

PLA DIRECTOR DTI **ALCOI**

DESEMBRE 2019



© 2019 – Turisme Comunitat Valenciana – Invat·tur
Oficina de Asistencia Técnica DTI-CV
dti_turisme@gva.es
www.invattur.es

Coordinació tècnica: SOLUMED



ÍNDEX DE CONTINGUTS

I Introducció	5
II Abast i objectiu del pla	9
III Metodologia Invat·tur: punt de partida i canvis metodològics	
III.1 Metodologia inicial d'Invat·tur	11
III.2 Canvis metodològics	15
III.2.1 Canvis produïts en el sistema d'indicadors abans de la seua aplicació a destinacions d'interior	16
III.3 Participació dels actors	18
IV Antecedents del model turístic d'Alcoi	
IV.1 Inicis de la gestió turística a Alcoi	20
IV.2 L'estratègia DUSI	22
V Diagnòstic de la situació turística d'Alcoi	24
VI Autodiagnòstic DTI d'Alcoi	31
VII Proposta estratègica: eixos, programes i actuacions	34
VIII Recomanacions	
VIII.1 Actuacions transversals	43
VIII.2 Actuacions no tractades en el model DTI-CV	45
IX Pla d'Acció i priorització.....	46
X Seguiment i control del Pla Director DTI	49
XI Annexos	
XI.1 Annex I	50
XI.2 Annex II	58
XI.3 Annex III	63
XI.4 Annex IV	73
XI.5 Annex V	78

I. Introducció

El turisme és hui dia una de les activitats més afectades per l'evolució de les noves tecnologies i la globalització. La societat de la informació i de la comunicació ha possibilitat i creat al mateix temps noves necessitats i exigències, a les quals l'activitat turística ha d'adaptar-se i buscar resposta. Aquests canvis s'han estés per totes les fases del viatge, des de la cerca d'informació per part del visitant fins al comportament post-viatge, íntimament lligat amb les xarxes socials. A l'increment de l'ús de les xarxes socials se li suma l'aparició de la web 2.0, l'extensió de l'ús de dispositius mòbils i els grans avanços en la connectivitat, el *big data* que proporciona una gran quantitat de dades valuoses per a conèixer detalladament la problemàtica de la destinació.

Aquesta metamorfosi requereix no sols d'una adaptació de l'oferta sinó també de la gestió del turisme, perquè l'extensió de l'activitat turística per tot el món i el canvi en el perfil del visitant incrementa els impactes a gestionar en la destinació.

En aquest context naix el concepte de Destinació Turística Intel·ligent (d'ara en avant DTI), com una eina de gestió integral. Ara bé, l'origen d'aquesta nova manera d'entendre la gestió de les destinacions té diferents punts de partida, segons la perspectiva i el nivell territorial que s'adopte. Com que la destinació turística és un concepte íntimament relacionat amb el territori, i el model intel·ligent va ser inicialment dissenyat per a espais urbans, és important assenyalar els antecedents des d'una perspectiva urbanística.

Com a primera referència es troba el projecte *European Digital Cities* creat per la Comissió Europea en 1996. Des d'aquest enfocament territorial són múltiples els projectes que de manera directa o indirecta incideixen sobre el desenvolupament de ciutats intel·ligents.

Un exemple, l'Estratègia 2020 fonamentada en el coneixement i en la innovació, considera una gran varietat de disciplines en les quals convergeixen àmbits com

6

l'eficiència energètica, la lluita contra el canvi climàtic, la investigació, les noves tecnologies de la informació i de la comunicació, el transport, etc. per a definir aquest concepte de ciutat.

Conscients de la necessitat de cohesionar aquestes polítiques sectorials, es crea en 2012 l'Associació Europea per a la Innovació sobre Ciutats i Comunitats Intel·ligents. Per al cas espanyol, aquest mateix any es constitueix la Xarxa Espanyola de Ciutats Intel·ligents, que es materialitzarà i concretarà posteriorment en el Pla Nacional de Ciutats Intel·ligents (2015), vinculat a l'Agenda Digital per a Espanya.

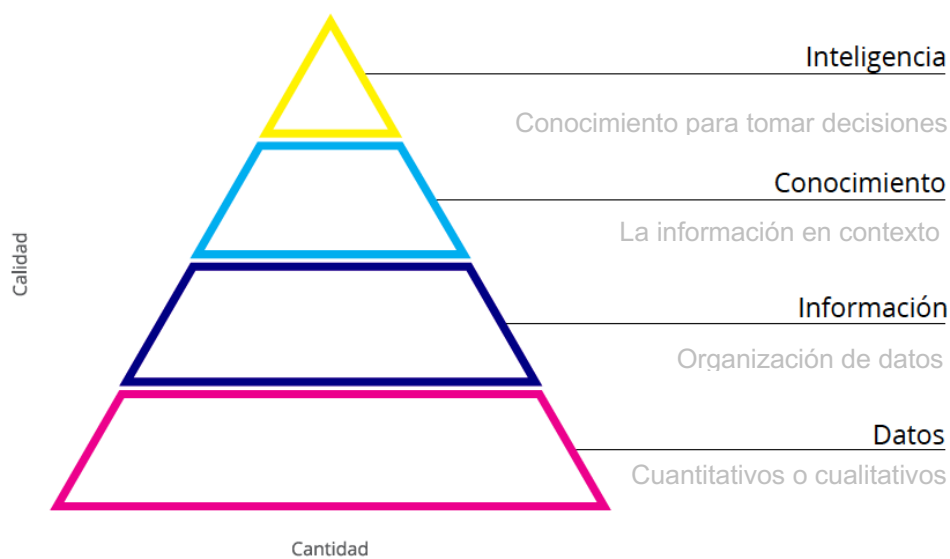
A nivell internacional, el primer antecedent se situa en el projecte iniciat en 1998 per la Universitat de Pennsilvània (actualment desenvolupat per la Fundació Metròpoli) i titulat *Project Cities*. Aquesta proposta evoluciona posteriorment cap a *Smart Places*, en la qual es van estudiar vint ciutats innovadores per la seua planificació en el desenvolupament econòmic, sociocultural i mediambiental. De tots aquests projectes naix la *Smart City*, base i antecedent per excel·lència del que es definirà com a destinació turística intel·ligent.

Però ¿què és una ciutat intel·ligent? És el Grup Tècnic de Normalització 178 d'AENOR (AEN/CTN 178/SC2/ GT1 N 003) el que defineix ciutat intel·ligent com:

“... la visió holística d'una ciutat que aplica les TIC per a la millora de la qualitat de vida i l'accessibilitat dels seus habitants i assegura un desenvolupament sostenible econòmic, social i ambiental en millora permanent. Una ciutat intel·ligent permet als ciutadans interactuar amb ella de manera multidisciplinària i s'adapta en temps real a les seues necessitats, de manera eficient en qualitat i costos, oferint dades obertes, solucions i serveis orientats als ciutadans com a persones, per a resoldre els efectes del creixement de les ciutats, en àmbits públics i privats, a través de la integració innovadora d'infraestructures amb sistemes de gestió intel·ligent”.

Arran d'aquesta definició es pot observar com a la sostenibilitat aplicada a les dimensions econòmica, social i mediambiental, se li suma l'accessibilitat i diferents aplicacions de les noves tecnologies. De fet, fa referència al fet que una ciutat intel·ligent permet a la ciutadania interactuar amb el seu territori, un concepte clau per a tindre en compte en la seua posterior aplicació a la destinació turística intel·ligent.

Figura 1. De les dades a la intel·ligència



Font: elaboració pròpia a partir de Libro Blanco "Destinos Turísticos Inteligentes: construyendo el futuro" (2015)

De fet, si una ciutat és intel·ligent ¿pot considerar-se *per se* destinació turística intel·ligent?. Enfront d'aquest dubte s'ha de tindre en compte que una ciutat intel·ligent es correspon totalment amb un territori administrativament limitat, és a dir, un municipi, mentre que una destinació turística no compleix necessàriament amb aquesta condició. En més d'una ocasió la destinació turística comprén més d'un territori, que pot fins i tot pertànyer a més d'una comunitat autònoma (com és el cas del Maestrat).

8

Així mateix, la ciutat intel·ligent està orientada als residents, mentre que la destinació intel·ligent té en compte també les necessitats peculiars dels visitants i, per tant, a incrementar la qualitat de l'experiència. En aquesta mateixa línia, la interacció amb la destinació no comença amb l'estada (com passaria amb el resident, que té unes necessitats en la pròpia ciutat), sinó que comença en la planificació i reserva del viatge i acaba molt després de marxar.

D'aquestes peculiaritats naix el model DTI proposat per la Societat Estatal per a la Gestió de la Innovació i les Tecnologies Turístiques (d'ara en avant Segittur), amb una primera proposta de model basada en quatre dimensions: la sostenibilitat, l'accessibilitat, la innovació i les noves tecnologies. En una revisió posterior, s'afegirà la governança com a cinquè pilar.

En essència, es pretén aconseguir un major i millor control sobre l'activitat turística, assegurar una gestió més sostenible i eficient, i millorar la rendibilitat i competitivitat de les destinacions. Així doncs, es defineix la destinació intel·ligent com:

“Un espai turístic innovador, accessibles per a tots, consolidat sobre una infraestructura tecnològica d'avantguarda que garanteix el desenvolupament sostenible del territori, facilita la interacció i integració del visitant amb l'entorn i incrementa la qualitat de la seua experiència en la destinació i la qualitat de vida dels residents”.

En aquesta definició la intel·ligència apareix com la integració de conceptes com a innovació, accessibilitat, tecnologia, sostenibilitat i qualitat. En aquesta línia, es pot considerar que naix amb l'obtenció de dades, que ha de ser estructurada i presentada adequadament per a ser considerada informació valuosa. Quan es tria diferents parts d'aquesta informació que pugen ser útils i s'interpreta i analitza, passa a ser

coneixement. Finalment, l'ús d'aquest coneixement per a la presa de decisions més adequades, es podria considerar intel·ligència.

Aquesta entitat nacional ha realitzat una important labor de normalització de la mà d'AENOR, sobre la base de la qual hui dia es compta amb la Norma 178501 - 2018, específica de destinacions turístiques intel·ligents, junt una gran quantitat de normes transversals al model. La gran labor per part de Segittur, que va actuar com a pionera a nivell mundial en el foment de les destinacions turístiques intel·ligents, es va materialitzar per primera vegada en les destinacions pilot sobre els quals es va aplicar la seua metodologia DTI.

Sobre la definició base de DTI, tant a nivell nacional com autonòmic, s'ha anat desenvolupant i aprofundint en el concepte. Tal és així que, actualment, pot trobar-se, d'una banda, el model de Segittur i, d'altra banda, el model de l'Institut Valencià de Tecnologies Turístiques (d'ara en avant Invat-tur), objecte d'estudi i aplicació en el present pla DTI d'Alcoi.

II. Abast i objectiu del pla

Després del desenvolupament del pla *Smart City* al 2012, l'Estratègia DUSI al 2016, i l'actual Pla Estratègic Municipal 2019 – 2025, Alcoi contempla entre els seus objectius turístics principals una evolució del seu model turístic cap a un horitzó que li permeta impulsar la seua competitivitat turística, en el marc del model de gestió turística intel·ligent en destinacions que impulsa la Comunitat Valenciana. En aquest sentit l'estratègia de Destinacions Turístiques Intel·ligents de la Comunitat Valenciana (DTI-CV d'ara en avant), impulsada per Turisme Comunitat Valenciana a través de l'Invat-tur, actua com a element vertebrador del territori valencià a fi d'alinear a tots

10

els municipis turístics en fase de renovació de la planificació i gestió turística, i servir de referència, en aquest cas, per al desenvolupament del nou horitzó turístic d'Alcoi.

Aconseguir l'anterior objectiu requereix d'un exigent treball de coordinació interna, tant a nivell tècnic com estratègic. En el primer cas, és ací on un dels principals eixos de la gestió turística intel·ligent, la governança, apareix com a element que haurà de regir tota l'estratègia turística municipal. La implicació dels agents de la destinació, des del compromís de l'administració local, dels seus polítics i tècnics, i continuant per la participació del teixit empresarial i associatiu, així com la pròpia ciutadania, és un requisit indefugible.

En el segon cas, convé que la nova estratègia turística d'Alcoi estiga alineada amb tots els instruments i eines de planificació que, des de diferents àrees del municipi, s'estan portant a terme (urbanisme, medi ambient, cultura, festes, seguretat, etc.).

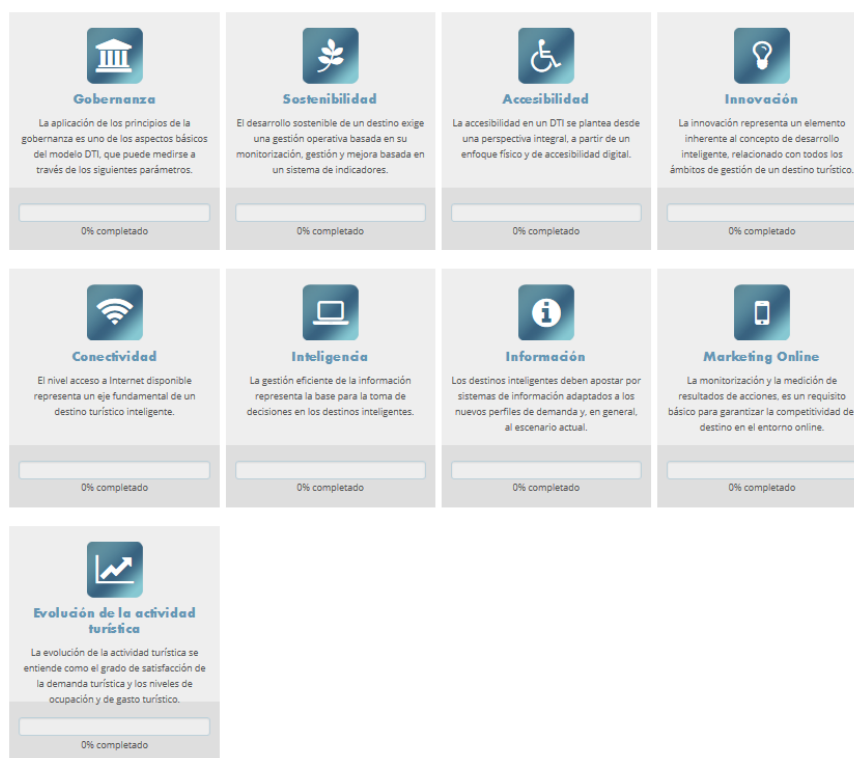
En aquest sentit Alcoi parteix d'una situació avantatjosa: l'existència d'una Estratègia de Desenvolupament Urbà, Sostenible i Integrador (EDUSI d'ara en avant). Un element que facilita al municipi l'avanç cap a la consecució de l'horitzó turístic, encara que no es tracte d'una eina de planificació exclusivament turística. L'EDUSI d'Alcoi es sustenta sobre una sèrie d'eixos d'actuació que faciliten la convergència amb el model de gestió turística intel·ligent. Aquest ha de ser un motiu més per a plantejar un nou horitzó que millore Alcoi de cara al ciutadà i al visitant i, per a tal finalitat, cal proposar un sistema que oriente al municipi cap a la seua convergència en destinació turística intel·ligent de la Comunitat Valenciana.

III. Metodologia Invat·tur: punt de partida i canvis metodològics

III.1 Metodologia inicial d'Invat·tur

Una vegada construït el marc conceptual d'un enfocament de planificació intel·ligent, és necessari dissenyar l'aplicació pràctica. Especialment, en conceptes tan abstractes com "intel·ligència turística" o dels elements que la componen com "governança" o "sostenibilitat", és fonamental desglossar-los en termes quantificables, mesurables i executables perquè la suma d'aquestes peces s'acoste el màxim possible a la comprensió del concepte base.

Imatge 1. Àmbits o dimensions del sistema d'indicators de l'Invat·tur



Per això, malgrat la gran heterogeneïtat de situacions respecte a tipologies turístiques o recursos financers i humans disponibles, entre altres, Invat·tur planteja una metodologia d'implantació comuna sobre la base d'un sistema d'indicators homogeni. Aquest sistema

12

està format inicialment per 72 indicadors, que s'agrupen en els 9 àmbits de treball o dimensions.

En el seu disseny estaven pensades per a la seua aplicació a nivell local, que és el nivell territorial en el qual s'ha considerat més oportú quant a competències i possibilitats d'implementació de les actuacions.

Junt a aquest sistema d'indicadors comú també es proposa una metodologia d'implementació uniforme, amb la condició d'ajudar a estructurar el procés per a vertebrar una nova organització i planificació de l'activitat turística en les diferents destinacions (figura 2).

