este y también busca diversión y comodidad. Son más permisivos con los precios y ven escasa oferta de actividades nocturnas.

Los hay que deciden alquilar un apartamento, en este caso también encontramos familias, grupos de amigos y jóvenes.

Muchos turistas extranjeros poseen una segunda residencia en la costa con la idea de que cuando se jubilen puedan pasar el frío invierno de sus países en las cálidas costas españolas. También suelen alquilar viviendas y sobre todo alojarse en campings.

1.6.2.3. Medio de transporte:

La mayoría de visitantes vienen en su propio vehículo para poder tener una mayor libertad. Esto hace posible que se desplacen a municipios vecinos y puedan realizar visitas de su interés. A los extranjeros, por ejemplo, les gusta visitar Vinaróz, Morella, Valencia y Barcelona, sobre todo para ir de compras.

Una vez dentro de Peñíscola, el vehículo está parado y se desplazan a pie ya que todo está concentrado en el mismo distrito.

La estación de tren está en el municipio de Benicarló y no existe una buena combinación para llegar a Peñíscola.

La proximidad al aeropuerto de Barcelona o de Valencia y ahora y también el aeropuerto de Castellón, hacen que la mayoría de los extranjeros utilicen mucho el avión.

1.6.2.4. La duración media de la estancia

Por regla general, los turistas que más días de vacaciones pasan en el municipio, son los que tienen una segunda residencia o han alquilado un apartamento sobre todo si son jubilados o extranjeros.

Muchos de los visitantes, por no decir la gran mayoría, suelen repetir la visita. Algunos en fin de semana sueltos, puentes festivos, otros aprovechan las vacaciones de Navidad o Semana Santa, sobre todo si poseen una segunda residencia.

1.7 ANALISIS DAFO

Elaborar un DAFO es imprescindible para desarrollar las posteriores estrategias con los correspondientes objetivos del destino. En él se diferencian los aspectos internos (fortalezas y debilidades) y los aspectos externos (oportunidades o las amenazas). De esta manera, se verá cómo aprovechar las fortalezas, minimizar las debilidades, sacar partido de las oportunidades existentes, y hacer frente a las amenazas externas.

Tabla 12: Análisis DAFO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - Clima cálido en verano y suave en invierno. - Atractivo a nivel internacional de las playas y calidad en aguas y arena. - Buena oferta de restaurantes. - Variedad de alojamientos. - Parque Natural Sierra de Irta. - Atractivo local. - Numerosos rodajes de series y películas internacionales. - Incremento del uso estacional de las segundas residencias. - Eventos internacionales. - Experiencia en planes de desarrollo y gestión turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de ocio nocturno. - Poca oferta cultural. - Oficina de turismo pequeña, obsoleta. - Falta de recepción de autobuses. - Ausencia de instalaciones deportivas. - Masificación. - Carencia de actividades complementarias al sol y playa. - Falta de transporte directo. - Aparcamiento escaso. - Marca comercial desfasada. - Falta de coordinación entre municipios.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de transporte aéreo. - Escalas aéreas con grandes aeropuertos - Posición competitiva en el mercado. - Nuevo segmento de demanda. - Cercanía a puntos de interés turístico - Tecnologías de la información. - Turismo sostenible. - Recursos culturales de la Comunidad Valenciana para gestión turística. - Impulsar la actividad turística en torno al Castillo de Peñíscola. 	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte principal fuera del municipio. - Crisis financiera. - Sobrepoblación. - Contaminación. - Modas - Subida del Euríbor. - Competencia con municipios cercanos que ofrecen el mismo producto. - Estacionalidad. - Continuos urbanos (Vinaròs-Benicarló y Benicarló-Peñíscola). - Degradación del paisaje. - inflación en los precios

Elaboración propia

1.7.1. CONCLUSIONES:

Fortalezas: El mayor atractivo del municipio es sin duda su clima, tanto en verano como en invierno, que viene acompañado de la calidad de sus playas a nivel internacional. Por otro lado hay que destacar el Parque Natural Sierra de Irta y la belleza del paisaje con el castillo templario, el cual divide las dos playas principales. Este es motivo de que numerosos directores de cine quieran rodar en el municipio, acto que ayuda a conocer Peñíscola a nivel mundial e invite a numerosos turistas, deseosos de conocer dicho castillo.

Otro de los motivos que atrae a gran público son sus eventos internacionales como el Festival de Jazz. También ayuda que Peñíscola haya tenido planes de excelencia turística tanto en desarrollo como en gestión y tenga variedad en tipos de alojamiento y buena oferta en restauración.

Debilidades: Peñíscola vende una imagen de turismo familiar, que busca una buena relación calidad-precio en sus playas, por eso en ocasiones el municipio se masifica de visitantes donde no hay aparcamientos suficientes ni tampoco la tranquilidad que se busca. La ausencia de centros de ocio, salas de fiesta, instalaciones deportivas o variedad de actividades complementarias al sol y la playa hace que cierto segmento de demanda busque otras opciones. Por otro lado, si se espera un aumento de turismo, no habría suficientes plazas hoteleras ni un transporte internacional directo.

El municipio cuenta con tres oficinas de turismo, dos casetas y la oficina principal que está ubicada en el Paseo Marítimo, es pequeña y no dispone de recepción de autobuses.

Oportunidades: Gracias al aeropuerto de Castellón, la llegada de los visitantes internacionales aumentaría a la ya existente en los grandes aeropuertos de Valencia, Barcelona y Alicante.

Peñíscola tiene una posición competitiva en el mercado y además se ha creado un nuevo segmento de demanda que busca ver el Castillo del Papa Luna por haber salido en su serie preferida. Este nuevo "nicho" busca recursos culturales. La Comunidad Valenciana cuenta con Castillos de la Edad Media en muy buen estado de conservación que ayudaría a cubrir esas nuevas expectativas y daría importancia al

Patrimonio Cultural Valenciano impulsando también la actividad turística en torno al Castillo de Peñíscola.

Amenazas: La amplia oferta hotelera en pueblos colindantes y competitividad con municipios que ofrecen el mismo producto, puede suponer un desvío de turismo y disminución de pernoctaciones.

