

EJE 2: DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO

A2.4 Estructuración y fomento de las jornadas gastronómicas y de producto local KM0

Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas
privadas locales



Escuela de
Hostelería
de Madarcos.



Asociación
Gastronómica de la
Sierra Norte

Momento de ejecución

2026

2027

2028

2029

2030

Prioridad



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 2: DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO

A2.5 Plan de Señalización turística

Objetivo

- Dotar de infraestructura accesible y adecuada a Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Mejorar la imagen de Rascafría- Oteruelo del Valle.
- Poner en valor los recursos turísticos del municipio.
- Mejorar la experiencia de los visitantes.

KPI's

- N° de elementos de señalética instalados.
- N° de atractivos con señalización interpretativa.

Descripción

La acción tiene como finalidad diseñar e implementar un Plan de Señalización Turística, que responda a la ausencia actual de señalización interpretativa en el municipio y permita transformar los recursos existentes en espacios comprensibles, accesibles y mejor integrados en la experiencia del visitante. Por ello se sugiere las siguientes acciones:

- **Fase 1 - Contratación del estudio de señalización** que determine en un diagnóstico un inventario de los recursos turísticos que necesitan señalética (casco urbano, Iglesia, Museo y senderos/sendas).
- **Fase 2 - Contratación del servicio, suministro e instalación** establecidos en el estudio, con las características que este haya indicado (materiales y medidas) de los recursos patrimoniales, culturales y naturales.
- **Fase 3 - Difusión y promoción.** Integración de los paneles interpretativos en los canales de difusión. Así como, la promoción de las rutas en portales como Wikiloc (habiendo creado previamente un perfil relacionado con la administración pública).

Cabe destacar que, las señales deben ser tanto direccionales como interpretativas. Esta señalización ofrecerá información meramente turística y deberá seguir las directrices establecidas por el Sistema Integral de Señalización Turística Homologada (SISTHO) de la Comunidad de Madrid.

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento

Empresa especializada en
señalización turística

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



E3/ PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

01

Plan de emprendimiento y de
aceleración turística

02

Programa de creación de
experiencias y productos
turísticas

03

Programa de mejora de la
competitividad turística

EJE 3: PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

A3.1 Plan de emprendimiento y de aceleración turística

Objetivo

- Mejorar la profesionalidad de la oferta de Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Estimular la innovación turística.
- Fomentar el emprendimiento entre los actores del ecosistema turístico.

KPI's

- Nº de empresas y/o profesionales participantes.
- Nº de asistentes a formaciones y mentorizaciones.

Descripción

Con el objetivo de fomentar la innovación y el emprendimiento en turismo se propone la siguiente actuación, que contempla la puesta en marcha de un plan de aceleración empresarial que contribuya a cambiar el modelo turístico de Rascafría - Oteruelo del Valle hacia un modelo más dinámico e innovador en el que se impulse la profesionalización del tejido empresarial. Así pues, se propone que el plan se dirija a los siguientes colectivos:

- **Emprendedores.** Profesionales, autónomos o pequeñas empresas en etapa inicial que cuentan con una idea de negocio —o se encuentran dando los primeros pasos— vinculada al turismo activo, la gastronomía, el producto local o servicios complementarios. El objetivo es acompañar a estos proyectos en su consolidación y profesionalización.
- **Empresas consolidadas.** Negocios ya operativos en el destino con potencial de mejora en ámbitos como la calidad del servicio, la sostenibilidad, la creación de nuevos productos turísticos, la innovación, la digitalización o la modernización de sus procesos. El plan busca ofrecerles apoyo para evolucionar y adaptarse a nuevas demandas.

Como contenido básico del programa se aconseja desarrollar al menos las siguientes acciones:

- **Prospección de diferentes fuentes y/o programas que ayuden a la financiación de nuevos proyectos de emprendimiento.** Identificación y seguimiento de convocatorias públicas y privadas orientadas al emprendimiento en turismo y al desarrollo rural. Desde el Ayuntamiento de Rascafría-Oteruelo del Valle y Oficina de Turismo se ofrecerá ayuda a la hora de inscribirse en estos programas. Se priorizarán acciones de formación y apoyo procedentes de entidades como la **Escuela de Organización Industrial (EOI)**, así como programas impulsados por **GALSINMA, el Grupo de Acción Local de la Sierra Norte de Madrid**, especializado en promover proyectos empresariales sostenibles en el territorio.
- El Ayuntamiento de Rascafría - Oteruelo del Valle llevará a cabo una **campaña de comunicación** para incentivar a los jóvenes para su participación, a través de charlas en colegios e institutos, comunicación en *mupis*, impresión de *flyers*, redes sociales, entre otros.
- Creación de **Club de aceleración empresarial** de Rascafría - Oteruelo del Valle.

Se recomienda que este programa esté liderado por el Ayuntamiento de Rascafría - Oteruelo del Valle pero, gestionado por una empresa externa.

ODS sobre los que impacta



EJE 3: PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

A3.1 Plan de emprendimiento y de aceleración turística

Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas privadas locales



Población local



Asociaciones

Otras empresas del territorio
interesadas

Sierra Norte

Momento de ejecución

2026

2027

2028

2029

2030

Prioridad



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 3: PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

A3.2 Programa de creación de experiencias y productos turísticos

Objetivo

- Profesionalizar la oferta turística de Rascafría.
- Dinamizar el tejido empresarial turístico proporcionando a empresas y organizaciones las herramientas necesarias para la elaboración de experiencias y su posterior promoción y comercialización.
- Mejorar la competitividad del destino.