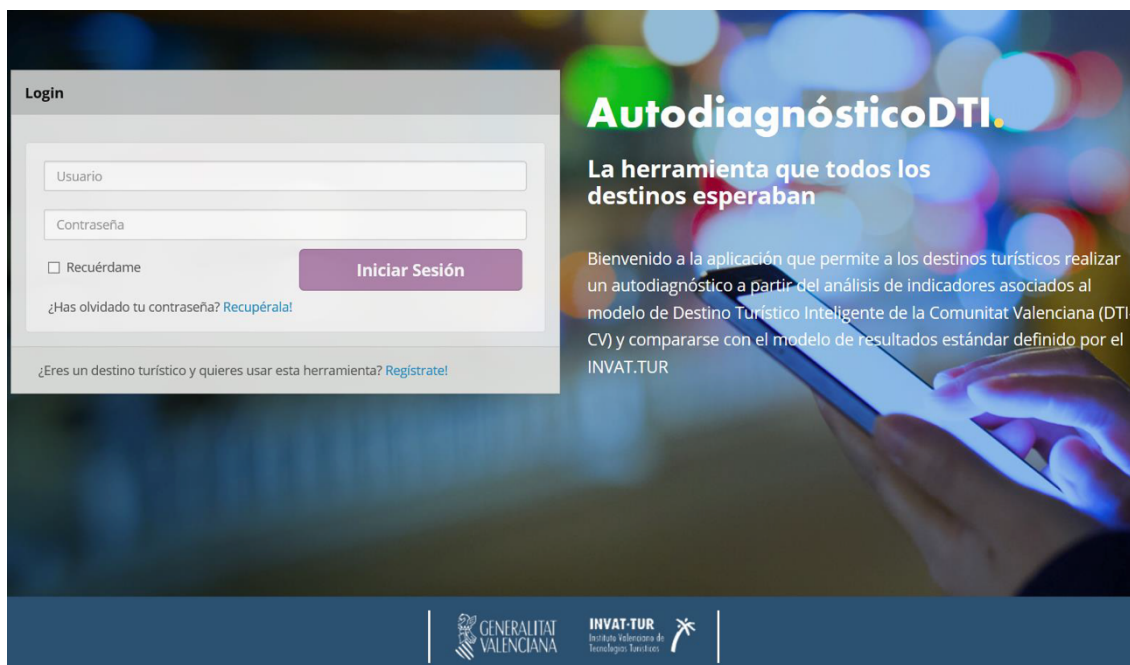
Figura 2. Metodologia Pla DTI Comunidad Valenciana



Font: Elaboració pròpia a partir de la *Guía de Implantación de DTI en la Comunidad Valenciana (2015)*.

Com a punt de partida, és essencial designar una persona responsable en el municipi, preferentment, de l'àrea de turisme. Aquesta persona ha de comptar amb els recursos temporals i coneixements suficients per a organitzar el procés, servir de nexa entre els diferents agents, posar a la disposició de l'empresa consultora de suport la documentació corresponent (si s'estima convenient la seua contractació), realitzar el seguiment del treball, realitzar una prioritització de les actuacions i impulsar la seua implementació. Una vegada designada la persona corresponent aquesta serà l'encarregada de, amb el suport del personal tècnic que dispose de la informació necessària, emplenar l'autodiagnòstic DTI de Invat·tur.

Imatge 2. Autodiagnòstic DTI



Font: <http://turdti.gva.es/#/login/>

En aquesta eina, en la qual apareixen els 72 indicadors, es marquen quins es realitzen ja, acompanyat sempre d'una breu justificació. Com s'ha comentat anteriorment, una gran part d'aquesta informació no està en mans del departament de turisme, i la facilitat de recaptar les dades necessàries depén en gran manera de la relació i coordinació entre els departaments de la municipalitat.

Una vegada emplenat l'autodiagnòstic, l'Invat-tur convida a sotmetre-ho a participació pública. Aquesta participació es compon de dues parts. Una primera, en la qual es pretén publicar l'autodiagnòstic i convidar la ciutadania a debat i reflexió. La segona consisteix a obrir un fòrum online en el qual es demana propostes d'actuacions per a cobrir les manques existents en l'autodiagnòstic. Així, s'assegura que el pla a redactar compta amb un consens general i que l'opinió de la major part d'actors està integrada en la seua elaboració.

14

Després d'aquesta baula en la cadena de redacció del pla DTI, és necessari crear dos grups de treball. El primer d'ells, tracta de fomentar la col·laboració entre departaments, materialitzada en la creació d'una Comissió Interdepartamental, de caràcter permanent i posterior a la finalització de Pla DTI, on, almenys, han d'estar presents els següents departaments: Turisme, Informàtica, Medi Ambient i Urbanisme.

En tractar-se d'un enfocament de planificació molt transversal, que pretén planificar el turisme des d'una perspectiva integral, és necessari reunir esforços i conèixer en tot moment la situació i recursos dels altres departaments. De fet, aquesta comissió no solament tracta de posar en comú actuacions ja dissenyades per turisme, sinó que fomenta el coneixement mutu sobre els projectes que en l'actualitat ja estan en marxa i que poden complementar actuacions d'altres àrees, pot generar sinergies positives entre departaments i fomenta el disseny conjunt de línies d'acció cohesionades per a aconseguir un objectiu comú: millorar la situació del municipi, en aquest cas, enfront del fenomen del turisme.

El segon grup a generar, és el grup de treball mixt, que pretén ser un punt de trobada entre l'administració pública turística (l'àrea de turisme de l'ajuntament) i els principals actors, tant turístics com no turístics, que puguin tindre una relació directa o indirecta amb la planificació intel·ligent. És cert que una planificació d'aquestes característiques no és possible sense la presència del sector privat, ja que sovint qualsevol tipus d'estratègia turística està pròxima al fracàs per la falta de consens o compromís per part dels actors clau. Així, aquest grup serveix, no sols per a discutir temes de DTI, sinó qualsevol altre tema relacionat amb el turisme, sent mitjà i fi en si mateix.

És necessari una anàlisi de la situació turística del territori en qüestió, així com de l'evolució de la seua planificació en l'àmbit del turisme. Així mateix, es recomana acompanyar l'autodiagnòstic d'una anàlisi DAFO (mai perdent de vista l'enfocament intel·ligent) i una jornada de sensibilització a cadascun dels grups esmentats

anteriorment, per a assegurar la seua comprensió del model i el seu compromís amb aquest.

Sobre la base de tota la informació, estructurada i analitzada, es passa a la proposta d'actuacions per a convertir la destinació en intel·ligent. Realment, es tracta de triar els indicadors no complits i proposar formes per a poder aconseguir-los. Ara bé, no tots els indicadors tenen la mateixa importància, cost (econòmic i organitzatiu) o viabilitat segons el territori, de manera que es recomana realitzar jornades de prioritització d'actuacions amb la Comissió Interdepartamental, per a així organitzar les actuacions en importància i termini d'execució. Després d'aquest treball, el Pla DTI estarà generat i solament s'exigirà la creació d'un Comitè de Seguiment de les actuacions i dels resultats.

III.2 Canvis metodològics

Com és habitual en projectes pilot, una vegada aplicat el model a la realitat, es detecten una sèrie de desencerts o desajusts en el plantejament respecte a la realitat en cada destinació. Aquesta detecció d'aspectes a replantejar pot ser molt positiva per al desenvolupament i perfeccionament d'un model, sobretot en aquest cas, on es busca oferir una eina que abans de res pretén ser útil en l'aplicació pràctica a les destinacions, més enllà de constituir un nou model teòric a estudiar. D'aquesta manera, els resultats obtinguts serveixen de retroalimentació al propi model i al sistema d'indicadors. Davant els primers resultats i la seua aplicació a destinacions d'interior, amb realitats molt diferents als de litoral, s'ha considerat necessari revisar una sèrie d'aspectes, tant de l'autodiagnòstic com del sistema en el seu conjunt. Aquests canvis en la metodologia, s'estructuren en dos blocs diferents.

En primer lloc, els canvis produïts en el sistema d'indicadors abans de la seua aplicació a les destinacions d'interior. Aquest apartat inclou els indicadors que han sigut eliminats i la nova estructura del sistema. Seguidament, després de l'aplicació de la metodologia,

16

apareix un apartat sobre indicadors i reflexions després de l'aplicació del model DTI a les destinacions d'interior.

III.2.1 Canvis produïts en el sistema d'indicadors abans de la seua aplicació a destinacions d'interior

Amb anterioritat al desenvolupament dels plans DTI en les destinacions d'interior, es va dur a terme una revisió del sistema d'indicadors que estan compresos en l'autodiagnòstic d'Invat·tur. Es van analitzar diferents aspectes, com la viabilitat o la competència de l'àrea de turisme, i es va presentar una proposta de canvis metodològics. Després de la proposta es van eliminar una sèrie d'indicadors (taula 3), es van modificar uns altres i alguns d'ells es van convertir en recomanacions.

Taula 1: Nombre d'indicadors eliminats, modificats i convertits a recomanacions

ACCIÓ	VARIABLES	INDICADORS
Eliminats	18	43
Modificats	6	6
Convertits	6	19

Font: Elaboració pròpia (2019)

Quant a l'estructura i ponderació dels indicadors, en la revisió del sistema s'ha detectat que totes les variables compten amb el mateix grau d'importància. És cert que el sistema de 2015 d'Invat·tur contempla que els indicadors dins de cada variable estiguen ponderats, però no respecte a la importància general d'aqueix indicador i variable respecte a la totalitat del model.

Aquesta situació ha convidat a una reflexió sobre l'estructura general del sistema d'indicadors i del paper dels diferents indicadors respecte al nivell ideal DTI (això és, amb

tots els indicadors complits). Davant aquest escenari, s'ha plantejat una nova distribució dels indicadors associats a cada variable, distribució que s'ha aplicat en els plans DTI de les destinacions pilot d'interior.

Els indicadors de l'autodiagnòstic s'han classificat en tres nivells (bàsic, òptim i excel·lent), segons el seu grau de rellevància i relació amb en el model DTI-CV. Aquesta categorització d'indicadors, donarà lloc a tres tipus de destinacions DTI:

1. *DTI bàsic*: la destinació turística compleix amb els requisits bàsics per a formar part de la xarxa DTI i per a comptar amb una base sobre la qual construir la intel·ligència turística.
2. *DTI òptim*: la destinació turística es troba en un estat evolucionat, en el qual a part de l'estructura bàsica ha mostrat progressos en una part important de les seues dimensions.
3. *DTI excel·lent*: la destinació turística es troba en un estat avançat en el conjunt de les dimensions i compleix amb el concepte intel·ligència turística en la seua integritat.

Cal assenyalar que no solament s'han classificat els indicadors segons nivell bàsic, òptim o excel·lent, sinó que alguns indicadors s'han subdividit segons el grau d'exigència, situant-se en un dels tres nivells proposats. Per a passar d'un nivell a un altre, és obligatori complir amb almenys un 80% dels indicadors d'aqueix nivell, de manera que el Pla Director DTI anirà encaminat cap al nivell més baix no cobert, per a assegurar el seu desenvolupament juntament amb alguna acció de nivells superiors, si fóra el cas.

Taula 2: Nombre d'indicadors per dimensions i nivells, i nombre necessari per a passar de nivell

	GOB	SOST	ACC	INN	IT	CO	INF	MO	Total	Nº d'indicadors a complir per a passar de nivell (80%)
BÀSIC	10	7	6	2	7	2	10	19	63	50
ÒPTIM	7	3	4	6	1	4	5	2	32	26
EXCEL·LENT	3	4	3	3	2	3	1	0	19	15
Total	20	14	13	11	10	9	16	21	114	

Font: Elaboració pròpia (2019)

III.3 Participació dels actors

Un dels reptes que marca la metodologia DTI és la implicació necessària que els agents turístics tenen en el desenvolupament de l'estratègia DTI. Com es pot veure en la metodologia proposada per Invat·tur, la participació és un requisit per tal d'assolir un pla adequat, integrador i global.

Amb aquests paràmetres de referència, es realitzaren tres reunions al llarg de la primera fase del diagnòstic. En un primer moment amb els responsables turístics de l'Ajuntament d'Alcoi, els tècnics d'Invat·tur i Solumed, per a establir els procediments de participació i recollida de material.

Posteriorment, es va realitzar un taller amb la Comissió Interdepartamental (personal tècnic de l'Ajuntament d'Alcoi) el 27 de setembre a les 10:30 hores, i amb el Grup Mixt el mateix dia a les 12:30 (amb representants de l'allotjament, la restauració i altres associacions amb interessos en el turisme)¹. Previ a aquesta reunió, es va remetre a la

¹ Veure annex I

regidoria de Turisme un document que recollia l'anàlisi general de la destinació, en clau DTI, i l'autodiagnòstic, amb l'objecte de comentar i discutir els resultats².

Recollides les opinions i punts de vista de tots el participants als tallers, es va iniciar la fase de redacció de les línies estratègiques, programes i actuacions. Una vegada realitzada aquesta tasca, es va convocar de nou a la Comissió Interdepartamental, la qual va tindre un període de 7 dies per a revisar l'esborrany.

En aquest segon taller (realitzat el 25 d'octubre de 2019)³ l'objectiu, a banda de comentar les propostes i consensuar-les, era la seua priorització i avaluació segons 5 factors determinants.

Taula 3. Factors i escales de mesura de les actuacions

BLOC	FACTOR	ESCALA DE MESURA
1	Grau d'impacte de l'actuació en l'activitat turística	Alt, mig, baix
2	Cost econòmic del desenvolupament de l'actuació	Alt, mig, baix
3	Cost de gestió operativa i organitzativa del desenvolupament de l'actuació	Alt, mig, baix
4	Viabilitat del desenvolupament de l'actuació	Alt, mig, baix
5	Implementació temporal	En curs, curt termini (1 any), mig termini (2 anys), llarg termini (3 o més anys)

Font: elaboració pròpia.

Finalment, es va demanar als membres de la Comissió que seleccionaren tres actuacions de cada programa i que les ordenaren per prioritat. D'aquesta manera va quedar

² Veure annex I

³ Veure annex III

20

organitzada la implementació de les actuacions en un període de cinc anys, en funció dels recursos i capacitats disponibles.

IV. Antecedents del model turístic d'Alcoi

Per a la redacció d'aquest apartat s'han considerat els documents que a continuació es relacionen, facilitats tant per l'administració local com per la recerca en fonts secundàries.

- a. Pla d'Acció Alcoi Turístic
- b. Memòria del Pla de Dinamització Turística de 2003
- c. Estratègia DUSI 2016
- d. Pla d'acció d'energia sostenible
- e. Pla d'acció local Agenda 21
- f. Pla municipal de prevenció enfront d'incendis forestals
- g. Pla municipal de drogodependències i altres conductes adictives
- h. Pla d'igualtat d'oportunitats entre dones i homes
- i. III Pla d'integració social de les persones immigrants
- j. Pla de Mobilitat Urbana Sostenible
- k. Pla Director Alcoi Smart City
- l. Pla estratègic municipal 2019 - 2025

IV.1 Inicis de la gestió turística a Alcoi

Un dels punts de partida en la gestió del turisme a Alcoi es pot trobar en la creació de la Regidoria de Turisme al 2000, i la posterior apertura de l'oficina de turisme. Posterior a aquesta fita, s'inicia l'avaluació de les potencialitats per al desenvolupament turístic d'Alcoi, que dona com a resultat el Pla d'Acció "Alcoi turística". Es a partir d'aquest

moment quan s'aprova el Pla de Dinamització Turística (el primer atorgat a la Comunitat Valenciana), amb una dotació econòmica de més de 2 milions d'euros, el que es va permetre realitzar actuacions per a la millora de l'oferta turística municipal.

Aquest pla d'acció junt al de dinamització suposen les dues eines necessàries per a la transformació d'Alcoi en una destinació turística, per configurar el producte turístic, la promoció i comercialització i la definició del sistema d'organització i gestió turística.

Amb eixa finalitat de posicionar Alcoi com a model de ciutat patrimonial, foren objectius d'aquests plans:

1. L'augment de la qualitat turística dels serveis turístics
2. La millora del medi urbà i natural
3. L'ampliació i millora del espais d'ús públic
4. L'augment i diversificació de l'oferta complementària
5. La posada en valor dels recursos turístics
6. La creació de nous productes
7. Sensibilització i implicació de la població i agents locals en la cultura de la qualitat
8. Promoció i comercialització del producte turístic Alcoi

Les campanyes de sensibilització i implicació de la població i agents locals cap a una cultura de qualitat, creació de nous productes turístics com el Refugi de Cervantes, l'Alcoi Medieval, Arqueologia Industrial, turisme actiu o la ruta modernista, posar en valor les restes arquitectòniques de l'època medieval (segle XIV), senyalització d'edificis d'interès, entre d'altres, foren actuacions realitzades durant els tres anys que va durar el pla de dinamització.