Si se tiene en cuenta el aumento de turismo que puede sufrir el municipio por la serie de “Juego de Tronos”, hay que trabajar para que no quede en una simple moda y perdure en el tiempo. Lo mismo sucede con la estacionalidad. Este aumento de turismo también supondría contaminación, degradación del paisaje y aumento del precio del suelo.

2. ANÁLISIS DE IMPACTOS POR EL AUMENTO DE TURISMO¹¹

Después de desarrollar el análisis de la actividad turística de Peñíscola, ha sido necesario el conocimiento de los impactos que provoca el turismo y en qué podría llegar a convertirse con un aumento masivo de visitantes. Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales tanto positivos como negativos hacen que se contemplen los posibles riesgos y se vean los pros y contras para crear medidas y abordar la situación.

2.1 Impactos económicos

Cuando se habla de impactos económicos, hay que tener en cuenta que el turismo es el sector más rentable en el municipio. La entrada de ingresos que genera en la localidad, hace posible que se pueda invertir en infraestructuras y así poder construir hoteles, mejorar carreteras, generar más servicios... Esto no es solo beneficioso para el turista sino que a la vez se está mejorando la calidad de vida de las personas que habitan en la localidad todo el año.

Esto también supone un aumento de rentas y generación de empleo, bien sea directo, o indirecto.

Peñíscola, gracias a la demanda de un tipo de turismo masivo, contribuye, de alguna manera, a que los visitantes se desplacen a los municipios vecinos por estar próximos a la localidad, para realizar compras o disfrutar del día. Este hecho hace que ellos también se beneficien económicamente y puedan generar empleo.

No obstante, hay que tener en cuenta que a medida de que el turismo aumente, provocara inflación en los precios, es decir, una posible subida de precios a causa de la elevada demanda de ciertos bienes y servicios. Esto principalmente viene dado, entre otras razones, porque los extranjeros tienen más poder adquisitivo respecto a la población residente.

Por otro lado, hay que recordar que el rodaje de "Juego Tronos" hará que Peñíscola sea conocida mundialmente y aumentara la demanda de casas de segunda residencia, con lo cual, el suelo pasará a convertirse en un bien escaso por el limitado espacio territorial del municipio y ello hará que el precio del suelo aumente y el de las viviendas

¹¹ Anónimo, Impactos del turismo (n.d.)

o alojamientos turísticos, los cuales ya han experimentado un aumento de precios por la demanda.

Un problema importante ha sido el abandono de actividades tradicionales, agrícolas o pesqueras, para dedicarse a actividades que tienen que ver con el turismo y la hostelería por ser más rentables y estar en auge. Es cierto que es difícil encontrar una actividad alternativa al campo o la pesca y que dé una mayor rentabilidad sin que esta esté relacionada con el turismo, pero esto puede generar desempleo en estos sectores e inexistencia de exportaciones o de producción local.

Hay que tener en cuenta la competencia de Peñíscola con otros municipios tan importantes como pueden ser Benicasim o Alcocebre y la estacionalidad del turismo de masas; todo esto puede derivar en mejores ofertas de la competencia y falta de interés hacia Peñíscola por sus elevados precios, lo que supondría una caída de la demanda y por lo tanto una importante crisis económica en la localidad por tener una dependencia de la actividad turística tan elevada.

Cuando el turismo de Peñíscola empiece a crecer masivamente supondrá una inversión y financiación importante, tanto pública como privada, para equipar Peñíscola con las infraestructuras necesarias. A esto se le suma que muchas empresas extranjeras quieran invertir en la zona. Esto supondría un problema ya que los ingresos no se quedarían en el municipio. Por otro lado, el empleo más retribuido estará mayoritariamente ocupado y el de menos cualificación o retribución será para los residentes locales.

2.2 Impactos socioculturales

El turismo implica que una serie de individuos se desplacen de su lugar de residencia habitual para obtener la llamada “experiencia turística”, es decir, desplazarse a un lugar atractivo, social, cultural o paisajístico o medioambiental diferente. Este desplazamiento tiene consecuencias sobre la población residente ya que su vida cotidiana también se modifica por la presencia de los turistas, creando relación entre sociedades y culturas muy distintas. Estas consecuencias pueden ser positivas o negativas.

Los impactos sociales suponen una manera diferente de percepción de aspectos cotidianos que sufre la población residente por estar en contacto con los turistas. En cambio, los impactos culturales los sufre el arte, costumbres, religión, arquitectura...que pueden llegar a causar la pérdida de identidad local.

El turismo, como hemos visto antes, genera empleo para los residentes y esto genera bienestar entre ellos y un aumento de renta y de calidad de vida. Si el aumento de turismo en Peñíscola se produjese, todas esas infraestructuras nuevas y mejoras en el municipio de las que hablaba en el apartado anterior, también serían utilizadas por los residentes.

Estar en contacto con extranjeros es positivo, porque permite dialogar con culturas diferentes en distintos idiomas y ayuda a que se puedan conocer sus costumbres, siempre y cuando lo que se quiera conocer sean aspectos positivos.

2.3 Impactos medioambientales

Como se ha estado hablando anteriormente sobre el uso del suelo, para que se pueda desarrollar una actividad turística y haya una expansión inminente de esta, se requiere de espacio y recursos naturales para poder establecer industrias y cualquier tipo de infraestructura asociado al turismo. Para ello se debe tener en cuenta qué factores entran en conflicto o repercuten con otras actividades económicas.

Es muy importante la preservación de todos los recursos que Peñíscola conserva como puede ser un gran patrimonio cultural, con importantes edificios y lugares históricos y también áreas protegidas gracias a la Sierra de Irta o el Marjal, que tiene hábitats naturales de gran importancia.

Todas las actividades medioambientales que se desarrollen, también repercutirán en los residentes del lugar.

Acerca del exceso de demanda y la estacionalidad, es sabido que en verano Peñíscola es sobreexplotada y eso deteriora playas e infraestructuras importantes. El supuesto aumento de turismo empeorará la situación y habrá una mayor utilización de los recursos naturales. Todos estos turistas además están concentrados en las mismas áreas y al mismo tiempo, lo que genera congestión en el entorno y contaminación acústica.