KPI's

- Nº de experiencias creadas.
- Nº de acciones implementadas.

Descripción

Uno de los elementos que indican la salud y competitividad de un destino turístico es el número de experiencias que existen en el mismo. En este sentido, la creación de experiencias es un área que tiene que mejorar el destino, ya que, actualmente, el destino no cuenta con una propuesta de valor de los recursos y servicios turísticos del municipio. Es por ello que se propone el desarrollo de un Programa de mejora de la competitividad de la oferta turística a través de la **creación de experiencias y productos turísticos** que permita a los establecimientos turísticos del municipio la adquisición de los conocimientos esenciales para la creación, promoción y comercialización de productos y experiencias turísticas.

Siguiendo esta línea, se propone realizar 4 talleres de creación de experiencias para las empresas de Rascafría - Oteruelo del Valle. Durante los talleres, que tendrán una duración aproximada de 4 horas se pretende combinar una **formación teórica con prácticas dinámicas** que permitan a los empresarios participar de forma activa y colaborar para conseguir resultados en forma de experiencias comercializables. En cada uno de los talleres, la formación deberá estar compuesta por dos módulos teóricos en los que se tratarán contenidos relacionados con la formación de experiencias y los canales de promoción y comercialización más eficientes para un incremento de las ventas y de la rentabilidad de los productos, así como un módulo práctico enfocado a la creación final de la experiencia.

Módulo 1: Claves para la estructuración y desarrollo de experiencias turísticas. Dentro de este módulo se integrará un análisis completo del concepto de experiencia turística, analizando el mercado actual, la viabilidad de los productos, el perfil del consumidor, la delimitación del público objetivo y la valoración de los recursos disponibles por parte de las empresas turísticas.

Módulo 2: Herramientas para la promoción y comercialización de experiencias turísticas. En este segundo módulo se deberán analizar las distintas propuestas de marketing, comunicación y comercialización que las organizaciones tienen a su disposición tanto online como offline, haciendo hincapié en la importancia del rol de la intermediación para la venta y paquetización de experiencias.

Módulo 3: Taller de creación de nuevas experiencias. Al terminar ambos módulos se debe realizar el taller de creación de experiencias. De modo que los conocimientos adquiridos durante la formación se puedan aplicar al diseño y confección de experiencias con fines comerciales. Para la realización del taller es necesario realizar una prospección de aquellos recursos y productos más relevantes de la localidad para crear conceptos y temáticas que pivoten a su alrededor. El diseño de experiencias se debe llevar a cabo de forma colaborativa en grupo, se intentará que cada grupo esté compuesto por empresas y organizaciones de distinta tipología, de modo que se pueda enriquecer el diálogo y se pueda dar paso a la creación de experiencias que engloben la perspectiva de varios actores del sector.

La acción se plantea con un horizonte temporal escalonado (en 2027 y 2030), con el objetivo de garantizar su actualización, adaptación a las nuevas demandas del mercado y consolidación progresiva del modelo turístico del destino. Se recomienda que este programa esté liderado por el Ayuntamiento de Rascafría - Oteruelo del Valle pero gestionado por una empresa externa.



EJE 3: PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

A3.2 Programa de creación de experiencias y productos turísticos

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas privadas locales



Población local



Asociaciones



Otras empresas del territorio
interesadas



Sierra Norte

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 3: PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

A3.3 Programa de mejora de la competitividad turística

Objetivo

- Profesionalizar la oferta turística de Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Estimular la innovación turística.
- Mejorar la competitividad del destino.

KPI's

- Nº de jornadas formativas.
- Nº de participantes.
- Nivel de satisfacción empresarial.

Descripción

La presente actuación contempla la estructuración de una estrategia a largo plazo que permita **mejorar la competitividad de la oferta turística de Rascafría - Oteruelo del Valle**, englobando en la oferta a empresas de restauración, de alojamiento y de servicios turísticos. La acción se concibe como un **programa anual y continuo**. Así pues, a continuación se señalan una serie de actuaciones posibles:

- **Implementación progresiva de sistemas de calidad turística SICTED/ Q de calidad Turística**
 - Lanzamiento de diagnóstico de calidad inicial según tipología de establecimiento
 - Acompañamiento de adhesión al SICTED u obtención de la Q de calidad turística
 - Realización de talleres de calidad, sostenibilidad, procedimientos internos y de mejora continua
- **Plan de formación turística.** La formación en turismo es esencial y teniendo en cuenta que el sector turístico se encuentra en constante cambio, es fundamental organizar jornadas formativas periódicas. Por ello, en el marco de esta actuación se propone la elaboración de un plan de formación dirigido a las empresas turísticas de Rascafría - Oteruelo del Valle, que, por falta de financiación o por cualquier otra cuestión, no puedan crecer o adaptarse a las nuevas tendencias. Es por ello, que este plan debe estar dirigido a todas aquellas empresas que muestren su voluntad en mejorar o fortalecer su modelo de negocio, ya sean empresas maduras o jóvenes. Para la correcta ejecución de esta sub-actuación es fundamental elaborar un calendario anual con el programa de talleres y jornadas. Si bien, el Ayuntamiento puede tener la capacidad para organizar e impartir este tipo de formaciones, es recomendable la contratación de una empresa o profesionales especializados en la formación en turismo.