A més, l'Ajuntament d'Alcoi va dur a terme la recuperació del llit del riu Riquer, la creació del nou museu de bombers, neteja i rehabilitació de les façanes, l'enjardinament i col·locació de mobiliari urbà als carrers i jardins, creació d'àrees recreatives i senyalització de senderes i la recuperació de la Fàbrica Solers en el Molinar.

22

Però si cal destacar alguna actuació concreta, en foren dos, per la seua inversió econòmica i temporal en aconseguir-les, son:

1. La creació del Centre d'Interpretació amb la rehabilitació de l'antiga fàbrica de tints.
2. Rehabilitació de la Torre de Riquer, Torre de N'Aiça, el portal de Sant Roc i les muralles annexes.

Aquestes dues actuacions representaren el punt de partida adequat per a conèixer les possibilitats que Alcoi brinda a visitant. La participació dels actors privats fou un element decisiu, es crearen noves empreses d'activitats complementàries, integrades posteriorment en diferents associacions de caràcter municipal i provincial, i estructuraren així un teixit empresarial més dinàmic.

IV.2 L'estratègia DUSI

La Estratègia DUSI s'emmarca en els objectius d'Europa 2014 - 2020 per a establir un creixement sostenible, intel·ligent i integrador amb la finalitat de millorar la qualitat de vida en l'àmbit d'aplicació, en especial en les àrees i barris més degradats.

Alcoi, a igual que la resta de ciutats, depenen de l'adaptació del sistema urbà al canvi de paradigmes – interns i externs – d'ordre social, ambiental i econòmic. Amb la implantació d'aquesta estratègia es pretén abordar els reptes d'àmbits sectorials distints; assegurar un desenvolupament sostenible i integrat del territori; i prioritzar i dissenyar projectes que tinguen un clar impacte social.

Sota aquestes premisses es presenten els quatre objectius temàtics, els tres eixos vertebradors amb els corresponents objectius i les línies d'acció associades (taula X). Aquestes dotze línies d'actuació són, a més a més, prioritzades en funció de la seua inclusió social i les economies baixes en carbó, i s'estableix l'ordre següent:

1. Principals projectes locals de generació de valor social y econòmic a través de la regeneració urbana: LA12 i LA9.
2. Línies de foment de la sostenibilitat mediambiental com eix transversal: LA8, LA5, LA7 i LA 6.
3. Bases per a la innovació i desenvolupament tecnològic: LA2, LA1, LA3, LA11, LA4 i LA10.

Taula 10. Estructura de l'EDUSI a Alcoi

OT2 Millorar l'accés, l'ús i la qualitat de les TIC			
EIX Alcoi demà, ciutat intel·ligent	O1 Generar noves condicions i oportunitats per a l'impuls econòmic i l'especialització intel·ligent de la ciutat O2 Fomentar la innovació com a eix transversal O3 Integrar els models de Smart City en els processos	LA1	Implantació plataforma tecnològica per a la dinamització econòmica de la ciutat
		LA2	Implantació de tecnologies Smart City per a fer front als reptes ambientals, de mobilitat i transport
		LA3	Implantació de tecnologies Smart City per a fer front als reptes socials, culturals i turístics
		LA4	Plataforma tecnològica Big Data i Open Data
OT4 Afavorir el pas d'una economia de baix nivell d'emissió de carbó			
EIX Alcoi demà, ciutat sostenible	O4 Millorar l'eficiència en el consum energètic i la mobilitat sostenible	LA5	Increment de les infraestructures verds i millora en les connexions entre barris
		LA6	Foment del transport sostenible
		LA7	Foment de la rehabilitació energètica i d'accessibilitat urbana
OT6 Consevar i protegir el mediambient i promoure l'eficiència dels recursos			
EIX Alcoi demà, ciutat sostenible	O5 Millorar la integració i interconnexió entre els diferents barris de la ciutat	LS8	Revitalització del centre històric com a BIC
		LA9	Rehabilitació d'antics espais industrials
		LA10	Increment del sol terciari en llocs estratègics
OT9 Promoure la inclusió social i lluitar contra la pobresa			
EIX Alcoi demà, ciutat integradora	O6 Crear condicions per a una alta qualitat de vida i d'igualtat social O7 Fomentar noves formes de participació i responsabilitat ciutadana O8 Fomentar la igualtat entre dones i homes i impulsar l'emprenedoria femenina	LA11	Promoció de VPO en règim de lloguer per a menors de 35 anys i majors de 65
		LA12	Posada en valor d'espais urbans per a nous usos socials, formatius i de promoció econòmica

Font: Estratègia de desenvolupament urbà sostenible i integrat del municipi d'Alcoi (2016)

Pot observar-se, amb la lectura de l'estructura de l'EDUSI, el paper fonamental que algunes línies d'actuació tindran sobre Alcoi, com a destinació turística intel·ligent, i que

24

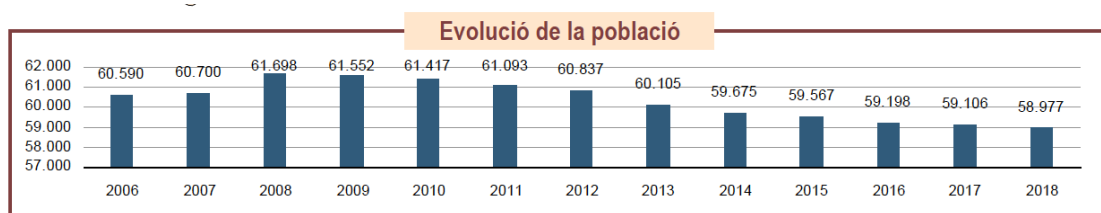
facilitaran un major desplegament de model DTI-CV així com una millor integració d'ambos estratègies territorials.

V. Diagnòstic de la situació turística d'Alcoi

El municipi d'Alcoi s'estén al llarg de 129,86km², sent travessat per tres rius: el riu Riquer, el Benisaidó i el Molinar, condició que converteix a Alcoi a *la ciutat dels tres rius*. La seua situació orogràfica, no obstant això, és fins i tot més característica en estar envoltada per un ampli conjunt de serres i muntanyes: la Serra de Mariola, Bischoi, l'Ombria, la Serreta, el Carrascal de la Font Roja, la Carrasqueta i els Plans. Aquesta condició planteja un gran repte en els àmbits de l'urbanisme i de la mobilitat.

Des d'una perspectiva demogràfica, l'últim cens municipal compta amb 61.321 habitants (INE 2019), amb una proporció lleugerament superior de dones enfront d'homes, que suposen un 54,26% del total dels habitants de la comarca de l'Alcoià. Presenta una piràmide poblacional regressiva, acompanyada d'un creixement vegetatiu negatiu, dues característiques que comparteix amb la situació demogràfica general nacional. Malgrat aquesta situació, una de les seues peculiaritats és l'elevada densitat de població (455,86 habitants per km²), xifra que supera tant la mitjana autonòmica com l'estatal.

Gràfic I. Evolució de la població a Alcoi en el període 2006 – 2018



Font: IVE (2019)

La major part de la població està ocupada en el sector serveis, que representa un 43% de l'economia del municipi. Del total de l'atur registrat, un 60,74% es troba en aquest sector, seguit de comerç, turisme i hostaleria, amb un 36% de l'economia del municipi. És una

potència quant al sector farmacèutic i químic (cosmètica), el sector alimentari i la fabricació de penjadors. No obstant això, tradicionalment, Alcoi ha sigut una gran potència en la indústria tèxtil, metal·lúrgica i paperera, sectors que hui dia es continuen treballant i són una important part de la seua estructura. Quant al tipus d'empresa, trobem fonamentalment Petites i mitjanes empreses (PIMES), amb les quals el sector públic presenta una gran implicació per a fomentar la innovació i el seu creixement. Un gran suport, sens dubte, representa la seua força en el sector educatiu, amb més de 40 centres i nombroses plataformes d'innovació.

De fet, la innovació és una dels pilars del projecte Smart City que es va començar a desenvolupar a Alcoi des de l'any 2011-2012 i que té com a objectiu convertir a la ciutat d'Alcoi en una ciutat intel·ligent, és a dir, en una ciutat sostenible, accessible, inclusiva, innovadora i tecnològica. Aquest concepte casa totalment amb la missió 2019-2025 del municipi:

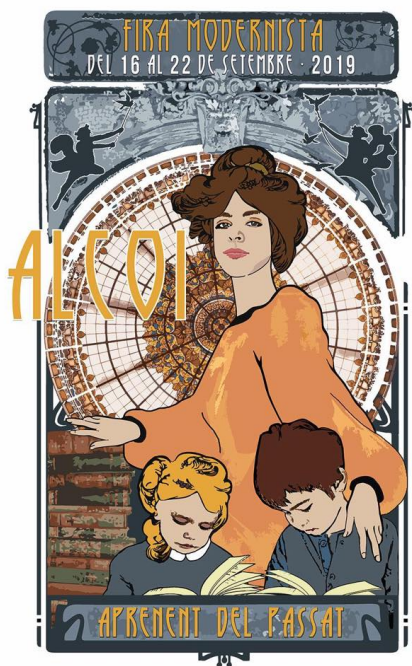
“Promocionar el talent i el capital humà, així com propiciar un desenvolupament socioeconòmic sostenible que posicione al municipi com a ciutat intel·ligent, sostenible i integradora amb l'objectiu de donar resposta a les necessitats i expectatives de la ciutadania d'Alcoi, prestant serveis de qualitat, de manera eficaç, eficient i participativa.”

Amb tot això, i una gran part avançada gràcies al projecte Smart City, Alcoi es converteix no sols en una ciutat intel·ligent, sinó que també assenta les bases per a convertir-se en una destinació turística intel·ligent.

Situada en un punt estratègic entre dos de les capitals de província de la Comunitat Valenciana (54 km d'Alacant i 107 km de València) i prop de Benidorm, destinació turística tradicional i potent, el turisme a Alcoi ha anat incrementant-se gradualment en els últims anys. Un factor fonamental d'aquest creixement ha sigut sens dubte la seua millora en les comunicacions. A això se li suma l'esforç per la rehabilitació del seu patrimoni i el

26

foment, per part de la Comunitat Valenciana però també a Espanya, del turisme d'interior.



En l'actualitat Alcoi es posiciona dins del turisme cultural, d'una banda, com a destinació amb patrimoni modernista. Forma part de la Ruta Europea del Modernisme i el seu centre històric està declarat Conjunt Històric Artístic. D'altra banda, la seua importància durant la Revolució Industrial li ha deixat un gran llegat quant a patrimoni industrial. Dins d'aquest prisma cultural també cal destacar que forma part de la Ruta Europea de Cementeris Significatius. Pel que fa al seu patrimoni natural, a Alcoi s'hi troba la Serra Mariola i el Carrascal de la Font Roja, dos parcs naturals que la posicionen com

a destinació de naturalesa, d'observació d'ocells, senderista, cicloturisme etc., sobretot en conjunció amb les seues rutes verdes i àrees recreatives. Una altra fita turística seria el seu patrimoni immaterial de la Festa de Moros i Cristians i la Cavalcada dels Reis Mags, considerada la més antiga d'Espanya. Cal assenyalar que Alcoi, a més, alberga un Patrimoni de la Humanitat (UNESCO): les Pintures rupestres de la Saga.

Aquest conjunt d'atractius fomenta l'arribada sobretot de visitants d'un dia (excursionisme) nacionals, sobretot de la Comunitat Valenciana, seguits de Catalunya i la Comunitat de Madrid. Quant a la demanda internacional, els mercats més presents són el Regne Unit, França i Holanda. Ara bé, les visites de tots dos col·lectius no es distribueixen de manera homogènia al llarg de l'any. El turisme alcoià pateix d'una marcada estacionalitat, sobretot el mes d'abril per la Festa de Moros i Cristians i en Nadal. Mitjançant la diversificació i posada en valor dels seus recursos, es pretén minorar aquesta situació. Actualment, s'estima que arriba un total de 25.469 visitants a l'any, dels

quals 23.125 són nacionals (ETIS, 2017). La seua estada mitjana, giren entorn dels 2,35 dies de duració. Els turistes tenen una despesa mitjana de 109 euros, mentre que els excursionistes es limiten a uns 40 euros.

Taula 6. Oferta turística d'Alcoi

Oferta turística - 2018					
Establiments			Places		
Establiments			Places		
Hotels	3	394	Albergs	1	47
Hostals	1	57	Pensions	0	0
Apartaments	33	77	Restaurants	76	5.507
Càmpings	0	0	Agències de viatge	17	-
Cases rurals	1	10	Empres. de turisme actiu	5	-
Dades a 31 de desembre					

Font: IVE (2019)

L'oferta turística d'Alcoi no és capaç de fer front a aquestes grans aglomeracions de persones en les dates punta. De fet, Alcoi compta amb 3 hotels, 1 hostel, una casa rural i un complex d'apartaments turístics. Des de la perspectiva de la restauració, en el centre existeixen 22 restaurants i 17 bars, mentre que en la seua perifèria es comptabilitzen 26 restaurants i 12 bars.

Amb la condició de fer front a tots aquests reptes esmentats, com l'estacionalitat, la posada en valor dels recursos turístics i configuració d'un recurs turístic, la creació de valor per al resident i les PIMES o resoldre la complexa situació orogràfica en termes d'accessibilitat i de mobilitat, és necessària una meticulosa gestió i planificació de la destinació. En aquest sentit, el municipi compta amb personal especialitzat, amb diversos grups de treball que tracten temes de turisme des de totes les seues perspectives i amb una considerable quantitat de projectes de col·laboració públic-privada i de participació pública, que asseguren una governança compartida, tan necessària en el pla turístic

28

actual, que servisca de base per a desenvolupar projectes transversals, també amb altres departaments com podria ser la mobilitat verda o l'eficiència energètica.

També des del punt de vista de la promoció i d'atenció al visitant es compta amb una pàgina web actualitzada, presència en les principals xarxes socials, assistència a les fires més rellevants per a promocionar la destinació i una oficina de turisme accessible.

Imatge 3. Web de turisme d'Alcoi.



Font: www.alcoyturismo.com

Aquesta preocupació pel turisme i els temes transversals a ell, s'han plasmat en l'adscripció de la destinació al Codi Ètic del Turisme de la Comunitat Valenciana, formant part de les destinacions ambaixadors de l'hospitalitat, a més de convertir-se en destinació SICTED, comptar amb una oficina de turisme certificada amb la Q de qualitat turística i en general apostar per la innovació turística i models de gestió avançats.

Una anàlisi resum més qualitativa de la situació turística d'Alcoi es pot trobar en el DAFO (debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats) que es presenta a continuació i que es

resultat de la revisió dels documents facilitats per la destinació, tant aquells relacionats específicament amb turisme, com uns altres la planificació del qual puga afectar directa o indirectament a la política turística local.

Després de la seua lectura, i prenent en consideració la seua relació amb la gestió de la destinació turística des d'una perspectiva intel·ligent (Model DTI-CV), es presenta a continuació els resultats estructurat en quatre dimensions.

Taula 7. DAFO d'Alcoi

NIVELL	DEBILITATS
BÀSIC	● GOV. Mancada de definició d'una estratègia turística. Dificultat a gestionar una activitat que no està planificada. Quin turisme es vol? ● GOV. Inexistència de Consell Municipal Turisme. ● GOV. Escassa interacció supramunicipal per a desenvolupament turístic. ● SOST. Llacunes en càlcul de dades rellevants per a la presa de decisions en el pla DTI. ● ACC. Web de turisme no accessible (Protocol WAI). ● ACC. Especialització en la discapacitat auditiva, enfront d'altres discapacitats. ● ACC. Falta de guia de serveis i recursos accessibles. ● CO. Inexistència de punts d'interés turístic amb connexió Wifi pública gratuïta. ● IT. Informació incompleta sobre l'evolució de l'empresariat turístic local. ● INF. Falta d'aplicacions bàsiques per a facilitar la comunicació de l'usuari amb l'Oficina de Turisme (Whatsapp/Skype). ● MO. Falta de seguiment de la Marca "Alcoi turística". ● MO. Absència d'inversió en SEM per al posicionament de la destinació. ● MO Absència de planificació integral del Màrqueting, necessari per a comunicar de manera eficaç qui és Alcoi i per què cal visitar-lo, al segment triat.
ÒPTIM	● GOV. Manca d'un repositori d'informació comuna dels diferents departaments de l'ajuntament. ● SOST. ACC. Falta d'una xarxa ciclable urbana estructurada i adaptada a les característiques del municipi. ● ACC. Escassos recursos accessibles per a persones que compten amb alguna discapacitat funcional. ● IT. Absència d'un apartat específic de dades obertes de turisme, en portal de dades obertes. ● IT. Falta de senyalística turística avançada (beacons, NFC o similars)
EXCEL·LENT	● IT. Absència d'una plataforma d'integració d'informació turística.