Volviendo al suelo, por este exceso de demanda de viviendas habrá una explotación en la construcción, mucho de ese paisaje natural o de casas antiguas del lugar se perderá, borrando cada vez más la identidad pintoresca de Peñíscola. Este daño de áreas supondría una “contaminación arquitectónica” a causa de la unión de estilos en los edificios arquitectónicos diferentes y mal ubicados.

3. PLAN OPERATIVO DE ADECUACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO

3.1 Situación y visión estratégica¹²

La base de este estudio es el hecho inminente de que el turismo en la localidad aumentará. Ya puede verse en la página web del municipio una noticia que habla de cómo se empiezan a ver los resultados de la difusión mediática del castillo en la serie “Juego de Tronos”. La noticia dice¹³ “[...] la coincidencia con el anuncio de la serie Juego de Tronos que se grabará en Peñíscola ha contribuido a este interés creciente por el municipio. En ese sentido, sólo durante el pasado mes de julio fueron 34.360 entradas vendidas, un 38,75% más que en julio de 2014.”

La noticia nos habla del aumento de visitantes al castillo solamente por el anuncio de la futura grabación. Hay que tener en cuenta que es considerada una de las series más vistas de la historia y emitida en más de 170 países de todo el mundo, esto implica un gran impacto de promoción turística a la localidad de Peñíscola.

Si se buscan antecedentes en otros municipios o países en los cuales han rodado dicha serie, se puede encontrar un estudio de la compañía SkyScanner¹⁴ que reveló que “los escenarios españoles donde se rodó la serie han recibido desde entonces un 40% más de visitas turísticas. Por delante está Islandia, donde se rodaron las escenas de *más allá del muro*, con un aumento del 189%”.

A lo largo de los años Peñíscola ha sido escenario en más 25 películas, una de las más importantes El Cid en 1961. En la actualidad se está grabando “El chiringuito de Pepe” una serie nacional, de comedia pero también con altos niveles de audiencia.

Esta atracción por conocer el municipio ha creado un nuevo segmento de demanda. Hay que cubrir las necesidades y expectativas de un nuevo tipo de turista que no está interesado especialmente en la playa y el sol sino en el Castillo del Papa Luna, es decir, recursos culturales, una de las debilidades del municipio al no estar potenciadas. Por esta razón es indispensable crear un producto cultural, activo y complementario al sol y playa en un corto plazo.

Para prestar una buena recepción e información a los visitantes, es imprescindible ampliar la Oficina de Turismo. Peñíscola es un municipio que necesita un Centro de Recepción de Visitantes, para que su primera toma de contacto con el municipio sea

¹² Peroni, G. (1989).

¹³ Peñíscola.es. (2015).

¹⁴ Peña, M. (2015)

beneficiosa y evitar largas colas de espera en la diminuta oficina ubicada en el Paseo Marítimo. Se necesita dar una atención que sea favorable, dando alternativas a este nuevo sector de turismo.

Otro de los problemas a solventar sería el transporte. Para atraer turismo extranjero hay que aprovechar la apertura del aeropuerto de Castellón para eliminar barreras de acceso y complementarlo con servicios de autocares.

Estos hechos hacen que se llegue a una conclusión, hay que preparar Peñíscola para ese aumento de turismo.

La visión futura convierte a Peñíscola en la Sede de la Red de Castillos de la Comunidad Valenciana y cuna Principal del Cisma de Occidente.

Se pretende que el municipio lleve un turismo sostenible con una amplia y variada oferta cultural impulsando los eventos internacionales. Un municipio que utilice las últimas tecnologías (TIC'S) para prestar un servicio de información completo y además sea un ejemplo de máxima hospitalidad por tener un Centro de Visitantes como ejemplo de modelo completo de transiciones turísticas.

3.2 Ejes estratégicos

Tabla 13: Ejes estratégicos

CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES	CENTRO DE INTERPRETACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> -Infraestructura amplia -Nuevo modelo de centro de negocio turístico. -Aumento de pernoctaciones. -Comercialización -Parking para coches y para recepción de autobuses -Habilitado para minusválidos. -Merchandising, productos y artesanía -Excelencia (Qualitur) 	<ul style="list-style-type: none"> -Impulsar la actividad turística en torno al Castillo Papa Luna para conocer su historia. -Orden montesa y Templarios -Dar importancia al Patrimonio Valenciano -Filmografía de Peñíscola. -Certificado Starlight
OFERTA COMPLEMENTARIA AL SOL Y PLAYA Y CULTURAL	TRANSPORTE
<ul style="list-style-type: none"> -Cubrir necesidad de un nuevo segmento de demanda, alternativo al sol y playa. -Oferta cultural “Red de Castillos de la Comunidad Valenciana” -Sistema de gestión de flujos. -Turismo activo “Jornadas de escapismo” -Nueva marca comercial -Utilizar el Palacio de congresos para simposios -Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> -Gestión de escalas en Aeropuerto de Castellón. -Autobús

Elaboración propia

3.3 Programas de actuación

3.3.1 Centro de Recepción de Visitantes

La idea de abrir un centro de visitantes reside en una nueva percepción de negocio turístico. Se busca como primer objetivo, ofrecer un servicio completo de calidad tanto en recepción como información al turista y por supuesto, dar una primera imagen acorde con las exigencias de la demanda.

Tras una reunión mantenida con el Concejale de Turismo, D. Rafael Suescun, y el Alcalde de la localidad, Andrés Martínez Castellá, se compartió la importancia y necesidad de crear el Centro de Recepción de Visitantes.

- **UBICACIÓN ESTRATÉGICA Y PARKING**

La ubicación de este, sería el antiguo Centro de Estudios. Estas infraestructuras están abandonadas y tienen aproximadamente 20.000 metros cuadrados. Están situadas en el corazón de Peñíscola, entre Calle Entidad Puerto y Avenida Akra Leuka. Al lado está del nuevo parking de más de 400 plazas y el parking de autobuses.

Ilustración 1: Ubicación del edificio Centro de Estudios de Peñíscola



Fuente: Google maps

La ubicación del Centro en estas infraestructuras haría posible establecer un punto de llegada y salida de autobuses turísticos, ya que a pocos metros se encuentra el parking de recepción de autobuses.



Ilustración 2: Dársena de autobuses

Fuente: Google maps¹⁵

Si a ello le añadimos 400 plazas del parking de coches, la oficina quedaría establecida en un punto estratégico como lugar principal de acogida para la mayoría de visitantes.