Para el desarrollo del programa de competitividad se contemplarán las siguientes **acciones**:

- Desarrollo y conceptualización del programa y temáticas (marketing y comunicación, finanzas para PYMES...).
 - Cronograma y plan de trabajo del programa.
 - Creación de la imagen corporativa del programa.
 - Lanzamiento, convocatoria, promoción y comunicación del programa.
 - Prospección, selección y inscripción de empresas.
 - Ejecución del programa.
 - Consultoría o mentoría a las empresas para la creación de experiencias y el impulso de su negocio.
- **Plan de emprendimiento turístico.** Actuación E3.1. Plan de emprendimiento y de aceleración turística

ODS sobre los que impacta





EJE 3: PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

A3.3 Programa de mejora de la competitividad turística

Agentes implicados



Ayuntamiento



Cámara de Comercio



Consultoría especializada
en certificaciones de calidad



Empresas privadas locales

Momento de ejecución

2026

2027

2028

2029

2030

Prioridad



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €





E4 / PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

01

Diseño de una estrategia de marca, branding y posicionamiento

02

Desarrollo de una web o landing page turística

03

Desarrollo de material promocional online y offline

04

Diseño de una estrategia de marketing y promoción

05

Campaña de publicidad y comunicación turística

06

Creación de material audiovisual

EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.1 Diseño de una estrategia de marca, branding y posicionamiento

Objetivo

- Configurar una marca turística de Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Fomentar el reconocimiento y promoción turística del destino.
- Unificar bajo una misma marca todos los contenidos promocionales.

KPI's

- Creación de la marca turística.
- Uso de la marca en materiales promocionales.
- Manual de uso de marca turística.

Descripción

La marca turística de un destino es uno de los principales elementos promocionales y una de las mejores formas de conseguir el posicionamiento deseado en la mente de los turistas. En la actualidad Rascafría - Oteruelo del Valle no dispone de marca del destino, sin embargo, como se ha indicado en el documento, existen diversidad marcas territoriales que a menudo, confunden la promoción del destino por una falta de estrategia promocional consolidada. Y, es más, actualmente se utiliza la marca del Ayuntamiento para todas las cuestiones del municipio, incluyendo las turísticas. Esto puede crear confusión en el turistas o visitante ya que no logra identificar a quien va dirigido el mensaje.

Para el desarrollo de una nueva marca se deberán llevar a cabo las siguientes acciones:

- Diseño y conceptualización de la imagen e identidad visual de la marca.
- Conceptualización del slogan.
- Consenso público de la marca.
- Aprobación de la marca en Pleno.
- Desarrollo del Manual de uso de la marca (tipografía modelo y los colores vinculados en formato RGB, CYMK y HSL).
- Desarrollo de la narrativa de marca.

Finalmente, una vez el destino ya haya decidido la marca turística, deberá adaptar todo el material promocional (actuación A 4.3 Desarrollo de material promocional online y offline).

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados

- ☒ Ayuntamiento ☒ Tejido empresarial ☒ Empresa de diseño gráfico ☒ Población local

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030

☒ Alta ☐ Media ☐ Baja

Presupuesto aproximado

- ☐ Sin coste ☐ Menos 15.000 € ☒ 15.000 € - 30.000 € ☐ Más de 30.000 €

EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.2 Desarrollo de una web o landing page turística

Objetivo

- Mejorar el posicionamiento de la marca.
- Ofrecer información clara y estructurada sobre la oferta turística.
- Aumentar la visibilidad online del municipio como destino turístico.

KPI's

- Tráfico web: Nº de visitas mensuales.
- Tasa de rebote: Porcentaje de usuarios que abandonan la web sin interactuar.
- Conversión: Nº de reservas o descargas.

Descripción

La página web turística es uno de los principales elementos promocionales con los que cuenta un destino turístico. El destino actualmente no tiene una página web turística propia. Lo que se pretende con esta actuación es el diseño, desarrollo y puesta en marcha de una web o *landing page* turística enfocándola hacia la promoción turística (atractivos y eventos del municipio).

La creación de la página web se llevaría a cabo a través de los siguientes **pasos**:

- **Contratación de una empresa de marketing y programación web** (en caso que el Ayuntamiento no cuente con ningún perfil relacionado) para llevar a cabo el diseño, creación, ejecución y mantenimiento de los contenidos de la web.
- Con el fin de **dotar la web de contenido actualizado y de calidad**, el Ayuntamiento deberá ser el responsable de la redacción y envío de los contenidos, incluida la información sobre eventos y fechas relevantes e imágenes (del Banco de Imágenes previamente creado y contemplado en la Actuación E.4.6 Creación de material audiovisual) para nutrir esa web de manera periódica con contenido de calidad.

La actuación contempla:

- **Diseño completo** con una plantilla visual, organización de contenidos y estructura clara, acorde a la nueva marca turística, previamente creada.
- **Integración de imágenes y vídeos** de alta calidad, con enfoque experiencial a través de figurantes..
- **Optimización para dispositivos móviles**, mejor navegación y CTAs claros.
- **SEO técnico reforzado**, con enlazado interno y marketing de contenidos (incluyendo blog turístico).
- Integración de un **asistente virtual inteligente** (chatbot), basado en IA, para atención 24/7, capaz de resolver consultas, ofrecer recomendaciones personalizadas y facilitar la interacción con los visitantes.
- **Cumplimiento completo de accesibilidad** (WAI A, AA, AAA) para garantizar el acceso universal.
- **Mejora y seguimiento de analítica web**.
- **Sincronización de información** con puntos físicos.
- Conexión con **observatorio turístico** para análisis de datos y perfilado de usuarios.
- **Agenda interactiva**. Un calendario dinámico con eventos y actividades, permitiendo al usuario seleccionar sus intereses y recibir recomendaciones personalizadas.
- **Experiencias inmersivas**. Incorporar contenido de realidad aumentada (AR) o realidad virtual (VR) para que los usuarios puedan hacer un recorrido virtual por los recursos naturales o culturales antes de viajar.