FORTALESES

- INTEGRAL: Existència d'una base Smart City.
- GOV. Existència d'una estructura pública turística (departament).
- GOV. Col·laboració públic-privada dinàmica.
- GOV. Existència d'una cultura de planificació per part de l'ajuntament.
- GOV. Transparència.
- GOV. SOST. Important labor de sensibilització a la població a través de campanyes.
- GOV. Adhesió al Pla de Dinamització i Governança Turística.
- ACC. INF. Oficina de Turisme avançada: certificada amb Q de qualitat turística, accessible i amb connectivitat Wifi. Al seu torn, es compta amb un punt d'informació 24h (tòtem).
- ACC. Transport públic adaptat a la normativa en accessibilitat.
- INN. Empresariat amb implicació per la innovació i el turisme.
- INN. Destinació amb alt grau d'innovació i suport a l'emprenedoria.
- CO. Bona cobertura en tot el municipi.
- CO. Molts àmbits sensoritzats (gràcies a la Smart City).
- IT. Existència de l'Observatori de turisme, generador de dades sobre la demanda.
- ACC. INF. Disponibilitat de material promocional digital (també accessible).
- INF. Web de turisme multidispositiu actualitzada, posicionada i amb adequada URL, amb informació valuosa.
- MO. Es realitza una gestió de XXSS i es mesuren els resultats d'acord amb les metes preestablertes.
- MO. Compta amb les bases per a un eficient CRM.

AMENACES

- ACC Orografia complexa que compromet l'accessibilitat.
- IT Ràpids avanços en tecnologia, possibilitat de quedar-se obsolets.
- IT Desconeixement de les opcions tecnològiques existents i dificultat de triar l'alternativa idònia.
- SOS Fort estacionalitat turística que compromet la capacitat de càrrega de la destinació i dificulta la seua gestió sostenible.
- SOS Els canvis en l'estructura demogràfica, a Espanya en el seu conjunt, així com en el cas concret d'Alcoi, es caracteritzen per l'envelliment (i decreixement) de la població i el fenomen de la "fugida de cervells" que comporta que els joves ixen per a formar-se i una vegada qualificats no tornen per a treballar en el seu municipi d'origen. Això compromet les dimensions

d'Innovació i Intel·ligència Turística, tant per l'esperit emprenedor de la població jove com per la necessitat de formació i sensibilització de TICS en la població envellida. Pot derivar en la falta de personal qualificat (sobretot en empreses) per a desenvolupar avanços en TICS.

- GOB Potencials problemes de duplicació de coordinació/duplicació de competències entre AAPP.
- GOB SOS Fragmentació entre Govern Central/ CCAA/ municipis sobre la gestió de l'energia.
- INN IT GOB Reduïda grandària de les empreses (principalment PIMES) per a integrar conceptes d'intel·ligència turística en la destinació que poden comprometre les dimensions Innovació, TICS, Governança.
- SOS Sota índex de mobilitat sostenible per part de la població (especialment bicicleta i transport públic).
- SOS Exposició a riscos naturals relativament alts (despreniments, contaminació d'aigües subterrànies i/o incendis).

OPORTUNITATS

- GOB IT Auge del model DTI i creixement d'exemples i coneixement.
- INN Possibilitat de posicionament com a pioners.
- IT SOS Reducció de preus de tecnologia gràcies a avanços ràpids i expansió.
- GOB Existència de subvencions de Turisme Comunitat Valenciana per al desenvolupament DTI.
- SOS INN Població amb vocació emprenedora.
- GOB INN Disponibilitat d'informació sobre ciutats de la UE per a benchmarking.
- SOS IT Gran quantitat de centres educatius que asseguren i fomenten el flux de coneixement (formació, intel·ligència).

VI. Autodiagnòstic DTI d'Alcoi

L'anàlisi presentat a continuació es fonamenta a partir dels resultats de l'autodiagnòstic DTI, es a dir, de la classificació i recompte dels indicadors de cada dimensió en bàsics, òptims i excel·lents, per a situar la destinació en una categoria específica.

32

En la taula 8 pot observar-se el nombre d'indicadors obtinguts per Alcoi comparat amb el número màxim per a cada dimensió i nivell del model DTI-CV (nombre d'indicadors complits per Alcoi / nombre màxim d'indicadors del model DTI-CV).

Taula 8. RESULTATS DE L'AUTODIAGNÒSTIC D'ALCOI (Dades absolutes comparades amb el model DTI-CV)⁴

	GOVERNANÇA	SOSTENIBILITAT	ACCESSIBILITAT	INNOVACIÓ	INTELI·LGÈNCIA	CONNECTIVITAT	INFORMACIÓ	MARKETING ONLINE	TOTAL	Nº d' indicadors a complir per a passar al següent nivell
Bàsic	7/10	4/7	3/6	2/2	6/7	1/2	8/10	13/19	44/63	50
Òptim	6/7	3/3	1/4	6/6	1/1	3/4	3/5	1/2	24/32	26
Excel·lent	3/3	3/4	1/3	1/3	1/2	2/3	1/1	0/0	12/19	15
Total	16/20	10/14	5/13	9/11	8/10	6/9	8/16	14/21	80/114	

Aquests valors, que s'han obtingut a partir de l'autodiagnòstic emplenat per la destinació Alcoi, s'interpreten en percentatge en la taula 9. En ella pot observar-se en roig les dimensions per nivell que no aconsegueixen el mínim (<80%), en taronja les que es troben en el límit (65% - 79%), i en verd les que sí que ho superen (>80%).

Taula 9. RESULTATS DE L'AUTODIAGNÒSTIC D'ALCOI (Percentatge)

	GOVERNANÇA	SOSTENIBILITAT	ACCESSIBILITAT	INNOVACIÓ	INTELI·LGÈNCIA	CONNECTIVITAT	INFORMACIÓ	MARKETING ONLINE	TOTAL
Bàsic	70%	57%	50%	100%	86%	50%	80%	68%	70%
Òptim	86%	100%	25%	100%	100%	75%	60%	50%	75%
Excel·lent	100%	75%	33%	33%	50%	67%	100%	-	63%
Total	80%	71%	38%	82%	80%	67%	75%	67%	70%

⁴ Per a un detall dels indicadors pot revisar-se l'Annex IV

Per al nivell BÀSIC, les dimensions Sostenibilitat, Accessibilitat i Connectivitat posseeixen entre el 50 i el 60% dels indicadors del model, sent aquestes les que obtenen una pitjor posició respecte a la resta de dimensions. Governança i Màrqueting Online es troben prop d'aconseguir el mínim exigít (70 i 68% respectivament). Mentrestant, Innovació, Intel·ligència Turística i Informació Turística aconseguixen el 100%, 86% i 80%, respectivament, situant-se per damunt del mínim exigít per a considerar adequat aquesta dimensió en aquest nivell. La mitjana global del nivell bàsic se situa en el 70%, la qual cosa manifesta que Alcoi té ja integrada en la seua gestió turística molts dels principis d'un DTI, segons el model DTI-CV.

En el nivell ÒPTIM, les dades són, curiosament, millors. Quatre dimensions passen el mínim exigít per a passar de nivell (Governança, Sostenibilitat, Innovació i Intel·ligència), una (Connectivitat) està quasi en el límit d'aconseguir-lo (75%), i només tres dimensions (Accessibilitat, Informació Turística i Màrqueting Online queden per davall del 80%. En aquest cas, la mitjana del nivell arriba al 75%, potser, llastrada pel baix valor obtingut en la dimensió accessibilitat.

En el nivell EXCEL·LENT, les dades obtingudes són els menys positius, però són igualment considerables. Només dues dimensions (Governança i Informació Turística) cobreixen el 100% dels indicadors. Sostenibilitat i Connectivitat aconseguixen el 75% i 67% respectivament, molt prop del límit acceptable. La resta de dimensions es troben per davall del 50%, sent la mitjana d'aquest nivell del 63% d'indicadors obtinguts.

Per dimensions, i per als casos de Governança, Innovació i Intel·ligència, s'obté un valor igual o superior al 80% en els tres casos. Per a Informació, Sostenibilitat, Connectivitat i Màrqueting Online el valor se situa en la franja intermèdia, i només Accessibilitat obté un valor per davall del 50%. En conjunt, les dades quantitatives mostren que **cap dels tres nivells és aconseguit al 80%**, però els resultats manifesten la bona faena que des d'Alcoi

34

es realitza en la gestió turística, almenys, des de la perspectiva DTI, si bé resulta paradoxal que siga el nivell ÒPTIM el que obtinga millor puntuació que el bàsic.

Amb aquest resultat es pretén mostrar i conscienciar a les destinacions de la importància d'una correcta estructura de la gestió de la destinació, de manera que la inversió es realitze amb coherència i eficiència, respectant en tot moment l'estratègia que es desitge, però sempre considerant un desenvolupament lògic de l'estructura de gestió per a una bona planificació del turisme.

Les dades constaten que, per al cas d'Alcoi, es desenvolupa en l'actualitat una gestió del turisme desestructurada, és a dir, sense una planificació anticipada de cap a on es desitja caminar. Si bé destaca molt positivament en dimensions com la Governança (en els seus nivells òptim i excel·lent, però no bàsic), Innovació, Intel·ligència i Informació, al mateix temps són l'Accessibilitat i el Màrqueting Online les seues febleses més marcades.

No obstant això, els tres nivells es troben en un estadi intermedi (superen el 50% dels indicadors). De fet, tant el nivell bàsic com l'òptim tenen una mitjana igual o superior al 70%, de manera que l'ordenació del pla director DTI haurà de prioritzar les actuacions que milloren tant l'un com l'altre.

VII. Proposta estratègica: eixos, programes i actuacions.

Després del període d'anàlisi de les dades recollides a través de fonts secundàries (facilitades per l'Ajuntament d'Alcoi) i primàries (tallers amb la Comissió Interdepartamental i el Grup Mixt i vista de camp⁵), es presenta a continuació la proposta estratègica del Pla Director DTI d'Alcoi.

⁵ Veure annex II

Cal matisar, en primer lloc, que aquestes actuacions tenen per objecte millorar els indicadors que es van identificar en l'autodiagnòstic i que no estan hui dia coberts, especialment, els del nivell bàsic. Per això, es presenten en el primer apartat una descripció de cada indicador no cobert amb la seua corresponent actuació, amb una breu justificació.

Ara bé, ja que Alcoi es troba molt a prop per a consolidar el nivell bàsic, i més encara del nivell òptim, sent l'excel·lent un nivell possible d'aconseguir en el mig termini, es proposen actuacions per als tres nivells. No obstant això, es consideren prioritaris les de nivell bàsic, per a garantir una gestió turística coherent i sostenible, especialment, la redacció d'un pla estratègic de turisme.

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
GOVERNANÇA	Aplicació d'un Pla Estratègic de Turisme	BÀSIC	GOV_B_01.1 Pla estratègic aprovat en un període inferior a 5 anys	Elaboració d'un pla estratègic de turisme	Per a gestionar adequadament el turisme. Devem saber quin tipus de turisme volem, per a gestionar l'estratègia d'acord amb això.
			GOV_B_01.2 Pla elaborat amb participació pública	Participació pública en el pla	Per a assegurar el compromís i la implicació de tots els agents.
			GOV_B_01.3 Existència d'un sistema de control i seguiment del pla estratègic	Creació d'un sistema de mesura del pla	Amb la condició de mesurar tant si s'està duent a terme, com els resultats obtinguts. Solament així tindrà sentit una inversió
		ÒPTIM	GOV_O_01.1 pla disponible en la web municipal	Penjar el pla (una vegada finalitzat) en la web municipal	Facilita la transparència.

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
SOSTENIBILITAT	Foment de l'economia circular	BÀSIC	SOST_B_05.1 Dades sobre població flotant	Recopilar informació per a calcular la població flotant sobre la base dels residus generats	Conèixer els impactes del turisme, la població flotant i poder prendre decisions.
	Proveïment, depuració i reutilització d'aigües		SOST_B_06.1 Dades sobre població flotant	Recopilar informació per a calcular la població flotant sobre la base de l'aigua utilitzada	Conèixer els impactes del turisme, la població flotant i poder prendre decisions.
	Índex de pressió humana màxima i evolució de la població flotant		SOST_B_11.1 Capacitat oferta turística	Calcular el que representa el turisme segons la capacitat de l'oferta turística d'Alcoi	Previndre la massificació turística, conèixer la capacitat de càrrega i prendre decisions sobre la base d'aqueixes dades.
	Adaptació del Pla per al Canvi Climàtic al Turisme	ÒPTIM	SOST_O_09.1 Existència del pla adaptat	Redactar un document sobre el Canvi Climàtic d'Alcoi i el turisme	Previndre els impactes negatius que pot generar el turisme en el canvi climàtic i viceversa
	Pla de mobilitat adaptat al turisme	EXCEL·LENT	SOST_E_03.1 Existència del pla adaptat	Adaptar el Pla de Mobilitat al fenomen turístic	Planificar d'acord amb les necessitats tant de residents com de visitants

IX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
ACCESSIBILITAT	Promoció del turisme accessible	BÀSIC	ACC_B_04.1 Guia d'accessibilitat turística municipal online	Creació d'una guia d'accessibilitat turística municipal online	A causa de la dificultat que té Alcoi per la seua orografia, és important oferir als col·lectius que compten amb qualsevol limitació de mobilitat o d'un altre tipus, la informació de manera clara i conjunta de les seues possibilitats de recursos turístics i serveis que puguen utilitzar
		ÒPTIM	ACC_O_04.1 Campanyes de sensibilització	Realització de campanyes de sensibilització sobre turisme accessible	L'ús per una major part de col·lectius i fomentar un turisme més inclusiu
	Transport públic accessible	BÀSIC	ACC_B_05.1. Compliment amb la normativa de transport públic accessible	Revisar la normativa, per si aplica	Preparar la destinació i els serveis per al turisme accessible i fomentar un turisme més inclusiu
	Recursos/attractius turístics accessibles	ÒPTIM	ACC_O_01.1 Existència de 2/3 dels recursos/rutes més visitades accessibles	Ampliar el nombre de recursos turístics accessibles	Complir amb la normativa i fomentar un turisme més inclusiu
	Compliment d'accessibilitat	EXCEL·LENT	ACC_E_03. 1 Nivell AAA	Adaptar la web turística al protocol AAA	La usabilitat per a una major part de col·lectius i fomentar un turisme més inclusiu.

	Web (Protocol WAI)				
--	--------------------	--	--	--	--

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
INNOVACIÓ	Foment de la innovació turística	ÒPTIM	INN_O_O1.3 concursos d'idees per part de l'ajuntament/ ens gestor	1a jornada "Del paper al territori". Presentació de *TFG i *TFM d'universitats valencianes centrats en Alcoi o comarca sobre turisme.	Incentivar i difondre estudis sobre Alcoi en matèria turística que milloren la imatge del turisme i aporten oportunitats.
	Implantació de sistema de gestió de la innovació en empreses i organismes públics	EXCEL·LENT	INN_E_O2.1 empreses certificades amb sistemes de gestió de la innovació.	Foment, a través de jornades explicatives, a empreses sobre sistemes de gestió de la innovació	Impulsar la innovació en el sector privat i avançar en la seua gestió.

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
INTEL·LIGÈNCIA	Baròmetre empresarial	BÀSIC	IT_B_02.1 Enquestes d'ocupació	Establiment sistematitzat d'enquestes a oferta d'allotjament	Obtindre informació valuosa per a la presa de decisions, per part de tots els actors
	Plataforma d'Integració de la Informació de la destinació	EXCEL·LENT	IT_E_04.1 Existència plataforma d'integració	Creació d'una plataforma d'integració d'informació turística (per als agents)	Obtindre informació valuosa per a la presa de decisions, per part de tots els actors

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
CONNECTIVITAT	Connectivitat en punts d'interés i atractius turístics disposen de Wifi públic gratuït	BÀSIC / ÒPTIM / EXCEL·LENT	CO_O_02.3 Connectivitat en punts d'interés i atractius turístics disposen de Wifi pública gratuïta	Aplicació de xarxes Wifi en aquells punts turístics tancats, oberts al públic	Complementar els codis *QR (i possibilitats de fer-los més interactius) i millorar l'experiència turística. D'aquesta manera, els codis que envien als vídeos no consumeixen dades del mòbil

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
INFORMACIÓ TURÍSTICA	Senyalística sensoritzada	ÒPTIM	INF_O_08.1 Beacons, NFC o similar	Desenvolupament de senyalística avançada, especialment en espais naturals (Font Roja- recompte) i Serra Mariola	Oferir una experiència més completa al visitant, proporcionant-li informació valuosa en format més atractiu. A més, l'ús d'aquestes eines per part del visitant, permet a l'ajuntament obtindre dades importants sobre fluxos, interessos, procedència, etc
	Aplicació mòbil		INF_O_09.1 Existència d'una aplicació mòbil de destinació o de l'adaptació a dispositius mòbils de la web turística municipal que permeta l'obtenció de dades rellevants per a la gestió turística.	Creació d'un apartat de turisme dins de l'aplicació ciutat d'Alcoi	Obtindre informació del visitant virtual per a prendre decisions valuoses per a la gestió turística (atractius més visitats, itineraris, informació més buscada...)