- **NUEVO MODELO DE CENTRO DE NEGOCIO TURÍSTICO.**

Enfocar este centro desde una perspectiva de negocio es poder facilitar al turista no solo información, mapas o folletos del municipio o la provincia, sino poder dar un trato personalizado en diferentes idiomas y ofreciendo un total servicio turístico mediante el cual, el visitante pudiera organizar su estancia en Peñíscola al completo. Se debe innovar y servir de ejemplo a otros centros. Aparte de los servicios ya existentes, se podrían incluir todos los elementos que facilitasen la estancia al visitante como:

- Gestión de alojamientos.
- Gestión de reservas en restaurantes.
- Entradas para eventos culturales, exposiciones...
- Posibilidad de contratar guías oficiales para la visita al centro histórico y al Parque Natural Sierra de Irta.
- Ofrecer rutas e itinerarios diferentes hasta ahora para el público que venga buscando turismo cultural y para ofrecer un producto nuevo a nuestros turistas más fieles. (Este apartado se desarrollará más adelante).
- Posibilidad de alquilar bicicletas desde el Centro y gestión de alquiler de coches.

¹⁵ Google.es. (2016).

- Servicio de TICS (tecnologías de la información y comunicación) como pantallas táctiles en diferentes idiomas o proyecciones que ofrezcan información del interés del visitante.
- Un pequeño espacio donde se pudiese comprar el “merchandising” típico del municipio como artículos de regalo, gastronomía, Tisana del Papa Luna, cerveza Badum...

Por otro lado, la oficina podría llevar una gestión turística desde el interior, es decir mediante funciones administrativas como:

- Elaborar estadísticas de flujo de visitantes.
- Estudios de investigación de mercados y produciendo datos estadísticos e informes sobre cómo evoluciona el Turismo en Peñíscola.
- Control de visitantes por país de origen, días, tipo de alojamiento...
- Encuestas para saber la satisfacción de los viajeros y ver en qué se puede trabajar para mejorar.
- Reforzar planes estratégicos y fomentar sostenibilidad y turismo responsable.
- Atender peticiones de información por redes sociales, correos, teléfono...

- AUMENTO DE PERNOCTACIONES

Como se puede observar en la tabla número 9, la media de pernoctaciones ha bajado. Uno de los objetivos es aumentar esa media mediante la posibilidad de ofrecer rutas con un nuevo producto basado en la “Red de Castillos de la Comunidad Valenciana”. Se brinda la posibilidad de que el viajero que busca más actividad, encuentre una actividad que tiene un punto de partida y llegada al municipio, es decir, manteniendo la nocturnidad en Peñíscola. De esta manera, también es un sistema de gestión de flujos en momentos de masificación y sin estacionalidad.

Con lo cual, es importante crear un producto que sirva en cualquier estación del año, dé importancia al patrimonio valenciano, ayude a gestionar el flujo turístico y mantenga la pernoctación en el municipio.

- HABILITADO PARA MINUSVALIDOS

Es importante crear un centro el cual este adaptado para toda clase de turista. Por esta razón, la información debe de estar accesible para todos dando la posibilidad de tener textos en braille y guías que sepan utilizar el lenguaje de los signos.

El centro entero debe ser accesible para minusválidos y debe haber a disposición de todos aseos públicos, ya que se pretende que sea el primer y principal lugar de acogida al visitante.

3.3.2 Centro de interpretación¹⁶.

Como se ha comentado en el apartado anterior, el edificio abandonado del Centro de Estudios tiene un espacio completo de 20.000 metros cuadrados. Esto deja mucho terreno libre para poder ampliar infraestructuras.



Ilustración 3: Edificio Centro de Estudios

Fuente: Google maps

Al ser un edificio de tres plantas, la iniciativa de poder utilizar la planta superior como Centro de Interpretación de Peñíscola hace que el edificio turístico quede mucho más completo. A su vez, se necesita que sea un espacio amplio para poder albergar grupos organizados.

Primero de todo, hay que diferenciar entre un Centro de Visitantes y un Centro de Interpretación. La creación del Centro de Recepción de Visitantes es un medio de orientar al turista y prestar todos los servicios turísticos de la localidad en un mismo centro. Por otro lado, el Centro de Interpretación se basaría en ofrecer un servicio de información histórica, conservación y puesta en valor del patrimonio, para que el visitante entienda la importancia de este lugar, del castillo y de su territorio. Se valoraría como un recurso cultural de Peñíscola, con la finalidad de que el público vea el municipio desde otra perspectiva, captando la esencia y sensibilizándose con el entorno.

¹⁶ Morales, J. (2015).

La creación del Centro de Interpretación no solamente impulsaría la actividad turística en torno al castillo sino que generando un nuevo recurso cultural, se cubrirían las necesidades de ese pequeño segmento de demanda que busca el ocio basado en la cultura y el patrimonio y el cual viene buscando como objetivo principal conocer el Castillo del Papa Luna u ofrecer una actividad complementaria al sol y playa y que no sufre la estacionalidad. También se está ofreciendo un producto nuevo a los visitantes que poseen una segunda residencia en el municipio. De esta manera y dando a conocer su importancia histórica, toda actividad que girase en torno al castillo no sería una moda por haber salido en televisión, sino que perduraría en el tiempo.

Acciones del Centro de Interpretación:

- Rutas:
 - Ruta Juego de Tronos (España)

 - La ruta del Cid

 - Castillos de Vinalopó:

 - Ruta del Temple

- Interconexiones con otros centros.

Establecer interconexiones con otros centros de interpretación para que entre todos se puedan ayudar y dar a conocer.

- Estudios, conferencias, exposiciones

Toda la temática relativa Peñíscola debe seguirse estudiando y para ello y aprovechando el Palau de Congressos de la localidad se crearían exposiciones, conferencias y simposios.

- Promocionar eventos de cine.

Durante 25 años se estuvo celebrando, hasta el año 2008, el Festival Internacional de Cine de Comedia de Peñíscola. Atraía un gran número de visitantes y por problemas entre partidos políticos se dejó de hacer. El objetivo es recuperarlo y hacer que tenga una mayor acogida.