ODS sobre los que impacta



EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.2 Desarrollo de una web o landing page turística

Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresa de diseño y desarrollo web

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.3 Desarrollo de material promocional online y offline

Objetivo

- Adaptar los folletos y el material gráfico a la marca turística.
- Diseñar materiales gráficos accesibles, atractivos y funcionales que faciliten la difusión de información.

KPI's

- Nº de folletos diseñados.
- Nº de descargas digitales (en caso de publicar los folletos en PDF en el apartado de la web).

Descripción

Previo al desarrollo del material gráfico promocional, es recomendable, la consolidación de la marca turística (actuación A4.1 Rediseño de la estrategia de marca, branding y posicionamiento), ya que ésta permite la creación de identidad corporativa turística y fomenta la sensibilización hacia la misma.

La creación del material de promoción online y offline es importante para Rascafría - Oteruelo del Valle, porque actualmente cuenta con folletos desactualizados, por lo que, la modernización de estos permitirá una eficaz promoción de los recursos turísticos, al mismo tiempo que incrementa su alcance.

Para los materiales **offline**, como los folletos promocionales, se debe tener en cuenta una maquetación moderna, que transmita la información de manera visual y que estéticamente sea atractivo para el usuario.

En este sentido, se propone la elaboración de los siguientes folletos:

- **Folleto genérico de turismo** con los recursos más importantes del destino, debidamente localizados en un mapa, tanto de Rascafría como de los municipios cercanos del Valle Alto del Lozoya.
- **Guía de empresas turísticas** (alojamientos, restaurantes y comercios): Cada una deberá de contener una breve descripción, fotografía e información relevante y de contacto.
- **Folleto de productos concretos**. Una vez se consoliden los diferentes productos (cultural, activo-deportivo, natural, gastronómico, etc.) es conveniente realizar un folleto específico para potenciar la promoción de los mismos.

Estos folletos serán expuestos en la Oficina de Turismo y en las ferias turísticas en las cuales se participe junto con Sierra Norte-Villa San Roque. También se recomienda hacer un envío a oficinas de turismo (por ejemplo la de Pinilla del Valle) y empresas enfocadas a la actividad turística, cercanas al municipio. Por otro lado, es igual de importante, el diseño y desarrollo del material promocional **online**. Esto servirá para publicar en redes sociales e introducir en la web municipal y/o en la web turística/*landing page* los folletos en formato PDF.

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresa de diseño gráfico



Empresas privadas locales

EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.3 Desarrollo de material promocional online y offline

Momento de ejecución

Prioridad

2026	2027	2028	2029	2030

☒ Alta ☐ Media ☐ Baja

Presupuesto aproximado

☐ Sin coste ☒ Menos 15.000 € ☐ 15.000 € - 30.000 € ☐ Más de 30.000 €



EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.4 Diseño de una estrategia de marketing y promoción

Objetivo

- Mejorar el posicionamiento turístico de Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Incrementar la presencia online del destino.

KPI's

- Redacción del Plan de Marketing.
- Incremento en los indicadores de analítica web y redes sociales.

Descripción

Actualmente Rascafría - Oteruelo del Valle no dispone de una estrategia de marketing y promoción que ayude al destino a posicionarse entre los principales mercados turísticos, sobre todo el de proximidad y nacional.

A través de una estrategia de marketing se desarrollará un Plan de Marketing y Promoción que tendrá como objetivo definir una serie de acciones que ayuden a la **visibilidad, comunicación y proyección externa** del destino. Dicho plan deberá estructurarse de la siguiente forma:

- Análisis de la situación actual del destino: análisis de la comunicación, web, RRSS, material promocional, comercialización, entre otras.
- **Definición de los mercados objetivo:** Identificación de los principales mercados hacia los que dirigir la estrategia de marketing online.
- **Estrategia:** esquematizar que elementos forman parte de la estrategia de marketing, describiendo qué papel juegan.
- **Objetivos:** identificación de los objetivos a conseguir por medio de la implementación del Plan. Estos objetivos podrán desgranarse por herramientas o acciones.
- **Plan de Acción:** listado y descripción de las acciones a realizar para conseguir los objetivos anteriormente mencionados.
 - **Desarrollo y ejecución de un Social Media Plan:** en él se especificará la estrategia a seguir en las redes sociales y el desarrollo de los contenidos a publicar. Para ello, una de las acciones principales será la creación de perfiles turísticos en las principales redes sociales: Instagram, Facebook, YouTube, X o TikTok.
 - **Estrategia de posicionamiento** SEO y SEM y anuncios display en Google Adwords.
 - **Desarrollo de material promocional:** actuación [A4.3 Desarrollo de material promocional online y offline](#).
 - **Desarrollo de un Banco Audiovisual:** actuación [A4.6 Creación de material audiovisual](#).
 - **Asistencia a ferias y eventos:** Asistencias a ferias y eventos turísticos como la FIO (Feria Internacional de Ornitología), Feria medieval de Buitrago del Lozoya o INTUR (feria nacional de turismo de interior) de la mano de entidades suparmunicipales como Sierra Norte.
- **Desarrollo de web turística.**
- **Calendario:** las acciones deberán ser calendarizadas para asegurar su ejecución a lo largo de los años contemplados para el desarrollo del plan.
- **Presupuesto:** asignado a cada acción.

EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.4 Diseño de una estrategia de marketing y promoción

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas privadas locales

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.5 Campaña de publicidad y comunicación turística

Objetivo

- Mejorar el posicionamiento turístico de Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Incrementar la presencia online del destino.
- Aumentar el reconocimiento y fortalecer la marca turística.

KPI's

- Campañas realizadas en medios de comunicación online.
- Nº de cartelería realizada.

Descripción

Después de establecer una nueva marca para el destino, es crucial diseñar **campañas de publicidad** que reflejen los valores, atributos, productos y segmentación que el destino pretende implementar. Estos elementos se integrarán posteriormente en la contratación de espacios dentro del **Plan de Medios Anual**.

Las variables a tener en cuenta son:

- Segmentación:** Al adoptar una perspectiva basada en productos y una segmentación de producto/mercado, es esencial que esta segmentación guíe la selección de los medios, su temporalidad y los mercados objetivo para Rascafría - Oteruelo del Valle.
- Temporalidad:** Se deberá tener en cuenta para la promoción la temporalidad de cada uno de los productos turísticos.
- Objetivos:** Se definirán unos objetivos concretos para cada anualidad.
- Creatividades:** Se requerirá el diseño de diversas creatividades adaptadas a diferentes soportes publicitarios, como vallas, mupis, inserciones en revistas y prensa, cuñas de radio, y spots de televisión. Cada creatividad deberá reflejar de manera efectiva los atributos y valores distintivos del municipio.

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas especializadas en marketing digital

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €

EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.6 Creación de material audiovisual

Objetivo

- Crear material audiovisual actualizado para la promoción del destino.
- Reunir y organizar el contenido audiovisual de alta calidad.
- Facilitar la promoción turística en medios digitales.

KPI's

- N° total de recursos de audiovisuales generados.
- N° de imágenes segmentadas por tipología de recurso turístico.
- N° de sesiones fotográficas realizadas.

Descripción

El contenido audiovisual es uno de los mayores protagonistas en cuanto a la promoción de destinos. Una de las principales herramientas que tienen los destinos para darse a conocer, es a través de **imágenes y vídeos experienciales**. Una de las debilidades detectadas en la fase de diagnóstico, es la falta de imágenes del municipio de alta calidad. Para corregir esta debilidad, en esta actuación se propone la **creación del material audiovisual** que recopile imágenes genéricas en alta resolución sobre los diferentes recursos turísticos potenciales de Rascafría - Oteruelo del Valle, patrimoniales-culturales, de naturaleza, gastronómicos, deportivos así como de las fiestas y tradiciones más representativas.

Para lograr este banco de imágenes en el municipio, se llevarán a cabo las siguientes acciones:

- **Contratación de un equipo técnico:** se elegirá un equipo especializado en fotografía y producción audiovisual.
- **Selección de espacios y recursos turísticos:** se identificarán y seleccionarán los lugares más representativos y adecuados del destino para cada recurso turístico deseado, como la iglesia de San Andrés, el puente de El Perdón, El Monasterio de El Paular y los recursos naturales.
- **Banco de imágenes:** se llevará a cabo la captura de un amplio y variado banco de imágenes que resalten las diferentes actividades a realizar en el municipio. Las imágenes deberán tener una vigencia de al menos 5 años y serán tanto verticales como horizontales, con fotografías de alta resolución para su uso en planes de medios y de baja resolución para promoción en redes sociales.
- **Selección de fechas y condiciones climáticas:** las fotografías se realizarán preferiblemente en días soleados de primavera u otoño para aprovechar la mejor luz y el momento estacional.

La acción se plantea con un enfoque temporal; el 2026 y 2030, con el objetivo de garantizar la actualización, renovación y consolidación del banco audiovisual del destino.

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas especializadas en fotografía

EJE 4: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A4.6 Creación de material audiovisual

Momento de ejecución

2026	2027	2028	2029	2030

Prioridad

☒ Alta ☐ Media ☐ Baja

Presupuesto aproximado

☐ Sin coste ☐ Menos 15.000 € ☒ 15.000 € - 30.000 € ☐ Más de 30.000 €





E5 / SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

01

Campañas de concienciación
en sostenibilidad y ODS

02

Formación en sostenibilidad
para empresas

03

Plan de gestión de visitantes

04

Implementación de la Marca
S de sostenibilidad turística

EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.1 Campañas de concienciación en sostenibilidad y ODS

Objetivo

- Sensibilizar sobre la importancia del turismo sostenible.
- Difundir información sobre la Agenda 2030 y los ODS tanto a ciudadanos como a turistas.

KPI's

- Nº de campañas/ jornadas de sensibilización.
- Material divulgativo relacionado publicado.

Descripción

Rascafría - Oteruelo del Valle, al estar integrados en un entorno natural extremadamente sensible — Reserva de la Biosfera, Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama, Zona de Especial Protección de Aves, Paisaje protegido del Valle del Lozoya— requiere reforzar la educación ambiental y turística para garantizar un uso respetuoso del territorio. Para ello, es fundamental concienciar tanto a la población local como a los turistas de la importancia de la sostenibilidad y el respeto al medioambiente. Para ello, esta actuación pretende resaltar la necesidad de organizar campañas de sensibilización turística anuales que contribuyan a convertir Rascafría-Oteruelo del Valle en un destino sostenible, aprovechando estas campañas para involucrar a la población local y mejorar su participación en las políticas turísticas, sociales, medioambientales y económicas.