EIX	PROGRAMA	NIVELL	INDICADOR	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
MARKETING ONLINE	Monitoratge de Marca	BÀSIC	MO_B_01.1 Google Analytics mensual	Fer un seguiment de Google Analytics i redactar un informe periòdic sobre el monitoratge de la marca	Obtindre informació per a prendre decisions de màrqueting més eficients i conèixer la situació de la marca turística d'Alcoi
	Inversió en publicitat online - SEM		MO_B_04.1 Invertit en SEM l'últim any	Estimar una inversió en SEM en funció de l'estratègia de comunicació	Millorar el posicionament d'Alcoi en cercadors i detallar les paraules clau
	Inversió en publicitat online - SEM		MO_B_04.2 Mesura de l'impacte SEM	Mesurar els impactes del *SEM. Establir uns indicadors de seguiment i de resultat	Obtindre informació de les inversions realitzades per a corregir errors i prendre decisions
	Pla de Marketing		MO_B_06.1 Pla general de Màrqueting consensuat amb el sector turístic	Usar el Consell de Turisme *per a presentar l'esborrany del pla de màrqueting i determinar conjuntament la idoneïtat i prioritització dels actuacions	Construcció d'una imatge turística d'Alcoi clara i coherent amb la visió, missió i valors. També comporta un major atractiu per als clients, es trien els segments de mercat més interessants i es cohesionen les actuacions soltes.

VIII. Recomanacions

VIII.1 Actuacions transversals

Al llarg del diagnòstic s'han identificat algunes problemàtiques que, per la seua naturalesa, han de tindre un tractament més ampli, perquè suposen la connexió amb diferents dimensions i indicadors del model DTI-CV.

La primera d'elles està relacionada amb la saturació que pateix la destinació en moments concrets, vinculada amb els esdeveniments més importants d'Alcoi: Moros i Cristians i la Cavalcada de Reyes. Totes dues festivitats impliquen el desplegament de serveis públics per a garantir a residents i visitants una experiència adequada. Establir pàrquings dissuasius puntuals, establir itineraris des dels pàrquings fins al centre de la ciutat (a peu o amb autobús), organitzar el servei de neteja i recollida de residus (incloure'l en el plec de condicions de la contractació), disposar de WC químics en punts concrets del recorregut, activar personal de carrer que informe al visitant sobre com moure's a la ciutat. Tot són activitats que, a més, poden generar informació que servirà per a l'any pròxim.

En segon lloc, i en relació a la governança, si bé hui dia es troben molts projectes d'iniciativa públic-privada, i es compta amb organitzacions articulades que representen el sector privat, és cert que s'han observat una sèrie de problemàtiques (comentades fonamentalment en la jornada del grup mixt) associades a la falta d'un canal de comunicació entre el sector públic i el sector privat. Front aquesta situació, es proposen dues recomanacions

1. Utilització de grups de treball, associats al Consell de Turisme (caldrà revisar els estatuts del Consell per a assegurar-se que aquesta figura de gestió està contemplada) per a tractar problemes públic-privats. D'aquesta manera es pot

dinamitzar i fer ús d'un canal ja establert, que es reunirà periòdicament, en funció que com s'establisca.

2. Creació d'un espai compartit on penjar incidències, projectes o esdeveniments que es fan en el municipi. Es tractaria d'una plataforma online a la qual van tindre accés tant els agents públics com els privats i que poguera complir amb una doble funció. D'una banda, servir com a punt d'integració de tota la programació del municipi, de manera que els diferents actors turístics tinguen la possibilitat de decidir si participar o no i, en cas afirmatiu, articular amb temps una oferta coherent (especialment l'hostaleria). D'altra banda, actuar com un fòrum d'incidències que podrien recopilar-se per a les sessions dels grup de treball.

Finalment, com un altre aspecte transversal fonamental, s'ha trobat una certa preocupació per la qualitat i eficiència de l'oferta turística d'Alcoi, tant en forma de serveis turístics privats com públics. Algunes de les problemàtiques relacionades, naixen de la comunicació privat-privat, però també de públic-públic. A continuació, es plantegen una sèrie de recomanacions per a les diferents subcategories dins d'aquest ampli concepte:

1. Campanya de conscienciació cap a l'empresariat turístic sobre que és una destinació turística i el treball conjunt. Amb aquesta campanya es pretén sensibilitzar a aquelles parts de l'empresariat turístic que encara no veuen Alcoi com a destinació turística, perquè entenguen la importància de l'articulació i la coordinació per a oferir una experiència turística de qualitat.
2. Reunió de l'empresariat de restauració, per a arribar a un acord en la coordinació d'horaris d'obertura, i elaboració d'ordenances per part de l'ajuntament que fomenti l'obertura els diumenges (reducció d'impostos). En tots dos tallers sobre la gestió turística d'Alcoi, es va comentar la limitació i descoordinació que hi ha entre els horaris dels diferents establiments de restauració. En línia amb la recomanació anterior, ha de buscar-se un punt de trobada per a assegurar serveis

als visitants. Es tracta d'una actuació de foment per a afavorir la disponibilitat del servei de restauració als dies de major aflluència turística.

3. Revisió de la senyalística turística. Per part del sector privat, s'ha registrat un descontentament dels visitants que arriben a Alcoi amb el desig de visitar certs recursos que es promocionen. Tant per a afavorir als visitants i facilitar la seua experiència, com als empresaris en aquestes zones, cal reorganitzar la senyalística existent hui dia.

VIII.2. Actuacions no tractades en el model DTI-CV

S'han detectat durant les reunions amb el personal tècnic i empresariat algunes qüestions que, si bé no són específicament tractament d'aquest model de gestió, sí que es considera per part de la redacció d'aquest document donar-li un espai en aquesta proposta per la seua rellevància.

En primer lloc, s'ha manifestat la problemàtica de la competència deslleial en dos àmbits: d'una banda, en referència a la proliferació d'apartaments turístics no reglats. Per a evitar la pujada de preus i una situació injusta entre aquells amfitrions legals, es recomana la generació d'una ordenança que regule l'activitat.

D'altra banda, es manifesta un greu descontent dels establiments de restauració cap a l'activitat de les filaes. Els establiments de restauració s'enfronten a una quantitat considerable de taxes i llicències per a poder oferir els seus serveis de manera legal. Organitzar una trobada empresariat-ajuntament-filaes, per a tractar la problemàtica de manera oficial i coordinada, i el desenvolupament d'una reglamentació municipal consensuada entre els agents seria una actuació idònia.

En segon lloc, el centre d'Alcoi pateix una degradació urbanística important. Presenta una manca de dinamisme, amb carrers secundaris sense comerços i sense activitat, la qual cosa propícia la saturació d'altres carrers. Aquesta situació supera les competències

46

municipals en matèria turística però, donada la rellevància que el turisme està tenint en el centre d'Alcoi, es recomana tractar en la comissió interdepartamental de turisme aquesta situació que, de manera transversal, analitze l'impacte de la degradació del comerç, l'hostaleria, l'habitatge, els serveis bàsics, entre altres, sobre l'activitat turística.

IX. Pla d'Acció i prioritzacions

Una vegada presentada la proposta d'actuacions, distribuïdes, en eixos (coincidents amb les dimensions del model DTI-CV), i programes (denominades també línies estratègiques i coincidents amb les variables del model DTI-CV), es va realitzar una reunió final amb la Comissió Interdepartamental per a establir la prioritització de cada actuació⁶.

Aquest procés es va dur a terme a partir de la valoració de cinc factors que condicionen l'activació (implementació) d'aqueixa actuació: el grau d'impacte de l'actuació sobre l'activitat turística, el cost econòmic del desenvolupament de l'actuació, el cost de gestió operativa i organitzativa del desenvolupament de l'actuació, la viabilitat de la seua implementació, i l'horitzó temporal.

Menys per a aquest últim factor, l'escala de mesurament del qual era “en curs, curt, mitjà, llarg termini”, la resta de factors es mesuraven en una escala de “alt, mig, baix”. Per al cas d'Alcoi, els resultats es presenten a continuació.

Taula 10. Priorització de les actuacions i horitzó temporal d'execució.

DIMENSIÓ	PRIORITAT	CODI	IMPLEMENTACIÓ TEMPORAL	ACTUACIÓ
Governança	1	GOV_B_01.1	Abans de 2023	Elaboració d'un pla estratègic de turisme

⁶ Veure annex V

	2	GOB_B_01.2	Fins 2023	Participació pública en el pla
	3	GOV_B_01.3	Fins 2023	Creació d'un sistema de mesura del pla
Sostenibilitat	1	SOST_B_11.1	Fins 2023	Calcular el que representa el turisme segons la capacitat de l'oferta turística d'Alcoi
	2	SOST_E_03.1	Abans de 2023	Adaptar el Pla de Mobilitat al fenomen turístic.
	3	SOST_O_09.1	Abans de 2023	Redactar un document sobre el Canvi Climàtic d'Alcoi i el turisme
Accessibilitat	1	ACC_O_01.1	Fins 2023	Ampliar el nombre de recursos turístics accessibles
	2	ACC_B_04.1	Fins 2023	Creació d'una guia d'accessibilitat turística municipal online
	3	ACC_B_05.1	Fins 2023	Revisar la normativa de transport públic accessible, per si aplica
Innovació	1	INN_E_02.1	Durant 2020	Foment, a través de jornades explicatives, a empreses sobre sistemes de gestió de la innovació
	2	INN_O_01.3	Durant 2020	1a jornada "Del paper al territori". Presentació de TFG i TFM d'universitats valencianes centrats en Alcoi o comarca sobre turisme
Intel·ligència	1	IT_E_04.1	Fins 2023	Creació d'una plataforma d'integració d'informació turística (per als agents)

	2	IT_B_02.1	Durant 2020	Establiment sistematitzat d'enquestes a oferta d'allotjament
Connectivitat	1	CO_O_02.3	Fins 2023	Aplicació de xarxes Wifi en aquells punts turístics tancats, oberts al públic
Informació	1	INF_O_09.1	Fins 2023	Creació d'un apartat de turisme dins de l'aplicació ciutat d'Alcoi
	2	INF_O_08.1	Fins 2023	Desenvolupament de senyalística avançada, especialment en espais naturals (Font Roja-recompte) i Serra Mariola
Marketing online	1	MO_B_06.1	Fins 2023	Usar el Consell de Turisme *per a presentar l'esborrany del pla de màrqueting i determinar conjuntament la idoneïtat i prioritització dels actuacions
	2	MO_B_01.1	Fins 2023	Fer un seguiment de Google Analytics i redactar un informe periòdic sobre el monitoratge de la marca
	3	MO_B_04.1	Fins 2023	Estimar una inversió en SEM en funció de l'estratègia de comunicació

X. Seguiment i control del Pla Director DTI

A diferència d'una altra mena de planificacions, on proposar indicadors que mesuren la realització de les actuacions (i en menor grau la seua efectivitat envers objectius) és una tasca complexa, el model DTI-CV ofereix un avantatge considerable.

Disposar dels indicadors que conformen l'autodiagnòstic i de les actuacions en el pla director que han d'implementar-se per a aconseguir cadascun dels nivells, permet establir un seguiment i control d'aquestes.

Per al cas de les actuacions associades a l'autodiagnòstic, dos seran els factors a considerar: d'una banda, la prioritització en la qual aqueixa actuació haja quedat establida i, per un altre, l'horitzó temporal identificat.

Així doncs, haurà de realitzar-se una reunió a l'inici per a establir el pla operatiu anual, i al final de cada exercici per a comprovar quines actuacions s'han dut a terme, el seu cost, quals no i per què, i com reorientar el Pla Director DTI perquè aquelles que no ho han sigut puguen realitzar-se (sempre que la seua no implementació haja sigut per raons de canvi de l'entorn o interès).

En cadascuna de les reunions s'haurà de recollir en una acta els acords als quals s'haja arribat. Al final de cada exercici s'actualitzarà l'autodiagnòstic amb aquelles actuacions que complisquen amb els indicadors no coberts abans del Pla Director DTI i es remetrà un informe a l'INVAT·TUR amb els assoliments aconseguits i el pla per al nou exercici.

Per al cas de les recomanacions, tant les transversals com les no relacionades amb el model, seria convenient que la destinació identificara tals propostes a partir d'una primera reunió de la Comissió Interdepartamental per a valorar la seua implementació en funció de les àrees que estiguen implicades i el seu pressupost.

50

XI. Annex I

1. DADES BÀSIQUES

Data i lloc: 27 de setembre de 2019, Ajuntament d'Alcoi

Hora: 10:30h Comissió Interdepartamental / 12:30h Grup Mixt

Participants:

- Comissió Interdepartamental
 - Alejandro Benito, Invat·tur
 - Pedro José Ramiro Zafra, Dpt. Noves Tecnologies
 - Juan A. Vilaplana, Dpt. Informàtica
 - Lucía Català Doménech, Serveis Elèctrics
 - Paola Pons Díaz, Tourist Info Alcoi
 - Francisco Carretero, Enginyer
 - Daniel Mullor Sanjosé, Arquitecta
- Grup Mixt
 - Elisa Segura, IIP TP BATOX
 - Maria Teresa Vivar, Restaurant "Els arc"
 - Cintia Culiñaes, Hostal Savoy
 - Ramón Reche Santoria, Hostal Savoy
 - Indira V. Amaya, Turismo Alicante Interior y Cámara

Objectius principals del taller:

- Comentar l'autodiagnòstic/DAFO
- Analitzar des de diferents visions la gestió del turisme
- Compartir idees i projectes en marxa entre departaments
- Millorar la gestió del turisme entre àrees
- Definir un punt de partida comú

Observacions: Aquestes jornades pertanyen al Pla Director de Destinació Turística Intel·ligent (DTI), que Alcoi realitza amb l'Institut Valencià de Tecnologies Turístiques a través de l'empresa consultora Solumed. Prèviament a les jornades, s'havia facilitat a

tots els participants un document d'anàlisi DAFO on es comentava la situació turística d'Alcoi des d'un prisma intel·ligent per a comentar-ho de forma conjunta posteriorment.

2. ESTRUCTURA DEL TALLER

Als dos tallers es va dur a terme la mateixa estructura:

En primer lloc es va realitzar una breu exposició, per part de Solumed, on es va refrescar en què consisteix el model DTI, perquè s'utilitza i les dimensions que compren.

En segon lloc, es comentaren els resultats de l'autodiagnòstic en el cas d'Alcoi, de forma qualitativa i quantitativa (els participants havien tingut accés prèviament al document d'anàlisi). Es va facilitar la seua lectura i interpretació.

A continuació, com a part més important, Solumed va proposar 4 preguntes a cadascun dels col·lectius (comissió interdepartamental i grup de treball). La primera es contestà per escrit i les altres tres en veu alta en forma de debat, mentre que Solumed feia els apunts pertinents. Les preguntes giraven en torn a la percepció de la situació turística dels diferents actors: preocupacions sobre la gestió turística d'Alcoi, causes, com afecta a la seua àrea/ al seu negoci i possibles solucions.

Es va tancar amb un torn de preguntes o comentaris sobre l'anàlisi DAFO.

3. CONTINGUTS DE LA PRESENTACIÓ

Perquè aquest taller?

En ambdós casos, hi havia uns objectius principals:

- Comentar el DAFO/autodiagnòstic
- Analitzar les diferents visions/percepcions de la gestió turística d'Alcoi
- Definir un punt de partida comú

52

En el cas de la Comissió Interdepartamental, a més, es pretenia millorar la gestió del turisme entre àrees i compartir idees i projectes en marxa entre departaments.

En el cas del Grup de Treball, també s'analitzava com afecta la gestió als actors turístics.

Com es tracta d'un model pilot que encara està en fase de desenvolupament, a vegades el concepte pot portar a la confusió. Per això, es pretén insistir en que es tracta d'un model de gestió, no de producte. És a dir, en aquest Pla Director, es pretén millorar tots els aspectes lligats a la gestió del turisme, des de 8 dimensions: la governança, la sostenibilitat, la accessibilitat, la innovació, la intel·ligència, la connectivitat, la informació i el marketing online. D'aquesta manera, es revisa principalment si es planifica, què es planifica i com es fa. Per tant, cal deixar clar que no consisteix en definir una estratègia turística, buscar un segment de mercat, entre altres, sinó vorer si avui en dia es fa i com s'organitza i coordina.