Hay que dar importancia a la cantidad de películas que se han grabado y crear un espacio resaltando el importante pasado y presente cinematográfico del municipio.

Entre ellas se encuentran¹⁷ :

Ana Cadova (1914), La alegría del batallón (1924), La vida es maravillosa (1955), Calabuch (1956), Los bucaneros del mar caribe (1960), El Cid (1961), Todos eran culpables (1962), ¡Jo, papa! (1967), Alucinaciones (1978), El hijo del cura (1982), El cura ya tiene hijo (1984), Fuga de la isla del diablo (1984), Tramontana (1990), El día nunca por la tarde (1994), Tierra (1995), París-Tumbuctú (1999), Mataharis (2007), Pizza Eli (2008). Sinterklaas (2009), entre otras.

➤ Interpretación y talleres para niños sobre castillos.

Como se ha comentado anteriormente, la interpretación es el arte de contar, en este caso se contaría la historia y transcurso de los años del castillo pero el público no es siempre el mismo. Para los más pequeños, la interpretación de la historia debe de ser como un cuento de caballeros, princesas y batallas heroicas.

➤ Interpretación sobre diferentes temáticas¹⁸:

Los orígenes del castillo remontan a una antigua alcazaba árabe que nació en 1124 y fue construida por el Rey Lobo que reinó sobre las taifas de Valencia y de Murcia. La fortaleza actual es obra de la Orden de los Templarios que la construyeron en 1294. En 1410 fue Sede Papal siendo la residencia de Benedicto XIII, el Papa Luna y Clemente VIII, por esta razón el castillo es considerado Sigma de Occidente.

Una parte muy importante que se tiene que tener en cuenta al hablar de la historia de Peñíscola es la procedencia del agua en el peñón. El agua surge de sus 12 manantiales, los cuales se albergan en el casco histórico como puede ser la Font de Dins o la Font de Sant Pere. Su origen proviene de un antiguo acuífero que va de Alcossebre a Peñíscola y termina descargando en el mar. Por esta razón, si se baña en la Playa Sur o en las calas de Sierra de Irtá puede notar diferentes cambios térmicos de agua. Ello es debido a las corrientes de agua dulce procedentes de dicho acuífero.

¹⁷ Peníscola.es. (n.d.).

¹⁸ Melià i Bomboí, V. (2012)

Para interpretar Peñíscola, hay que tener en cuenta todos los hechos o acontecimientos que nos ayuden a comprender su paso de los años. Como por ejemplo:

- La historia del Castillo y con ello su pasado romano, musulmán y cristiano.
- El entorno templario y de la Orden Montesa
- La importancia del agua potable en el tómbolo de Peñíscola durante en la Edad Media
- Pinturas rupestres
- Entorno natural, gastronómico y cultural
- Olivos milenarios
- Películas y series rodadas en Peñíscola.
- Red de Castillos de la Comunidad Valenciana
- Estudios Astronómicos por la buena visibilidad de estrellas desde Sierra de Irta.

➤ Jornadas de escapismo.

Hoy en día las jornadas de escapismo es un método muy común de turismo activo. Existen diferentes empresas que se dedican a este tipo de juegos. Los escenarios varían desde habitaciones oscuras, edificios abandonados, monasterios, castillos... La dinámica del juego es escapa

r en grupo o en parejas en un tiempo límite gracias a tu destreza, tu inteligencia y tus habilidades físicas y mentales.

Algunas empresas juegan con la temática, caracterizando los escenarios con elementos de terror para que tenga más emoción.

La empresa Escapehotel¹⁹, por ejemplo, hace estas jornadas cada dos o tres meses en el monasterio de Monsalud en Sacedón, un pueblo de Guadalajara. La empresa es quien se dedica a decorarlo y a poner los actores y efectos especiales.

Se basan en que el visitante tenga una experiencia divertida jugando con tres elementos básicos: terror, escapada y supervivencia. Se juega por equipos en el que la vida se representa en un pañuelo que llevas contigo, si lo pierdes o te lo roban, pierdes.

¹⁹ Monasterio.escapehotel.es. (2016)

Las jornadas de escapismo son una medida complementaria para el turismo activo. Se pueden hacer en los castillos mencionados y en el Castillo del Papa Luna, protegiendo el patrimonio y dándolo a conocer.

➤ Proyecto Starlight

Uno de los paisajes más bonitos de Peñíscola es observar su cielo por la noche. Desde la Sierra de Irta se puede ver el cielo inundado de estrellas encima del castillo templario. Esta razón hace que se considere la posibilidad de que Peñíscola forme parte de uno de los destinos turísticos de la Fundación Starlight.

El certificado "Destino Turístico Starlight" se le concede a lugares desde los cuales se pueden contemplar las estrellas por las favorables cualidades de visibilidad al no haber contaminación luminosa. En Peñíscola podemos encontrar urbanizaciones como Sierra de Irta, Urbanización Font Nova, Urbanización Atalayas, Urbanización Pedro de Luna...entre otras, que gozan de esa cualidad y están adecuadas para desarrollar esta actividad e integradas en la naturaleza.

Según explican en su página web²⁰; "El Sistema de Certificación Turística Starlight se creó con el objetivo de fomentar, en todo el planeta, la mejora de la calidad de las experiencias turísticas y la protección de los cielos nocturnos en los Destinos Starlight [...] Este sistema de certificación está respaldado por la UNESCO, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Unión Astronómica Internacional (IAU)."

Para conseguir dicho certificado se requiere seguir un procedimiento burocrático específico y la valoración exigida de la calidad del cielo.

Para mejorar la oferta cultural o trabajar por el turismo sostenible, Peñíscola podría ser considerado no solo un escenario de estrellas de cine sino de estrellas del firmamento. El certificado Starlight revaloraría patrimonio natural, paisajístico, cultural o científico y fomenta la unión de la ciencia y el turismo utilizando la visión de las estrellas como actividad para nuevos sectores de demanda de turismo cultural.

²⁰ Fundacionstarlight.org. (2014)

3.3.3 AMPLIAR OFERTA CULTURAL

Para poder ampliar y dar valor a los recursos existentes en el municipio y aprovechar los recursos de atractivo cultural de la comarca e incluso a nivel autonómico, se generarán unas rutas de un día, que tengan como punto de partida y llegada Peñíscola. Por otro lado, es un producto que no depende de la estacionalidad.