Por ello, a continuación se numeran una serie de **acciones** para conseguir dicho objetivo:

- Difusión de píldoras formativas y vídeos sobre la Agenda 2030.
- Campaña digital en redes sociales y web (infografías, guías de buenas prácticas y contenido descargable).
- Organización de talleres, tanto en las escuelas como en el resto de centros públicos sobre la importancia de la sostenibilidad con la colaboración de asociaciones como Seo/BirdLife Sierra Norte Madrid o el Parque Nacional.
- Redacción de noticias que informen cómo lo está trabajando el municipio (campañas reducción de consumo de agua, por ejemplo). El objetivo de estas campañas, a parte de comunicar dichas acciones, debe ser también el de motivar la participación de la población local en estas acciones.
- Habilitar un apartado web en la página del Ayuntamiento donde aparezcan todas las recomendaciones para ser un ciudadano responsable y habilitar un apartado en el nuevo portal turístico de Hellín con las indicaciones para ser un turista responsable.

ODS sobre los que impacta



EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.1 Campañas de concienciación en sostenibilidad y ODS

Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas turísticas



Entidades públicas (Parque Nacional Sierra de Guadarrama, Sierra Norte de Madrid- Villa San Roque, Valle del Lozoya)



Empresas privadas locales



Centros educativos



Colectivos ambientales y asociaciones

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.2 Formación en sostenibilidad para empresas

Objetivo

- Estudiar el comportamiento de la demanda turística.
- Controlar la capacidad de carga del municipio.
- Disponer de datos en tiempo real.

KPI's

- Nº de empresas participantes en el programa
- Nº de sesiones formativas impartidas
- Nivel de satisfacción de las empresas participantes

Descripción

Esta acción se concibe como una herramienta clave para avanzar hacia un **modelo turístico más responsable, competitivo y alineado con los valores del destino Rascafría - Oteruelo del Valle**. Dada la localización del municipio en un entorno de alto valor ambiental y su vinculación directa con espacios protegidos, resulta imprescindible que el tejido empresarial turístico incorpore criterios de sostenibilidad de forma transversal en su gestión diaria.

La actuación consistirá en el diseño e implementación de un programa **formativo estructurado, práctico y adaptado** al contexto rural, dirigido a los distintos perfiles empresariales del municipio (alojamientos, restauración, empresas de turismo activo, comercios turísticos y servicios complementarios).

El contenido del programa se organizará en **módulos temáticos** independientes, permitiendo a las empresas participar de manera flexible según sus necesidades y nivel de madurez. Cada módulo combinará **sesiones formativas con ejemplos prácticos**, casos reales del entorno de la Sierra Norte y herramientas sencillas de autoevaluación. Se abordarán cuestiones clave como:

- la gestión eficiente de recursos
- la reducción de residuos y plásticos
- la apuesta por proveedores locales
- la comunicación responsable del destino
- la convivencia con el entorno natural y la población local.

Asimismo, el programa servirá como **oportunidad a la obtención de sistemas de certificación y reconocimiento en sostenibilidad**, como el distintivo el SICTED o la Q de Calidad Turística o la S de sostenibilidad turística (A5.4 Marca S de sostenibilidad Turística). Para ello, se explicarán los requisitos básicos de estas certificaciones, se facilitarán guías prácticas y se ofrecerá un acompañamiento inicial para aquellas empresas interesadas en iniciar procesos de mejora continua.

La Oficina de Turismo de Rascafría - Oteruelo del Valle asumirá un papel clave como **coordinadora y contacto de referencia**, centralizando la información del programa, convocando a las empresas, difundiendo buenas prácticas y realizando un seguimiento básico de la implementación de las medidas propuestas. Esta función permitirá reforzar el papel de la Oficina de Turismo como **agente activo en la gestión del destino**, más allá de la atención al visitante.

ODS sobre los que impacta



EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.2 Formación en sostenibilidad para empresas

Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas turísticas locales



Consultoras especializadas
en sostenibilidad turística



Entidades certificadoras

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.3 Plan de gestión de visitantes

Objetivo	KPI's
<ul style="list-style-type: none">Regular y optimizar los flujos turísticos en los espacios naturales de Rascafría - Oteruelo del Valle.Garantizar la conservación del entorno.Conocer el comportamiento de la demanda turística.Disponer de datos en tiempo real.	<ul style="list-style-type: none">Nº total de visitantes por zona y franja temporal.Nº de incidencias registradas en materia de seguridadNº de sensores IoT y puntos de control instaladosNivel de ocupación y control de aforo en espacios sensibles naturales

Descripción

Esta acción se concibe como una **herramienta estratégica y operativa** para regular el uso turístico de los espacios naturales de Rascafría - Oteruelo del Valle, especialmente aquellos de alta afluencia como Las Presillas, la Cascada del Purgatorio, entre otros de los recursos naturales con alta fragilidad y afluencia turística.

En este sentido, la **implementación de herramientas de gestión de flujos de visitantes**, contemplada como actuación específica dentro del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD), constituye un elemento estructural e imprescindible para la correcta puesta en marcha y funcionamiento del Plan de Gestión de Visitantes, ya que éste no puede desarrollarse de forma eficaz sin disponer de información objetiva sobre el número real de visitantes, la ocupación de los espacios naturales y públicos, los patrones de movilidad y comportamiento de los usuarios y la evolución temporal de los flujos turísticos.