Taula 1. Resultats de l'autodiagnòstic d'Alcoi (Dades absolutes comparades amb el model DTI-CV)

	GOVERNANÇA	SOSTENIBILITAT	ACCESSIBILITAT	INNOVACIÓ	INTEL·LIGÈNCIA	CONNECTIVITAT	INFORMACIÓ	MARKETING ONLINE	TOTAL	Nº indicadors a complir per a passar al següent nivell
Bàsic	5/10	4/7	3/6	2/2	5/7	1/2	8/10	11/19	39/63	50
Òptim	6/7	3/3	1/4	6/6	0/1	3/4	3/5	1/2	22/32	26
Excel·lent	3/3	2/4	1/3	1/3	1/2	2/3	1/1	-	11/19	15
Total	14/20	9/14	5/13	9/11	6/10	6/9	12/16	12/21	72/114	

Es tracta de 114 indicadors que mesuren les 8 dimensions en les que s'estructura el model DTI. A més, estan categoritzats segons el seu grau d'importància i de prioritat en el model DTI en bàsics, òptims i excel·lents (una explicació més profunda es pot trobar a l'anàlisi DAFO enviat prèviament). Així mateixa, les destinacions es classificaran en DTI bàsic, DTI òptim o DTI excel·lent. El requisit per a passar d'un nivell a un altre, és comptar amb, al menys, un 80% dels indicadors del nivell previ. La columna de la dreta del tot del quadre, mostra la quantitat d'indicadors necessaris a complir dins de cada categoria per a passar de nivell. Per exemple, Alcoi té 39 indicadors bàsics, i per a ser nombrat DTI bàsic necessita 50.

Ja dins de les cel·les, els nombres de la dreta en cadascuna d'elles indica el total d'indicadors que n'hi ha de cada tipus i el nombre de la esquerra els que Alcoi ja compleix. Per exemple, n'hi ha 10 indicadors bàsics de governança i Alcoi en té 5.

Taula 2. Resultats de l'autodiagnòstic d'Alcoi (Dades relatives)

	GOVERNANÇA	SOSTENIBILITAT	ACCESSIBILITAT	INNOVACIÓ	INTEL·LIGÈNCIA	CONNECTIVITAT	INFORMACIÓ	MARKETING ONLINE	TOTAL
Bàsic	50%	57%	50%	100%	71%	50%	80%	58%	62%
Òptim	86%	100%	25%	100%	0%	75%	40%	50%	69%
Excel·lent	100%	50%	33%	33%	50%	67%	100%	-	56%
Total	70%	64%	38%	82%	60%	67%	69%	57%	63%

Per a fer més visibles els resultats, els resultats es presenten en forma de percentatges. Els verds són aquells que superen el 80%. Els de color taronja son aquells que estan a punt de ser completats (entre un 65% i un 79%). Els que estan en roig son els que encara no estan complets i n'hi ha feina per davant.

Qüestions

Comissió interdepartamental

- 1) Des del seu paper com a tècnic/a, identifique 5 qüestions que li preocupen en relació a la gestió turística.
- 2) Aquesta situació, a què creu que es deu?
- 3) Com li afecta aquesta situació a l'àrea que pertany?
- 4) Propose 1 solució per a cadascun dels 5 temes exposats

Grup de treball

- 1) Des del seu paper com a agent turístic, identifique 3 qüestions que li preocupen

54

de la gestió turística a Alcoi.

- 2) Aquesta situació, a què creu que es deu?
- 3) Com li afecta aquesta situació al seu negoci?
- 4) Propose 1 solució per a cadascun dels 3 temes exposats.

4. RESULTATS

A continuació, es troba la taula amb les principals respostes de les dues jornades.

COMISSIÓ INTERDEPARTAMENTAL

Preocupacions	Causas	Efectes ÀREA	Solucions
Activitats que es programen que creen negocis			
Desestacionalització I			Més activitats al llarg de tot l'any
Oferta allotjament			
Impacte en RRNN i CC I			
Pensar en un turisme de qualitat			
No només grans esdeveniments			
Imatge urbana de la ciutat			

Dinamització comercial			
Mobilitat sostenible I	Problemes en la connexió	Programa 2015 aparcaments intel·ligents	
Bars i restaurants: problemes horaris I que limiten l'activitat	No hi ha activitat turística	50% obrir diumenge 50% dilluns	Millora en les ordenances (no pagar taxes, reducció d'impostos,...)
Poca integració de webs sobre la informació turística			
Connectivitat: wifi de la ciutat	Problemes d'inversió i de normativa legal		
Mesurar l'impacte de les accions turístiques		En el pla Smart City es marca com mesurar l'impacte del visitant	
No utilitzar productes autòctons: olives, papes, oli,			
Pla DTI alineat amb altres plans			
Agents locals informats sobre el que es fa a l'ajuntament (Mesa local de Turisme)			
Generar activitats turístiques innovadores			

GRUP DE TREBALL

56

Preocupacions	Causas	Efectes NEGOCI	Solucions
Concreció en els detalls de gestió de determinats esdeveniments: la neteja, els idiomes, la hospitalitat, els aparcaments, els banys, restaurants oberts...	Recent arribada de fluxos	Sobresaturació	Gestora per als esdeveniments, intermediari AAPP-empresariat, punt de trobada públic-privat
Competència de les filaes	Competència deslleial, no paguen impostos, preus més baixos	Menys clients, horaris més limitats, no estratègia comú	Regulació
Horaris dels restaurants molt limitats i poc coordinats	Falta de comprensió y conscienciació de destinació turística, personal que vulga treballar caps de setmana, competència filaes	La gent se'n va a les filaes, les persones no volen quedar-se en Alcoi perquè no poden menjar o no tenen res a fer	Ajuntament, campanya de sensibilització, treball en xarxa dels restaurants (compromisos)
Banys públics.	Sobrestauració sobretot als esdeveniments, massa gent per als banys que n'hi ha	Saturació als banys dels restaurants, també de gent que no són clients	Intervenció de l'ajuntament
Hospitalitat (per exemple, Policia Local)	Sobresaturació	Gent descontenta	Sensibilització de la Policia Local
Formació en idiomes.	Afluència de turistes estrangers		CdT, SICTED, Ajuntament
Problemes del centre	Jubilació de propietaris de comerços tradicionals,		

	degradació, marginalitat		
Falta de manteniment, neteja	Esdeveniments, descuit		Projectes de manteniment del patrimoni i de l'estructura urbana
Senyalització Parcs Naturals (sobretot Font Roja, entrada Norte), centre històric...	Decisions prèvies per part de Foment		Projecte ajuntament
Implicació per part de les empreses privades	Envelliment de la població, canvi demogràfic		
Apartaments turístics no reglats			Ordenança territorial
Lentitud y quantitat de burocràcia a l'hora de fer qualsevol tràmit, carrers secundaris sense comerços...			Més agilitat i facilitat per als negocis, urbanisme
Infraestructures (carrer de les llacunes) manteniment: reparació, incendis... Falta d'adaptació per al ciclisme	S'ha demanat poc pressupost per al seu manteniment, no n'hi ha incentius fiscals per a intervindre	Dificultat d'accés per als visitants	Ajuntament d'Alcoi
Patrimoni cultural no valoritzat			Incentius projecte de valorització del patrimoni, Pla estratègic d'inversió en Alcoi Rural
Residus en esdeveniments	Medi Ambient, col·laboració interdepartamental,		

	falta d'empatia amb el turista, falta de recursos		
Zona de les Muralles degradada			Rehabilitació, adequació
Falta de comunicació amb l'administració			Canal de comunicació eficient
Estandardització de la senyalització de senderisme			

5. PRÒXIMES ACTUACIONS

En primer lloc, s'enviarà la plantilla a complimentar a la resta d'empresaris que no hagen pogut assistir a la reunió.

En segon lloc, es facilitarà un informe sobre la visita tècnica a Alcoi realitzada per part de Solumed el mateix dia de les jornades.

A continuació, es passarà a la fase de la redacció de les propostes d'actuacions en base a l'autodiagnòstic, l'anàlisi de la documentació i els resultats dels tallers amb la comissió interdepartamental i el grup de treball mixt. Aquesta fase té una durada de 3 setmanes, ja que constitueix el cor del Pla Director DTI. Una vegada finalitzat, es facilitaran a la Comissió Interdepartamental i, després d'un període d'entre 10 i 12 dies per a la seua lectura, es tornarà a convocar una reunió per a la seua discussió i priorització.

XI. Annex II

1. Objectius de la visita tècnica

En la fase d'anàlisi de la destinació des d'un enfocament intel·ligent s'integren diferents fonts d'informació. En primer lloc, l'autodiagnòstic que ens dona una primera radiografia

prou detallada, una resposta als indicadors per a veure on es troba la destinació i on estan les mancances a la gestió. Aquesta informació, es complementa amb la documentació facilitada per l'administració en una gran quantitat de àrees diferents, per a fer-se una idea més integral. A més a més, els comentaris, coneixements i informació aportats en les reunions, d'una banda per part del sector públic i les àrees de la Comissió Interdepartamental, i d'altra banda pel sector privat, completen aquest anàlisi.

No obstant això, des de Solumed considerem que n'hi ha una baula que també s'ha d'incloure: al propi visitant. Encara que es tracta d'un model de gestió, l'efectivitat de la mateixa només es pot avaluar des de l'experiència del turista. Aleshores, s'ha considerat afegir una fase, la visita tècnica, per a avaluar aquells aspectes que només es poden experimentar de forma presencial. Principalment la visita tècnica es centra en 6 apartats:

- L'accessibilitat.
 - Física (facilitat d'accés).
 - En referència a persones que contenen amb qualsevol tipus de discapacitat o de mobilitat reduïda.
- El transport públic i l'aparcament (zones blaves, pàrquings dissuasius...).
- Senyalística
 - Estàtica
 - Direccional
- Interpretació dels recursos (codis QR, beacons, panells...)
- Connectivitat als recursos (cobertura, wifi...).
- Itinerari, horaris i fluxos dels turistes

3. Resultats

Per a l'anàlisi dels resultats obtinguts, s'utilitzarà com a fil conductor, les categories establides al primer apartat.

En primer lloc, quant a l'accessibilitat física al municipi, Alcoi està connectada principalment per carretera amb les capitals de província Alacant i València, aixina com la destinació turística de sol i platja per excel·lència, Benidorm. Ara bé, en altres mitjans de comunicació no és accessible fàcilment. A més, es troba a una altitud important i compta amb una orografia complexa que influeix sobretot a l'hora de la visita a peu. Per les seues costes, presenta una sèrie de complicacions per a persones amb mobilitat reduïda, de difícil solució.

En segon lloc, a Alcoi podem observar una certa problemàtica d'aparcaments. De fet, per a aparcar prop del centre d'interpretació Explora va ser molt complicat, tant en el sentit de trobar un lloc com en la situació orogràfica dels aparcaments. Com succeeix en moltes destinacions d'aquestes característiques, la major part de la gent viu a l'eixample de la ciutat, no prop del centre històric, de forma que els aparcaments i serveis es distribueixen també d'aquesta manera. De totes maneres, cal mencionar que Alcoi compta amb una aplicació on es pot comprovar en temps real els aparcaments que n'hi ha. A més, té zones blaves. Quant al transport públic, sí que en té, però no és molt utilitzat per part dels residents.

El següent aspecte a comentar és la senyalització, tant la estàtica com la direccional. Com la estàtica va molt relacionada amb la interpretació, itinerari, horaris i fluxos, comentarem conjuntament els dos apartats. D'una banda, quant a la estàtica, tots els recursos principals compten amb un panell d'interpretació escrita amb un codi QR que et porta a una audioguia que et conta la història del recurs en un de cinc idiomes o idioma de signes. Així s'escolta una explicació més completa i sobretot més dinàmica que a l'hora

62

de només llegir. Ara bé, relacionat amb el tema de la connectivitat, aquest servei no està completat amb senyal wifi, de forma que les persones que no compten amb tarifes de mòbil amb una gran quantitat de dades, potser que no els utilitzen. Podem afegir, per tal de completar la explicació, que al municipi en general no n'hi ha una wifi oberta, només a l'Oficina de Turisme. Ara bé, sí que n'hi ha una eficaç i eficient cobertura per tota la zona. Tornant amb els recursos, respecte els horaris de visita, aquells que són visitables per dins tenen els horaris penjats a la web, i es corresponen amb la realitat. Ara bé, no podem conèixer xicotetes modificacions d'horari (com podria ser que un dia en concret tanca).

D'altra banda, la senyalització direccional presenta una sèrie de deficiències. Totes les destinacions s'enfronten a trobar un equilibri entre facilitar el desplaçament pel municipi i no generar un impacte visual massa gran, alterant l'estètica del municipi en qüestió. Ara bé, les senyals direccionals apareixen molt escampades i esporàdicament, de forma que no donen lloc a un itinerari intuïtiu i cohesionat respecte a la oferta. Aquest fet també dificulta conèixer els fluxos dels visitants, encara que, com la major part d'ells es concentren en esdeveniments concrets es solen concentrar entorn a aquest.

Si ens posem però en la pell d'un visitant d'un dia fora de temporada, l'itinerari de "Alcoi en un dia" no es correspon amb els "llocs de interès" a la web, ni tampoc amb els recursos pels quals és més reconegut i que presencialment són els més recomanats per part de la Oficina de Turisme: el patrimoni industrial i el patrimoni modernista. D'aquesta manera, la visita estava dotada d'una certa incongruència, que a més té el seu punt d'inici al centre d'interpretació, molt allunyat dels principals recursos. Les torres, molt properes a aquest centre, manquen d'una interpretació més enllà del panell, ja que l'espai habilitat per al seu coneixement més profund roman tancat. Front a aquesta situació, s'ha de definir molt bé què es pretén que s'emporti el visitant si ha passat només un dia, ja que aquest itinerari dona pinzellades generals, però no crea una imatge en concret.

Ara bé, dins de la Oficina de Turisme, en resposta a la pregunta de què fer en unes hores, sí que s'aposta per recomanar la ruta modernista o la ruta industrial. De fet, s'ha acompanyat d'una explicació que ja situava a Alcoi com a referent de modernisme i patrimoni industrial. Quant a la informació que recull l'Oficina, s'ha preguntat per la procedència i el nombre de visitants.

XII. Annex III

1. INTRODUCCIÓ

Després del període d'anàlisi de les dades recollides mitjançant fonts secundàries (facilitades per l'Ajuntament d'Alcoi) i primàries (tallers), es passa a continuació la proposta d'actuacions que conformarien el Pla Director DTI d'Alcoi.

Cal indicar, en primer lloc, que aquestes actuacions tenen per objecte millorar els indicadors que no foren coberts a l'autodiagnòstic, en especial, el nivell bàsic. Per això, es presenta en el primer apartat una descripció de cada indicador no cobert amb la seua actuació corresponent amb una breu justificació. Ara bé, com que Alcoi es troba només a 10 indicadors per a assolir el mínim en el nivell bàsic, i a 4 per a assolir el mínim en els nivells òptim i excel·lent es proposen actuacions per a indicadors dels tres nivells, encara que es recomana consolidar primerament els bàsics, per a garantir una gestió turística coherent i sostenible en el temps.

A més a més, cal considerar que aquesta proposta requereix d'una priorització, en funció de l'estratègia turística d'Alcoi, del seu pressupost, de la seua capacitat de gestionar-les, així com del temps d'implementació necessari. Aquesta tasca es realitzarà durant la

64

reunió de la Comissió Interdepartamental el proper 8 de novembre de 2019.

Per altra banda, i sota la base de les troballes identificades en la jornada de sensibilització, hi ha qüestions molt específiques i particulars que requereixen d'una solució més transversal del problema, i que una proposta d'actuació implica a més d'un indicador de l'autodiagnòstic.

Finalment, han aparegut qüestions que també han sigut exposades a les reunions mantingudes amb actors de la destinació però, no sent objecte del Pla Director DTI, el seu tractament és pertinent per a la millora de la gestió global de la destinació.

Aquests últims assumptes identificats en la gestió es presenten ací com a recomanacions, i queden recollits en l'apartat segon i tercer.

2. PROPOSTA D'ACTUACIONS SOBRE L'AUTODIAGNÒSTIC

2.1. Actuacions per a assolir el nivell bàsic

GOVERNANÇA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
GOV_B_01.1 Pla estratègic aprovat en un període inferior a 5 anys	Elaboració d'un pla estratègic de turisme	Per a gestionar l'estratègia global que millor s'adeqüe a l'activitat turística d'Alcoi.
GOV_B_01.2 Pla elaborat amb participació pública	Participació pública al pla	Per a assegurar el compromís i la implicació de tots el agents.
GOV_B_01.3 Existència d'un sistema de control i seguiment del pla estratègic	Creació d'un sistema de mesura del pla.	Per tal de poder mesurar tant si s'està portant a cap, com els resultats obtinguts. Només així tindrà sentit una inversió.
GOB_B_06.1 Existència d'un Consell Municipal de Turisme, amb caràcter consultiu	Creació d'un òrgan consultiu sobre turisme	Cal analitzar, reflexionar i debatre les decisions que es prenen en matèria turística per tots els actors turístics presents a la destinació.

SOSTENIBILITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
SOST_B_05.1 Dades sobre població flotant	Recopilar informació per a calcular la població flotant en base als residus generats	Conèixer els impactes del turisme en els moments de major afluència turística
SOST_B_06.1 Dades sobre població flotant	Recopilar informació per a calcular la població flotant en base a l'aigua utilitzada	Conèixer els impactes del turisme, la població flotant i poder prendre decisions.
SOST_B_11.1 Índex de pressió humana	Calcular el que representa el turisme segons la capacitat de l'oferta turística d'Alcoi	Prevenir la massificació turística, conèixer la capacitat de càrrega de la destinació

ACCESIBILITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
ACC_B_04.1 Guia d'accessibilitat turística municipal online	Creació d'una guia d'accessibilitat turística municipal online	Donada la dificultat que té Alcoi per la seua orografia, és important oferir als col·lectius amb limitacions de mobilitat o d'altre tipus la informació de forma clara sobre les seues possibilitats d'accés a recursos turístics i altres serveis que puguin requerir
ACC_B_05.1. Compliment amb la normativa de transport públic accessible	Revisió de la normativa, per si aplica	Fomentar un turisme més inclusiu

INTEL·LIGÈNCIA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
IT_B_02.2 Enquestes de confiança empresarial	Establiment sistematitzat d'enquestes a oferta d'allotjament	Obtindre informació valuosa i significativa per a la presa de decisions. Cal fer dues onades a l'any, identificant exactament moment, lloc i duració.

INFORMACIÓ TURÍSTICA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
INF_B_03.1 Whatsapp (Assistència virtual)	Creació d'un compte de Whatsapp de la Oficina de Turisme	Facilitar el contacte amb el visitant
INF_B_03.2 Skype (Assistència virtual)	Creació d'un compte de Skype de la Oficina de Turisme	Facilitar el contacte amb el visitant

MÀRKETING ONLINE		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
MO_B_01.1 <i>Google Analytics</i> mensual	Fer un seguiment de <i>Google Analytics</i> i redactar un informe periòdic sobre la monitorització de la marca	Obtindre informació per a prendre decisions de màrqueting més eficients i conèixer la situació de la marca turística d'Alcoi.
MO_B_04.1 Invertit en SEM	Estimar una inversió en SEM en funció de l'estratègia de comunicació.	Millorar el posicionament d'Alcoi als buscadors i detallar les paraules clau per a aconseguir els nínxols de mercat desitjats.
MO_B_04.2 Mesura de l'impacte SEM	Mesurar els impactes del SEM Establir uns indicadors de seguiment i de resultat.	Obtindre informació de les inversions realitzades per a corregir errors i prendre decisions.
MO_B_06.1 Pla de màrqueting consensuat amb el sector turístic	Usar la Consell de Turisme per a presentar l'esborrany del pla de màrqueting i determinar conjuntament la idoneïtat i prioritització de les actuacions	Construcció d'una imatge turística d'Alcoi clara i coherent. També comporta un major atractiu per als actors i cohesiona les actuacions soltes que predominen fins ara

2.2. Actuacions del nivell òptim

GOVERNANÇA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
GOV_O_01.1 Pla estratègic disponible a la web municipal	Penjar el pla estratègic (una vegada finalitzat) a la web municipal.	Assegurar la transparència

SOSTENIBILITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
SOST_O_09.1 Adaptació del Pla de Canvi climàtic a l'activitat turística	Revisió del Pla de Canvi Climàtic d'Alcoi al fenomen turístic.	Prevenir els impactes negatius que pot generar el turisme sobre el canvi climàtic i viceversa.

ACCESIBILITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
ACC_O_01.1 Existència de 2/3 dels recursos/rutes més visitades accessibles	Ampliar el nombre de recursos turístics accessibles	La utilització per una major part de col·lectius i fomentar un turisme més inclusiu. Donada l'orografia d'Alcoi, una alternativa seria adaptar-los a discapacitats distintes a la mobilitat reduïda.
ACC_O_04.1 Campanyes de sensibilització a residents	Realització de campanyes de sensibilització sobre turisme accessible	Preparar la destinació i els serveis per al turisme accessible i fomentar un turisme més inclusiu

INTEL·LIGÈNCIA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
IT_O_06.1 Portal municipal de dades obertes en turisme	Creació d'un portal de dades obertes en turisme	Major transparència i confiança per part de tots els agents. Possibilitats d'inversió i foment de realització d'investigacions.

CONNECTIVITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
CO_O_02.3 Connectivitat en punts d'interès turístic	Sol·licitud de subvenció europea (WIFI4EU) per a activar wifi gratuïta dins o fora dels edificis públics més emblemàtics per a analitzar i gestionar fluxos. El nombre d'edificis dependrà de la subvenció concedida.	Complementar els codis QR (i possibilitat de fer-los més interactius), per a obtenir dades de comportament del visitant i millorar l'experiència turística

INFORMACIÓ TURÍSTICA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
INF_O_02.1 Punt d'informació turística 24h	Creació d'un punt d'informació turística 24h (Tòtem) en un altre lloc d'Alcoi	Fer més accessible la informació per al visitant i facilitar la seua estada
INF_O_08.1 Beacons, NFC o similar	Desenvolupament de senyalística avançada per a la ruta de la Font Roja	Oferir una experiència més completa al visitant, proporcionant-li informació valuosa en format més atractiu. A més, l'ús d'aquestes ferramentes per part del visitant, permet a l'ajuntament obtindre dades importants sobre fluxos, interessos, procedència, etc.
INF_O_09.1 Existència d'una aplicació mòbil de destinació o web adaptada a dispositius	Creació d'una aplicació mòbil o adaptació de la web al mòbil.	Obtindre informació del visitant virtual per a prendre decisions valuoses per a la gestió turística (atractius més visitats, itineraris, informació més buscada, procedència, descàrregues,...)

2.3. Actuacions del nivell excel·lent

SOSTENIBILITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
SOST_E_03.1 Existència del pla de mobilitat adaptat	Adaptar el Pla de Mobilitat al fenomen turístic.	Planificar d'acord a les necessitats tant de residents com de visitants.
SOST_E_09.1 Publicació de dades en web (del Pla per al Canvi Climàtic)	Una vegada adaptat, publicar el Pla de Canvi Climàtic i les dades recollides.	Facilita la transparència i fomenta la col·laboració.

ACCESIBILITAT		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
ACC_E_03. 1 Nivell AAA	Adaptar la web turística al protocol AAA, d'accessibilitat web	La usabilitat per una major part de col·lectius i fomentar un turisme més inclusiu.

INNOVACIÓ		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
INN_E_02.1 Empreses certificades amb sistemes de gestió de la innovació	Foment, a través de jornades explicatives, a empreses sobre sistemes de gestió de la innovació	Impulsar la innovació en el sector privat i avançar en la seua gestió. Alcoi té en l'actualitat empreses tecnològiques que podrien impulsar junt a l'Ajuntament aquest tipus d'actuació.

INTEL·LIGÈNCIA		
CODI	ACTUACIÓ	JUSTIFICACIÓ
IT_E_04.1 Existència d'una plataforma d'integració	Creació d'una plataforma d'integració d'informació turística (per als agents).	Està basada en sensors i fonts d'informació automatitzades que envien les dades i actualitzen de forma continua la plataforma. Si des de l'experiència Smart City ja hi ha dades, seria adequat analitzar quines d'elles poden ser adequades per a la plataforma i, poc a poc, integrar-ne de noves.

3. RECOMANACIONS

3.1. Actuacions transversals

Al llarg del diagnòstic s'han identificat algunes problemàtiques que, per la seua naturalesa, han de tindre un tractament més global, fet que suposa la connexió amb diferents dimensions i indicadors del model DTI.

La primera d'elles està relacionada amb **la saturació** que pateix la destinació en moments concrets, vinculada amb els esdeveniments més importants d'Alcoi: Moros i Cristians i la Cavalcada de Reis. Ambos festivitats impliquen el desplegament de servicis públics que garantisquen a residents i visitants una experiència adequada. Establir pàrquings dissuasius puntuals, establir itineraris des dels pàrquings fins el centre de la ciutat (a peu o en autobús), organitzar el servici de neteja i recollida de residus (incloure-ho en el plec

70

de condicions de la contractació), disposar de WC químics en punts concrets del recorregut, activar personal al carrer que informe al visitant sobre com moure's a la ciutat. Tot són activitats que, a més a més, poden generar informació que servirà per al proper any.

En segon lloc, i en relació a la governança, si bé avui en dia es troben molts projectes d'iniciativa público-privada, i es compta amb organitzacions articulades que representen el sector privat, és cert que es presenten una sèrie de problemàtiques (comentades fonamentalment a la jornada del grup mixt) associades a la falta d'un **canal de comunicació entre el sector públic i el sector privat**. Front aquesta situació, proposem dues recomanacions:

1. Utilització de *grups de treball*, associats a la Consell de Turisme (caldrà revisar els estatus del consell per a assegurar-se que aquesta figura de gestió està contemplada) per a tractar problemes públic-privats. D'aquesta manera es pot dinamitzar i fer ús d'un canal ja establert, que es reunirà periòdicament, en funció que com s'establisca.
2. Creació d'un espai compartit on penjar incidències, projectes o esdeveniments que es fan al municipi. Es tractaria d'una plataforma online a la qual tingueren accés tant els agents públics com els privats i que poguera complir amb una doble funció. D'una banda, servir com a punt d'integració de tota la programació del municipi, de forma que els diferents actors turístics tinguen la possibilitat de decidir si participar o no i, en cas afirmatiu, articular amb temps una oferta coherent (en especial l'hostaleria). D'altra banda, actuar com un fòrum d'incidències que podrien recopilar-se per a les sessions dels grup de treball.

Finalment, com altre aspecte transversal fonamental, s'ha trobat una certa preocupació per la qualitat i eficiència de **l'oferta turística d'Alcoi**, tant en forma de serveis turístics privats com públics. Algunes de les problemàtiques relacionades, naixen de la

comunicació privat-privat però també de públic-públic. A continuació, plantegem una sèrie de recomanacions per a les diferents subcategories dins d'aquest ampli concepte:

1. *Campanya de conscienciació cap al empresariat turístic sobre què es una destinació turística i el treball conjunt.* Amb aquesta campanya es pretén sensibilitzar aquelles parts de l'empresariat turístic que encara no veuen Alcoi com a destinació turística, per tal que compreguen articulació i coordinació per a oferir una experiència turística de qualitat.
2. *Reunió d'empresariat de restauració, per a arribar a un acord en la coordinació d'horaris d'apertura, i elaboració d'ordenances per part de l'ajuntament que fomenta l'obertura els diumenges (reducció d'impostos).* En ambdós tallers sobre la gestió turística d'Alcoi, es va comentar la limitació i descoordinació que hi ha entre els horaris dels diferents establiments de restauració. En línia amb la recomanació anterior, ha de buscar-se un punt de trobada per a assegurar servicis als visitants. Es tracta d'una actuació de foment per afavorir la disponibilitat del servei de restauració als dies de major afluència turística.
3. *Revisió de la senyalística, especialment la relacionada amb l'entrada nord a la Font Roja, i les relatives al centre històric.* Per part del sector privat, s'ha registrat un descontent dels visitants que arriben a Alcoi amb el desig de visitar els seus parcs naturals, ja que no els troben. Tant per a afavorir els visitants i facilitar la seua experiència, com als empresaris en aquestes zones, cal reorganitzar la senyalística existent avui en dia.

3.2. Actuacions no tractades al model DTI

S'han detectat durant les reunions amb el personal tècnic i empresariat algunes qüestions que, si bé no són específicament tractament d'aquest model de gestió, sí es considera

72

per part de la redacció del document donar-li un espai en aquesta proposta per la seua rellevància.

En primer lloc, s'ha manifestat la problemàtica de la **competència deslleial** en dos àmbits fonamentalment: d'una banda, en referència a la **proliferació d'apartaments turístics no reglats**. Per tal d'evitar la pujada de preus i una situació injusta entre aquells amfitrions legals, es recomana la generació d'una ordenança que regule l'activitat.

D'altra banda, es manifesta un greu descontent dels establiments de restauració cap a l'activitat de les **filaes**. Els establiments de restauració s'enfronten a una quantitat considerable de taxes i llicències per a poder oferir els seus serveis de manera legal, mentre que les **filaes** no tenen els mateixos requisits. Es planteja *organitzar una trobada empresariat-ajuntament-filaes per a tractar la problemàtica de forma oficial i coordinada*, i el *desenvolupament d'una reglamentació municipal de les filaes* consensuada entre els agents.

En segon lloc, el centre d'Alcoi pateix una **degradació urbanística** important. Presenta una manca de dinamisme, amb carrers secundaris sense comerços i sense activitat, el que propicia la saturació d'altres carrers. Aquesta situació supera les competències municipals en matèria turística però, donada la rellevància que el turisme està tenint al centre d'Alcoi, es recomana tractar en la Comissió Interdepartamental de turisme aquesta situació que, de manera transversal, analitze l'impacte de la degradació del comerç, l'hostaleria, la vivenda, els servicis bàsics, entre d'altres, sobre l'activitat turística.

XI. Annex IV

DIMENSIO (NIVELL BÀSIC)	INDICADORS DE MESURAMENT	
GOB_01. Aplicació d'un Pla Estratègic de Turisme	GOB_B_01.1 pla aprovat en un període inferior a 5 anys	
	GOB_B_01.2 pla elaborat amb participació pública	
	GOB_B_01.3 existència d'un sistema de control i seguiment del pla	
GOB_02. Coordinació interdepartamental de turisme	GOB_B_02.1 Comissió Tècnica (Turisme, Urbanisme, Informàtica y MA)	
GOB_05. Existència d'un Pla Operatiu anual	GOB_B_05.1 consignació pressupostaria en turisme	X
	GOB_B_05.2 existència de despeses i inversions directament associades al projecte DTI	X
	GOB_B_05.3 disponibilitat del pla en la web municipal	X
GOB_06. Col·laboració públic-privada	GOB_B_06.1 existència d'un consell municipal de turisme, amb caràcter consultiu	X
	GOB_B_06.2. una iniciativa de col·laboració publico-privada	X
GOB_10. Anàlisi de retorn d'iniciatives de foment del turisme	GOB_B_10.1 una acció al any el retorn hagi estat analitzat	X
SOST_05. Foment de l'economia circular	SOST_B_05.1 Dades sobre població flotant	
SOST_06. Abastament, depuració i reutilització d'aigües	SOST_B_06.1 Dades sobre població flotant	
SOST_07. Aplicació d'un sistema d'indicadors de sostenibilitat a la destinació	SOST_B_07.1 Existència del sistema	X
	SOST_B_07.2 Actualització periòdica	X
SOST_08. Foment d'accions de sensibilització a favor de la sostenibilitat per a residents	SOST_B_08.1. Una campanya	X
SOST_10. Subscripció al Codi Ètic del Turisme València	SOST_B_10.1 Subscripció	X
SOST_11. Índex de pressió humana màxima i evolució de la població flotant	SOST_B_11.1 Capacitat oferta turística	
ACC_01. Recursos/attractius turístics accessibles	ACC_B_01.1 Existència d'un 1/3 dels recursos/rutes més visitades accessibles	X
ACC_02. Servei d'informació adaptat a persones amb discapacitat	ACC_B_02.1 Existència d'oficina adaptada en la zona interior	X
ACC_03. Compliment d'accessibilitat web (Protocol WAI)	ACC_B_03.1 Nivell A	
ACC_04. Promoció del turisme accessible	ACC_B_04.1 Guia d'accessibilitat turística municipal online	
	ACC_B_04.2 Material promocional adaptat	X
ACC_05. Transport públic accessible	ACC_B_05.1 Compliment de la normativa en matèria d'accessibilitat en transport públic	
INN_01. Foment de la innovació turística	INN_B_01.1 Cursos de formació en relació amb el turisme	X
INN_04. Foment de processos d'innovació col·laborativa	INN_B_04.1 Trobades empresarials, institucions, universitats	X