Estas rutas consisten en ofrecer como producto principal, los Castillos de la Comunidad Valenciana. Con ello, se ofrece una alternativa a ese nuevo y reducido segmento de demanda, que a la larga aumentará, el cual busca oferta cultural y también para los visitantes más fieles como una actividad nueva.

De igual manera, es una medida para gestionar flujos de población en momentos de masificación. Esto supone que, si en un momento determinado el municipio se viese congestionado, desviar el turismo a municipios vecinos durante el día y que regresen a dormir a Peñíscola, sería una medida para solucionar problemas futuros de masificación y la nocturnidad, que es un elemento que se quiere aumentar, se mantendría.

El itinerario de las rutas dependerá de lo que busque el viajero:

Existen ya rutas como:

1. Ruta de los castillos del Vinalopó:

La Ruta de los Castillos de Vinalopó²¹, es un itinerario para la zona 3, Alicante. Es un recorrido histórico y cultural ya existente que invita a visitar algunas de las fortalezas que están situadas a lo largo del río Vinalopó. Para los amantes de la cultura musulmana y cristiana tendrán a su disposición un itinerario en el cual verían los castillos de:

- Banyeres de Mariola
- Villena
- Biar
- Onil
- Castalla
- Sax
- Petrer
- Elda
- Novelda
- Elche
- Santa Pola

Ilustración 4: Ruta de los castillos de Vinalopó



Fuente: Ruta de los Castillos de Vinalopó

²¹ Rutacastillosvinalopo.net. (2016).

2. Ruta Camino del Cid

Esta ruta es una combinación de las tres zonas (Castellón, Valencia y Alicante)

- Conquista de Valencia (Castellón y Valencia).
- Ramal de Castellón (Valencia y Castellón).
- Defensa del sur (Valencia y Alicante).

3. Ruta juego de tronos

Peñíscola (Castellón), pasando por el castillo de Zafra (Guadalajara), Canet de Mar (Barcelona), el desierto de las Bardenas Reales (Navarra) y Almería.

“RED DE CASTILLOS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA”

Este proyecto es una manera de innovación y aprovechamiento de recursos. Se ofrece la posibilidad al viajero de que pueda tener una ruta de viaje con los principales puntos de interés turístico bajo la temática de los castillos.

Se elaboraría una ruta nueva llamada “Red de Castillos de la Comunidad Valenciana”. Serían excursiones de un día gestionadas desde el Centro de Recepción de Visitantes. El punto de recogida y de llegada sería la dársena de autobuses ubicada al lado del Centro.

Es importante desde el Centro de Interpretación promocionar el patrimonio valenciano y poder servirse de él, es decir, utilizar los recursos culturales a nivel autonómico para la gestión turística por su cercanía a estos puntos de interés. A su vez, se ofrece actividades complementarias, turismo activo, cultura y naturaleza.

La mayoría de los castillos están ubicados en parajes naturales o en pueblos pintorescos. No solamente conocen el castillo sino que además desconectan del turismo de masas.

Se adjunta en ANEXO una lista donde se pueden ver 3 zonas; estas corresponden a las tres ciudades que completan la Comunidad Valenciana.

- Zona 1: Castellón de la Plana
- Zona 2: Valencia
- Zona 3: Alicante

En cada zona hay una lista con sus principales Castillos²², basado en los libros de Sánchez Jiménez, M. (1995), Seijo Alonso, F. (1964), Díaz-Plaja, F. (1986) y Cebrián, R. (2005). Estos libros detallan la calidad y el transcurso histórico de cada castillo. Por esta razón, la elección de ellos.

Desde el Centro de Recepción de Visitantes, se podría gestionar el viaje, creando un itinerario a gusto del turista u ofreciendo rutas por zona o una que albergase las tres. También se les informaría de lugares de interés cercanos que pudiesen visitar.

Como es muy difícil saber de primeras qué ruta o qué destinos funcionarían. Las primeras rutas se crearían acorde de lo que el turista prefiera, siendo ellos los que viajaran en su propio vehículo. De esta manera, obtendríamos unos datos estadísticos de destinos preferidos que más adelante se utilizarían para elaborar las rutas definitivas en las que se proporcionaría el autobús o microbús en su defecto.

3.3.4 TRANSPORTE Y NUEVA MARCA COMERCIAL

TRANSPORTE

Se necesita una gestión de escalas en el Aeropuerto de Castellón. Por otro lado, Peñíscola no cuenta con dársena de autobuses. Los visitantes que llegan al municipio en autobús tienen que parar en mitad de la rotonda situada en la Plaza de la Constitución. Esto, aparte de ser peligroso, ya da una mala imagen al municipio.

El nuevo parking para autobuses ubicado en la entrada al puerto y al lado del Centro de Estudios, donde estaría el nuevo Centro de Visitantes, sería el lugar perfecto para la carga y descarga de visitantes ya que podrían dirigirse a la oficina turística para tener un primer contacto con el municipio.

El servicio de tren está en Benicarló, es un pueblo colindante de Peñíscola pero el transporte de ahí al municipio es pésimo ya que los visitantes tienen que esperar entre 30 y 60 minutos hasta que llegue el autobús que les lleve al municipio. A eso hay que añadirle que la estación esta apartada de Benicarló y que no tiene ni una cafetería

²² Sánchez Jiménez, M. (1995).
Seijo Alonso, F. (1964).
Díaz-Plaja, F. (1986).
Cebrián, R. (2005).

cerca. Por lo tanto, es de urgente necesidad que tanto autobuses urbanos como un servicio especial puedan recoger en la estación a los visitantes.

MARCA COMERCIAL/ LOGOTIPO

La marca comercial o logotipo del municipio es la imagen que percibe el turista para viajar a ese lugar pero también debe ser la clave en base a los recursos considerados motivo del viaje. Con la imagen se determina las expectativas del visitante resaltando sus recursos y vendiendo los aspectos atractivos del destino. También es importante para competir con municipios que ofrezcan lo mismo para diferenciarse de estos.