Es por ello que, el Plan de gestión de visitantes deberá contemplar las siguientes fases de ejecución:

Fase 1. Diagnóstico inicial y definición del ámbito de actuación. En una primera fase se realizará un diagnóstico detallado de los espacios objeto del plan, identificando:

- o Zonas de alta afluencia y puntos críticos
- o Tipologías de visitantes, estacionalidad y patrones de uso.
- o Capacidad de carga ambiental, social y funcional de los espacios naturales.
- o Riesgos asociados a la afluencia de visitantes (seguridad, incendios, degradación ambiental).

Este diagnóstico se apoyará tanto en información previa disponible como en los primeros datos obtenidos mediante sistemas de conteo y observación.

Fase 2. Diseño del sistema de monitorización y recogida de datos. A partir del diagnóstico, se definirá el sistema tecnológico necesario para la gestión de visitantes, que deberá incluir:

- o Despliegue de sensorística IoT para conteo de personas, control de accesos y análisis de flujos.
- o Uso de tecnologías de conectividad (NB-IoT, Bluetooth, beacons u otras) para la obtención de datos anonimizados.
- o Instalación de nodos de control medioambiental (temperatura, humedad, riesgo de incendio).
- o Definición de cuadros de mando para el seguimiento en tiempo real por parte del Ayuntamiento.

Fase 3. Definición de medidas de gestión y regulación de flujos. Con los datos obtenidos, el Plan establecerá medidas concretas de gestión, tales como: límites de aforo por zona y franja horaria, protocolos en situaciones de saturación o riesgo, redistribución de flujos hacia rutas o espacios alternativos y optimización de los itinerarios.

Fase 4. Información, comunicación y sensibilización. Incluye la comunicación al visitante, garantizando que la información llegue de forma clara y anticipada así como la información a tiempo real sobre aforos o condiciones climatológicas, señalización inteligente y avisos preventivos.

EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.3 Plan de gestión de visitantes

Descripción

Fase 6. Evaluación, seguimiento y mejora continua. EL plan se concibe como un instrumento dinámico y evolutivo, que incorpora:

- Evaluación periódica mediante indicadores definidos.
- Análisis de resultados y detección de desviaciones.
- Actualización de medidas de gestión y capacidad de carga.
- Incorporación de nuevas tecnologías o mejoras operativas.

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento



Empresas tecnológicas especializadas



Empresas locales



Servicios de seguridad (Policía Local, servicios forestales)

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €

EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.4 Implementación de la Marca S de sostenibilidad turística

Objetivo	KPI's
<ul style="list-style-type: none">Integrar los ODS en la gestión diaria del servicio de información turística.Posicionar al municipio como destino comprometido con la sostenibilidad.Mejorar la calidad, accesibilidad y sostenibilidad del servicio ofrecido al visitante.	<ul style="list-style-type: none">Obtención de la certificaciónResultado de la auditoría interna anual de seguimiento.

Descripción

La presente actuación tiene como fin a medio-largo plazo la obtención de la **Marca S de Sostenibilidad Turística** es un distintivo impulsado por el ICTES cuyo objetivo es promover y asegurar la integración de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030** de Naciones Unidas en los destinos, servicios y empresas turísticas. Este reconocimiento se concede a aquellas organizaciones que acreditan el cumplimiento de, al menos, una de las siguientes normas:

- la **Especificación UNE 0083:2024** (relativa a la contribución de las organizaciones turísticas a los ODS)
- la **Norma UNE-ISO 21401:2019** (centrada en los sistemas de gestión de la sostenibilidad en alojamientos turísticos).

La obtención de la Marca S supone una garantía de compromiso con la sostenibilidad, entendida como la capacidad de generar beneficios económicos, ambientales y sociales de forma equilibrada y duradera, favoreciendo el desarrollo del territorio y el bienestar tanto de la población actual como de las generaciones futuras.

Para llevar a cabo la obtención de la certificación se deberán seguir los siguientes pasos:

- Acuerdo institucional por pleno para iniciar el proceso de certificación
- Definición del alcance de la certificación. En este caso se recomienda obtener la certificación del **servicio de la Oficina de Turismo**, la cual deberá aplicar la normativa **"Especificación Técnica de Cumplimiento de ODS en organizaciones turísticas (ICTES)"**.
- Adhesión inicial a través de la web <https://www.calidadturistica.es/>.
- Diagnóstico inicial (Implantar los requisitos de al menos uno de los dos documentos frente a los que se obtiene la marca Sostenibilidad).
- Acordar una auditoria externa con alguna de sus empresas homologadas.
- Implementar y evidenciar, en caso necesario, las mejoras correspondientes a través de la elaboración del Plan de Acciones Correctivas.
- Obtener el certificado y ponerlo en valor fuera y dentro de la organización.
- Superar anualmente la auditoría de renovación llevada a cabo por auditores proporcionados por el ICTES.