IT_01. Anàlisi de la demanda turística	IT_B_01.1 Enquestes a demanda (no Xarxa Tourist Info)	X
IT_02. Baròmetre empresarial	IT_B_02.1 Enquestes d'ocupació	X
	IT_B_02.2 Enquestes de confiança empresarial	
IT_03. Analítica web	IT_B_03.1 Informe anual de visites i ús	X
IT_05. Analítica xarxes socials	IT_B_05.1 Personal o empresa que dinamitza les xarxes	X
	IT_B_05.2 Personal o empresa que faça els seguiment de les XXSS	X
IT_08. Geolocalització dels recursos turístics	IT_B_08.1 Recursos geolocalitzats en Google My Business o uns altres	X
CO_01. Connectivitat de qualitat en la destinació	CO_B_01.1 Cobertura 75% 2Mb	X
CO_03. Connectivitat en punts d'interès i atractius turístics disposen de Wifi públic gratuït	CO_B_03.1 Un punt turístic	
INF_01. Material promocional en format digital	INF_B_01.1 Zona de descàrrega	X
	INF_B_01.2 Guia turística multidioma	X
	INF_B_01.3 Mapes i fullets temàtics	X
INF_02. Punt d'Informació Turística 24/7	INF_B_02.1 Punt d'informació tca 24h en OdT	X
INF_03. Assistència virtual	INF_B_03.1 Whatsapp	
	INF_B_03.2 Skype	X
INF_04. Web multidispositiu	INF_B_04.1 Existència	X
INF_05. Presència activa en xarxes socials	INF_B_05.1 Ús de quadre de comandaments d'Invat-tur	X
INF_06. Certificació amb Q de qualitat turística	INF_B_06.1 1 OdT Certificada	X
INF_08. Senyalística sensoritzada	INF_B_08.1 QR	X
MO_01. Monitorització de marca	MO_B_01.1 Google Analytics mensual	X
	MO_B_01.2 Informe de seguiment	
MO_02. Social Media: Pla i màrqueting	MO_B_02.1 Social media plan	X
	MO_B_02.2 Aplicació del pla	X
	MO_B_03.1 Web de turisme	X
MO_03. Posicionament i accions SEO	MO_B_03.2 Posicionament en Google	X
	MO_B_03.3 URL del destí	X
	MO_B_03.4 Actualització setmanal de continguts	X
	MO_B_03.5 Perfils amb link a la web	X
	MO_B_04.1 Invertit en SEM l'últim any	
MO_04. Inversió en publicitat online - SEM	MO_B_04.2 Mesura de l'impacte SEM	
	MO_B_04.3 Invertit publicitat online	X
	MO_B_04.4 Mesura d'impacte publicitat	X
MO_05. Customer Relationship Management (CRM) i màrqueting contextual	MO_B_05.1 Subscripció newsletter	X
	MO_B_05.2 Respostes per xarxes socials <24h	X
	MO_B_05.3 Sistema de recomanacions	
MO_06. Pla de màrqueting online	MO_B_06.1 Pla general	

MO_B_06.2 Pla online	X
MO_B_06.3. Justificació de que està en execució.	

DIMENSIÓ (NIVELL ÒPTIM)	INDICADORS DE MESURAMENT	
GOB_01. Aplicació d'un Pla Estratègic de Turisme	GOB_O_01.1 Pla disponible en la web municipal	
GOB_06. Col·laboració públic-privada	GOB_O_06.1 Existència d'un ens mixt	X
	GOB_O_06.2 Fòrum online o newsletter	X
	GOB_O_06.3. Dos iniciatives de col·laboració públic-privada	X
GOB_08. Sistemes de gestió de qualitat implantats amb un enfocament de destí	GOB_O_08.1 SICTED	X
GOB_09. Campanyes de sensibilització social cap al turisme	GOB_O_09.1 Acreditant una campanya de sensibilització	X
GOB_10. Anàlisis de retorn d'iniciatives de foment del turisme	GOB_O_10.1 Dos accions al any el retorn del qual hagi sigut analitzat	X
SOST_07. Aplicació d'un sistema d'indicadors de sostenibilitat a la destinació	SOST_O_07.1 Publicació dades web	
SOST_08. Foment d'accions de sensibilització a favor de la sostenibilitat per a residents	SOST_O_08.1. Dos campanyes	X
SOST_09. Adaptació del pla per al Canvi Climàtic al turisme	SOST_O_09.1 Publicació de dades en web (del Pla per al Canvi Climàtic)	X
SOST_14. Accions de sensibilització a favor de la sostenibilitat per a turistes	SOST_O_14.1 Una acció anual	X
ACC_01. Recursos / atractius turístics accessibles	ACC_O_01.1 Existència de 2/3 dels recursos / rutes més visitades accessibles	
ACC_02. Servei d'informació adaptat a persones amb discapacitat	ACC_O_02.1 Existència de personal amb formació específica	X
ACC_03. Compliment d'accessibilitat web (Protocol WAI)	ACC_O_03.1 Nivell AA	
ACC_04. Promoció del turisme accessible	ACC_O_04.1 Campanyes de sensibilització	
INN_01. Foment de la innovació turística	INN_O_01.1 Premis a empreses innovadores	X
	INN_O_01.2 Ajuda i assessorament a emprenedors	X
	INN_O_01.3 Concursos d'idees per part de l'ajuntament / ens gestor	X
INN_03. Desenvolupament de projectes d'innovació	INN_O_03.1 Ajuntament participa en 2 projectes d'innovació	X
INN_04. Foment de processos d'innovació col·laborativa	INN_O_04.1 Esdeveniments per el foment de la innovació en turisme	X
INN_05. Emprenedoria	INN_O_05.1 10% de l'empresariat emprenedor	X
IT_06. Dades obertes en turisme	IT_O_06.1 Portal municipal de dades obertes	X
CO_01. Connectivitat de qualitat en el destí	CO_O_01.1 Cobertura 75% 2Mb	X
CO_03. Connectivitat en punts d'interès i atractius turístics disposen de Wifi públic gratuït	CO_O_02.3 Dos punts turístics	

CO_04. Wi-Fi de les empreses turístiques del destí per a clients/usuaris	CO_O_04.1 Allotjament (95%)	X
	CO_O_04.2 Restauració (70%)	X
INF_02. Punt d'Informació Turística 24/7	INF_O_02.1 Punt informació turística 24h altra ubicació	X
INF_07. Informació sobre connectivitat Wi-Fi	INF_O_07.1 Informació online	X
	INF_O_07.1 Informació offline	X
INF_08. Senyalística sensoritzada	INF_O_08.1 Beacons, NFC o similar	
INF_09. Aplicació mòbil	INF_O_09.1 Existència d'una aplicació mòbil de destinació o de l'adaptació a dispositius mòbils de la web turística municipal que hi permeta l'obtenció de dades rellevants per a la gestió turística.	
MO_05. Customer Relationship Management (CRM) i màrqueting contextual	MO_O_05.1 Promoció trimestral per mail	X
MO_06. Pla de màrqueting online	MO_O_06.1 Col·laboració amb empreses	

DIMENSIÓ (NIVELL EXCEL·LENT)	INDICADORES DE MESURAMENT	
GOB_06. Col·laboració públic-privada	GOB_E_06.1 Tres iniciatives de col·laboració públic-privada	X
GOB_07. Desenvolupament de l'Administració Electrònica / Administració Oberta	GOB_E_07.1 Existència i funcionament real d'un portal de transparència	X
GOB_10. Anàlisi de retorn d'iniciatives de foment del turisme	GOB_E_10.1 Tres accions a l'any el retorn hagi estat analitzat	X
SOST_02. Aplicació de plans o instruments específics per al desenvolupament turístic sostenible	SOST_E_02.1 Existència d'Agenda 21 Local	X
SOST_03. Pla de mobilitat adaptat al turisme	SOST_E_03.1 Existència del pla adaptat	
SOST_07. Aplicació d'un sistema d'indicators de sostenibilitat a la destinació	SOST_E_07.1 Integració programa europeu ETIS	X
SOST_08. Foment d'accions de sensibilització a favor de la sostenibilitat per a residents	SOST_E_08.1. Tres campanyes	X
SOST_09. Adaptació del Pla per al Canvi Climàtic a Turisme	SOST_E_09.1 Publicació de dades en web (de el Pla per al Canvi Climàtic)	
ACC_01. Recursos / atractius turístics accessibles	ACC_E_01.1 Existència de tots els recursos / rutes més visitades accessibles	
ACC_03. Compliment d'accessibilitat web (Protocol WAI)	ACC_E_03. 1 Nivell AAA	
ACC_04. Promoció del turisme accessible	ACC_E_04.1 Serveis de préstec de suport a les oficines	X
INN_01. Foment de la innovació turística	INN_E_01.1 El municipi disposa d'un viver d'empreses	X
INN_02. Implantació de sistema de gestió de la innovació en empreses i organismes públics	INN_E_02.1 Empreses certificades amb sistemes gestió innovació	
INN_05. Emprenedoria	INN_E_05.1 Creixement empreses en els últims tres anys	
IT_04. Plataforma d'Integració de la Informació de la Destinació	IT_E_04.1 Existència plataforma d'integració	
IT_07. Monitorització de POIs	IT_E_07.1 Inventari dinàmic de recursos	X

CO_02. Connectivitat en oficines d'informació turística	CO_E_02.1 Totes les OdT amb Wifi	X
CO_03. Connectivitat en punts d'interès i atractius turístics disposen de Wifi públic gratuït	CO_E_03.1 Tres punts turístics	
CO_05. Sensorització de la destinació	CO_E_05.1 Dos àmbits	X
INF_03. Assistència virtual	INF_E_03.1 Altres	X

XI. Annex V

Es presenten a continuació els resultats de les prioritzacions realitzades amb al Comissió Interdepartamental de Turisme. Per a una millor comprensió de les dades, es mostra en primer lloc una taula amb el significat d'alguns elements.

ELEMENT TEXTUAL	SIGNIFICAT
B1	BLOC 1 GRAU D'IMPACTE DE L'ACTUACIÓ/ACTIVITAT
B2	BLOC 2 COST ECONÒMIC DEL DESENVOLUPAMENT DE L'ACTUACIÓ/ACTIVITAT
B3	BLOC 3 COST DE GESTIÓ OPERATIVA I ORGANITZATIVA DEL DESENVOLUPAMENT DE L'ACTUACIÓ/ACTIVITAT
B4	BLOC 4 VIABILITAT DEL DESENVOLUPAMENT DE L'ACTUACIÓ/ACTIVITAT

GOVERNANÇA	ACTUACIÓ	Ordre de prioritat per a les persones assistents												Total vots per nivell de prioritat			Ponderació factors							ponderació de prioritats	TOTAL	TOTAL DEFINITIU
																	B1	B2	B3	B4	1	2	3			
GOV_B_01.1	Elaboració d'un pla estratègic de turisme	1	1	1	2	1	2	2	1	5	3		1	0,8	0,63	0,8	0,56	0,17	0,00	0,72	0,47					
GOV_B_01.2	Participació Pública al Pla	0	0	0	1	2	1	1	0	3	1	1	1	0,8	0,75	1	0,33	0,06	0,03	0,42	0,36					
GOV_B_01.3	Creació d'un sistema de mesura del pla	0	2	2	0	2	3	3	3		3	3	1	0,8	0,75	1	0,00	0,17	0,08	0,25	0,22					
GOB_O_01.1	Penjar el pla (una vegada finalitzat) a la web municipal	0	3	3	3	3	0	0	2		1	4	1	0,8	0,75	1	0,00	0,06	0,11	0,17	0,15					

SOSTENIBILITAT	ACTUACIÓ	Ordre de prioritat per a les persones assistents												Total vots per nivell de prioritat			ponderació factors				ponderació de prioritats			TOTAL	TOTAL DEFINITIU
														1	2	3	B1	B2	B3	B4	1	2	3		
SOST_B_05.1	Recopilar informació per a calcular la població flotant en base als residus generats.	3						1	1				2		1	0,38	0,25	0,38	0,38	0,22	0,00	0,03	0,25	0,09	
SOST_B_06.1	Recopilar informació per a calcular la població flotant en base a l'aigua utilitzada.				3			2	2					2	1	0,38	0,25	0,25	0,38	0,00	0,11	0,03	0,14	0,04	
SOST_B_11.1	Calcular el que representa el turisme segons la capacitat de l'oferta turística d'Alcoi	1	3	2	1	1		3	2	1		4	2	2		1	0,25	0,25	0,5	0,44	0,11	0,06	0,61	0,31	
SOST_O_09.1	Revisió del Pla de Canvi Climàtic d'Alcoi al fenomen turístic.			2	1			3		3	3	1	1	3		0,38	0,38	0,5	0,63	0,11	0,06	0,08	0,25	0,12	
SOST_E_03.1	Adaptar el Pla de Mobilitat al fenomen turístic.	2	1		2	2				1	2	2	4			0,75	0,5	0,5	0,75	0,22	0,22	0,00	0,44	0,28	

ACCESSIBILITAT	ACTUACIÓ	Ordre de prioritat per a les persones assistents												Total vots per nivell de prioritat			ponderació factors							ponderació de prioritats	TOTAL	TOTAL DEFINITIU
														1	2	3	B1	B2	B3	B4	1	2	3			
ACC_B_04.1	Creació d'una guia d'accessibilitat turística municipal online	2	3	3	1	1		3		2	2	2	3	1	0,75	0,75	0,75	0,22	0,11	0,08	0,42	0,34				
ACC_B_05.1	Revisar la normativa, per si aplica.		2	1			1	1			3	1		1	0,5	0,5	0,625	0,33	0,06	0,00	0,39	0,26				
ACC_O_01.1	Ampliar el nombre de recursos turístics accessibles.	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	6		1	0,375	0,875	0,75	0,33	0,33	0,00	0,67	0,50				
ACC_O_04.1	Realització de campanyes de sensibilització sobre turisme accessible	3				3		3		1	3	1		4	1	0,5	0,75	1	0,11	0,00	0,11	0,22	0,18			
ACC_E_03. 1	Adaptar la web turística al protocol AAA, d'accessibilitat web						3			3			2	1	0,5	0,5	0,75	0,00	0,00	0,06	0,06	0,04				

INTEL·LIGÈNCIA	ACTUACIÓ	Ordre de prioritats identificat per les persones assistents											Total vots per nivell de prioritats			ponderació factors				ponderació de prioritats			TOTAL	TOTAL DEFINITIU
													1	2	3	B1	B2	B3	B4	1	2	3		
IT_B_02.1	Establiment sistematitzat d'enquestes a oferta d'allotjament	2	1	3	3	1	3	3	2	3	2	2	5			0,63	0,63	0,38	0,38	0,22	0,11	0,14	0,47	0,24
IT_E_04.1	Creació d'una plataforma d'integració d'informació turística (per als agents).	1	3	1	1	2	1	1	3	1	6	1	2			1,00	0,25	0,25	0,75	0,67	0,06	0,06	0,78	0,44

INFORMACIÓ TURSTICA	ACTUACIÓ	Ordre de prioritats identificat per les persones assistents											Total vots per nivell de prioritats			ponderació factors				ponderació de prioritats			TOTAL	TOTAL DEFINITIU
													1	2	3	B1	B2	B3	B4	1	2	3		
INF_O_08.1	Desenvolupament de senyalística avançada per a la ruta de la Font Roja	2				2	1	1	2	2	2	2	5			0,75	0,38	0,5	1	0,22	0,28	0,00	0,50	0,33
INF_O_09.1	Creació d'una aplicació mòbil o adaptació de la web al mòbil.	1	1	1	1	2	3	1	1	1	7	1	1			0,75	0,38	0,3	1	0,78	0,06	0,03	0,86	0,51

MÀRKETING ONLINE	ACTUACIÓ	Ordre de prioritat identificat per les persones assistents												Total vots per nivell de prioritat				ponderació factors				ponderació de prioritats			TOTAL	TOTAL DEFINITIU
		1	2	3	1	1	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3		B1	B2	B3	B4	1	2	3		
MO_B_01.1	Fer un seguiment de Google Analytics i redactar un informe periòdic sobre la monitorització de la marca	1	2	3	1	1	2	3	2	3	3	3	3					0,75	1	0,38	0,75	0,33	0,17	0,08	0,58	0,35
MO_B_04.1	Estimar una inversió en SEM en funció de l'estratègia de comunicació	3	3	1	3	2	3	2	3	2	1	3	5					0,75	1	0,38	0,75	0,11	0,17	0,14	0,42	0,25
MO_B_04.2.	Mesurar els impactes del SEM. Establir uns indicadors de seguiment i de resultat.	2		2	2	3				1	1	3	1					0,75	1	0,5	0,75	0,11	0,17	0,03	0,31	0,19
MO_B_06.1	Usar al Consell de Turisme per a presentar l'esborrany del pla de màrqueting i determinar conjuntament la idoneïtat i prioritització de les actuacions	1								1	1	1	4					0,63	1	1	0,63	0,44	0,00	0,00	0,44	0,36



GENERALITAT
VALENCIANA



INVAT-TUR



DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA

Alcoi