Peñíscola, en este sentido comercializa con la marca “Ciudad del mar” publicitando sus playas y por supuesto su castillo. Las expectativas que se crean al turista son elevadas en cuanto a la oferta, servicio, entorno, atractivo... pero actualmente, no todo el mundo está viajando a Peñíscola por este motivo. Por otro lado, utiliza el concepto de “Excelencia Turística”, que en este momento está obsoleto puesto que dicho Plan finalizó hace años.

El visitante que se vaya sin cumplir sus expectativas no volverá y no hablará bien del destino.

Por estos motivos y para concluir, se observa que la imagen que Peñíscola transmite debe de ser muy importante para ajustarse a la realidad respecto a sus recursos existentes. Actualmente dicha marca o imagen está desfasada y da sensación de poco dinamismo. Debe de crearse una imagen que potencie la demanda futura de turistas interesados en un nuevo motivo de viaje, alejado del conocido “sol y playa” y centrado en un nuevo segmento de demanda, interesado en escenarios donde se han rodado películas y series de gran importancia mundial y cultural.

Ilustración 5: Logo de Peñíscola actual²³



La imagen con la que se comercializa actualmente es un logo simple alternado con la frase “Ciudad en el mar”. El dibujo representa el Castillo Papa Luna, la playa, el mar y el sol. El dibujo no dice nada, es un dibujo divertido, con varios colores y el nombre del municipio.

²³ Peniscola.es (2016)

Mi propuesta es un dibujo serio, de un color oscuro, pero que mezcla todos los elementos importantes y su paso por diferentes culturas.

Ilustración 6: Logo personalizado de Peñíscola



Fuente: Elaboración propia

El logo pretende representar su historia. Une ambas culturas, destacando por un lado su pasado musulmán con el símbolo de la media luna y su pasado cristiano con la cruz templaria. El Castillo Papa Luna que se adentra en la media luna y juega con la curva de esta para dibujar su larga playa.

La frase "*Un mar lleno de historia*" hace referencia al enclave estratégico en el que está situado el castillo. No solo se le da importancia a la playa como lugar de vacaciones y baño sino como escenario de multitud de acontecimientos históricos.

CONCLUSIONES

El estudio de la localidad de Peñíscola ayuda a averiguar sobre qué bases se va a desarrollar todo el Plan Operativo de Marketing Turístico posterior. Todos los datos muestran información necesaria para construir estrategias, de esta manera saber el número de pernoctaciones, los recursos potenciales, los eventos, la procedencia del visitante o incluso los hábitos de consumo del turista, entre otras variables, y un análisis interno y externo. De esta manera, se verá cómo aprovechar las fortalezas, minimizar las debilidades, sacar partido de las oportunidades existentes y hacer frente a las amenazas elaborando las estrategias necesarias para conseguirlo.

Las estrategias están basadas en preparar el municipio para una aumento de turismo inminente, justificado por el poder mediático del municipio en estos últimos años y su evolución.

La nueva idea de Centro de Recepción de Visitantes juega con la innovación de productos turísticos, ofreciendo no solo profesionalidad y calidad sino una manera de que el visitante encuentre todo lo que busca en un mismo establecimiento turístico. Todo este sistema es una manera de que otros municipios lo puedan seguir y mejorar la calidad.

Por otro lado, si añadimos un Centro de Interpretación, el visitante no solo tendrá servicios sino también una oferta complementaria cultural. En él es muy importante resaltar la historia del municipio y no solo resaltar el Castillo del Papa Luna sino las civilizaciones pasadas por él.

El transporte es una realidad que está siendo estudiada desde la alcaldía pero para evitar gastos mayores, se pueden utilizar recursos existentes como la dársena de autobuses del puerto, entre otros.

El “lavado de cara” o cambio del logotipo juega con ambas culturas (la musulmana y la cristiana), inspira ambos “tronos”, como en la serie más visto de la historia.

REFERENCIAS:

- Anónimo, (2016). [online] Disponible en:
http://www.peniscola.org/PGOU/MG_Informacion.pdf.
- Anónimo, (n.d.). *Impactos del turismo*. [online] Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/impactos-del-turismo-economicos-socioculturales-ambientales/impactos-del-turismo-economicos-socioculturales-ambientales.pdf>.
- Anónimo, (n.d.). *Nuevo Plan General de Ordenación Urbanística de Peñíscola*.
[online] Disponible en: http://www.peniscola.org/PGOU/MG_Informacion.pdf .
- Bautista Ferreres, J. (2016). *Apuntes Apuntes asignatura TU-0933 y0 934. D. Juan Bautista Ferreres*. [Texto] Universidad Jaume I, Castellón de la Plana.
- Cebrián, R. (2005). *Los Castillos de montaña en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Centre Excursionista de València.
- DECRETO 108/2002, de 16 de julio, del Gobierno Valenciano, de Declaración del Parque Natural de la Sierra de Irta y de la Reserva Natural Marina de Irta. [2002/M8047] (DOCV núm. 4298 de 23.07.2002) Ref. Base Datos
- DECRETO 163/2006, de 20 de octubre, del Consell, por el que se ordena la reserva marina de interés pesquero de la Sierra de Irta. [2006/12188]
- Díaz-Plaja, F. (1986). *Los castillos de España y sus fantasmas*. Madrid: Ed. Maeva.
- Ejarque, J. (2016). *Marketing y gestión de destinos turísticos*. Madrid: Pirámide.
- El consumidor turista de Peñíscola. (n.d.). *Peñíscola Plan de Acción Comercial*.
[online] Disponible en:
<http://www.pateco.es/administracion/ficheros/Capitulo%2005%20-%20El%20turista%20de%20Pe%C3%B1iscola.pdf>.
- Es.wikipedia.org. (2016). *Peñíscola*. [online] Disponible en:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Peniscola>.
- Fundacionstarlight.org. (2014). *Destinos Turísticos®*. [online] Disponible en:
<https://fundacionstarlight.org/destinos-turisticos/>

- Google.es. (2016). *Peñíscola map*. [online] Disponible en:
<https://www.google.es/maps/place/Pe%C3%B1%C3%ADscola,+12598,+Castell%C3%B3n/@40.349281,0.2865266,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x12a0412008f3277d:0x402af6ed7224200!8m2!3d40.3593167!4d0.3654204>.

- Ine.es. (2016). *Tabla2078*. [online] Disponible en:
<http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2078&L=0>.