ODS sobre los que impacta



Agentes implicados



Ayuntamiento-Oficina de Turismo



Instituto para la Calidad Turística Española
y la Sostenibilidad (ICTES)



EJE 5: SOSTENIBILIDAD

A5.4 Implementación de la Marca S de sostenibilidad turística

Momento de ejecución

Prioridad

2026

2027

2028

2029

2030



Alta



Media



Baja

Presupuesto aproximado



Sin coste



Menos 15.000 €



15.000 € - 30.000 €



Más de 30.000 €



6.1.1 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Código	Actuación	Periodicidad				
E1/ GOBERNANZA TURÍSTICA COLABORATIVA Y SOSTENIBLE		2026	2027	2028	2029	2030
E1.1	Creación de un ente gestor en turismo y definición de partida presupuestaria					
E1.2	Implementación de planes operativos anuales					
E1.3	Gestión y tramitación de subvenciones de turismo, cultura y patrimonio					
E1.4	Creación de una mesa o consejo consultivo de turismo					
E1.5	Programa de sensibilización turística					
E1.6	Reactivar y formalizar la asociación ACIR					
E2/ DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO		2026	2027	2028	2029	2030
E2.1	Creación de rutas culturales					
E2.2	Impulso al turismo de naturaleza					
E2.3	Aprovechamiento y puesta en valor de la Red de Caminos Carpetania					
E2.4	Estructuración y fomento de las jornadas gastronómicas y de producto local KMO					
E2.5	Plan de señalización turística					
E3/ PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA		2026	2027	2028	2029	2030
E3.1	Plan de emprendimiento y de aceleración turística					
E3.2	Programa de creación de experiencias y productos turísticos					
E3.3	Programa de mejora de la competitividad turística					
E4/ PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN		2026	2027	2028	2029	2030
E4.1	Diseño de una estrategia de marca, branding y posicionamiento					
E4.2	Desarrollo de una web o landing page turística					
E4.3	Desarrollo de material promocional online y offline					
E4.4	Diseño de una estrategia de marketing y promoción					
E4.5	Campaña de publicidad y comunicación turística					
E4.6	Creación de material audiovisual					
E5/ SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA		2026	2027	2028	2029	2030
E5.1	Campañas de concienciación en sostenibilidad y ODS					
E5.2	Formación en sostenibilidad para empresas					
E5.3	Plan de gestión de visitantes					
E5.4	Implementación de la Marca S de sostenibilidad turística					

6.1.2 CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

EJE- ACTUACIÓN	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
E1/ GOBERNANZA TURÍSTICA COLABORATIVA Y SOSTENIBLE																	
E1.1 Creación de un ente gestor en turismo y definición de partida presupuestaria																	
E1.2 Implementación de planes operativos anuales																	
E1.3 Gestión y tramitación de subvenciones de turismo, cultura y patrimonio																	
E1.4 Creación de una mesa o consejo consultivo de turismo																	
E1.5 Programa de sensibilización turística																	
E1.6 Reactivar y formalizar la asociación ACIR																	
E2/ DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO																	
E2.1 Creación de rutas culturales																	
E2.2 Impulso al turismo de naturaleza																	
E2.3 Aprovechamiento y puesta en valor de la Red de Caminos Carpetania																	
E2.4 Estructuración y fomento de las jornadas gastronómicas y de producto local KM0																	
E2.5 Plan de señalización turística																	
E3/ PROFESIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA																	
E3.1 Plan de emprendimiento y de aceleración turística																	
E3.2 Programa de creación de experiencias y productos turísticos																	
E3.3 Programa de mejora de la competitividad turística																	
E4/ PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN																	
E4.1 Diseño de una estrategia de marca, branding y posicionamiento																	
E4.2 Desarrollo de una web o landing page turística																	
E4.3 Desarrollo de material promocional online y offline																	
E4.4 Diseño de una estrategia de marketing y promoción																	
E4.5 Campaña de publicidad y comunicación turística																	
E4.6 Creación de material audiovisual																	
E5/ SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA																	
E5.1 Campañas de concienciación en sostenibilidad y ODS																	
E5.2 Formación en sostenibilidad para empresas																	
E5.3 Plan de gestión de visitantes																	
E5.4 Implementación de la Marca S de sostenibilidad turística																	

07

CONTROL Y SEGUIMIENTO



7.1 MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES



La planificación turística de un destino con las características de Rascafría - Oteruelo del Valle requiere no solo identificar sus potencialidades, sino también anticipar aquellos factores que pueden condicionar su desarrollo futuro. En un contexto marcado por un entorno natural de alto valor, una creciente presión turística y una capacidad de gestión limitada, resulta imprescindible analizar de forma sistemática los riesgos y oportunidades asociados a la actividad turística.

La **matriz de riesgos y oportunidades** permite identificar los principales elementos internos y externos que pueden influir en la implementación del Plan Estratégico de Turismo de Rascafría - Oteruelo del Valle 2026-2030, sirviendo como herramienta de apoyo a la toma de decisiones.

Este análisis facilita la definición de estrategias orientadas a potenciar las oportunidades, minimizar los impactos negativos y garantizar un modelo de desarrollo turístico equilibrado, sostenible y alineado con la identidad del territorio.



7.1. MATRIZ DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Probabilidad	5- Casi seguro			<ul style="list-style-type: none"> Rotación del personal de la Oficina de Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de estructura estable de gestión turística 	<ul style="list-style-type: none"> Impulso del turismo de naturaleza y activo-deportivo como eje del destino
	4- Probable			<ul style="list-style-type: none"> Dependencia excesiva del excursionismo de un día 	<ul style="list-style-type: none"> Saturación del entorno natural en fines de semana y festivos 	
	3- Posible			<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo del turismo gastronómico y producto local 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de coordinación entre agentes turísticos locales 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de un modelo de turismo sostenible y ordenado
	2- Improbable					
	1- Rara Vez					
		1- Insignificante	2- Menor	3- Moderado	4- Mayor	5- Catastrófico/Superior
Impacto						

castro

TOURISM ADVISORS



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