- Ine.es. (2016). *TablaPx*. [online] Disponible en:
<http://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?type=pcaxis&path=/t20/e245/p05/a2015/l0/&file=00000002.px>.

- Melià i Bomboí, V. (2012). *Peñíscola, la roca mágica*. Castellón: Imp. Rosell.

- Monasterio.escapehotel.es. (2016). *Escape en el Monasterio de Montsalud - Room Scape - Real room scape - Juego Real de escape España - Escapismo Madrid, Corcoles..* [online] Disponible en: <http://www.monasterio.escapehotel.es/>.

- Morales, J. (2015). *¿Centro de interpretación?*. [online] Interpretación del Patrimonio. Disponible en:
<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/docs/CentrosdeInterpretacion.pdf>

- Parquesnaturales.gva.es. (2016). *Conócenos - Generalitat Valenciana*. [online] Disponible en: <http://www.parquesnaturales.gva.es/web/pn-serra-d-irta/conocenos>.

- Peña, M. (2015). *La sexta temporada de ‘Juego de tronos’, en Peñíscola y Girona..* [online] Deia.com. Disponible en: <http://www.deia.com/2015/06/04/ocio-y-cultura/comunicacion/la-sexta-temporada-de-juego-de-tronos-en-peniscola-y-girona>.

- Peniscola.es. (2015). *Turismo de Peñíscola – Calendario*. [online] Disponible en:
<http://www.peniscola.es/calendario/#.V0S4rpGLTIV> .

- Peniscola.es. (2015). *Turismo de Peñíscola – El Castillo de Peñíscola aumenta un 42% sus visitas tras las primeras mejoras del Plan Director emprendido por la Diputación*. [online] Disponible en: <http://www.peniscola.es/el-castillo-de-peniscola-aumenta-un-42-sus-visitas-tras-las-primeras-mejoras-del-plan-director-emprendido-por-la-diputacion/#.VwI5LKSLTcs>].

- Peniscola.es. (2016). *Turismo de Peñíscola*. [online] Disponible en:
<http://www.peniscola.es>.
- Peniscola.es. (n.d.). *Turismo de Peñíscola – Peñíscola Film Office*. [online]
Disponible en: <http://www.peniscola.es/peniscola/peniscola-film-office/#.VuaMB33hC2w> .
- Peroni, G. (1989). *Marketing turístico*. Milano: Angeli.
- Qualitur.gva.es. (2016). *Agència Valenciana del Turisme*. [online] Disponible en:
<http://www.qualitur.gva.es/opencms/opencms/qualitur/es/index.jsp> .
- Rutacastillosvinalopo.net. (2016). *Folleto color - ruta castillos vinalopo*. [online]
Disponible en: <http://www.rutacastillosvinalopo.net/espa%C3%B1ol/folleto-color/> .
- Sánchez Jiménez, M. (1995). *Castillos, torres y fortalezas de la Comunidad Valenciana*. Valencia: Prensa Valenciana.
- Sanz Pérez-Fajardo, C.S. (2013). *Trabajo académico de la asignatura TU0905 Recursos Territoriales Turísticos*. [Trabajo académico] Universidad Jaume I, Castellón de la Plana.
- Seijo Alonso, F. (1964). *Castillos de Alicante*. [S.l: s.n.
- Turismo, F. (2016). *Peñíscola - Familia y Turismo*. [online] Familiayturismo.com.
Disponible en: <http://familiayturismo.com/experiencia/peniscola-64>
- Untitle. (2016). *Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana, Litoral del Maestrat*. [online] Disponible en:
<http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/planificacion/ET2LitoralMaestrat-web.pdf>.
- Valenciana, C., temperatura, D. and climática, T. (2016). *Clima: Peñíscola - Climograma, Diagrama de temperatura, Tabla climática - Climate-Data.org*. [online] Es.climate-data.org. Disponible en: <http://es.climate-data.org/location/57130/> .

ANEXO I:

LISTADO DE CASTILLOS, TORRES, MONASTERIOS Y PALACIOS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

ZONA 1: CASTELLÓN DE LA PLANA	MUNICIPIO
Castillo del Papa Luna	Peñíscola
Castillo de Morella	Morella
Castillo de las Trescientas Torres	Onda
Castillo de Chodos	Chodos
Castillo de la Estrella y muralla	Segorbe
Castillo de Sta. Magdalena de Pulpis	Pulpis
Castillo Todoella	Todoella
Torre del Rey	Oropesa
Castillo de Calatravo	Bejis
Masia Torre Amador	Culla
Castillo-Palacio Torre Palomar	Sant Mateu
Torre de San Miguel	Morella
Torre de Sol de Riu	Vinaros
Castillo Templario de Alcalá de Xilvert	Alcalá de Xilvert
Masia Fortificada San Juan	Altura
ZONA 2: Valencia	MUNICIPIO
Castillo de Benisanó	Benisanó
Torres de Serrano y Quart	Valencia
Castillo de Sagunto y ciudadela	Sagunto
Monasterio de la Murta	Alzira
Castillo y murallas de Xátiva	Xátiva
Monasterio de S. Jeronimo de Cotalba	Rótova
Castillo de Chulilla	Chulilla
Castillo de Cofrentes	Cofrentes
Castillo Palacio de los Condes de Cervellón	Anna
Castillo Pañacio de Albalat de Torongers	Albalat de Torongers
Castillo de Jalance	Jalance
Monasterio Santa Maria	Puig
Castillo de Ayora	Ayora
Monasterio de Sta. María de la Valldigna	Simat de la Valldigna

ZONA 3: Alicante**MUNICIPIO**

Castillo de Santa Bárbara	Alicante
Castillo de Sax	Sax
Castillo de Atalaya/ Los pachecos	Atalaya
Castillo de Biar	Biar
Castillo de Panella	Cocentaina
Castillo de Guadalest	Guadalest
Castillo de Denia	Denia
Castillo de Castalla	Castalla
Castillo de Petrer	Petrer
Castillo de la Mola	Novelda
Castillo de Tossl del Aguila	Banyeres de Mariola
Castillo de Polop	Polop de la Marina
Torre de la Horada	Pilar de la Horada
Castillo de Santa Pola	Santa Pola