



Alicante
City & Beach

ESTRATEGIA DE ALICANTE COMO DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE 2023-2027



AYUNTAMIENTO DE ALICANTE



**Agenda
Urbana
Alicante**

Índice

0. AGENDA URBANA ALICANTE 2030	4
1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA SOSTENIBLE EN ALICANTE	7
1.2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	8
2. METODOLOGÍA DE TRABAJO.....	9
3. DESCRIPCIÓN DEL DESTINO ALICANTE	10
3.1. IDENTIFICACIÓN DEL TERRITORIO	10
3.2. VOCACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO	13
3.2.1. Productos Turísticos del Territorio y Productos en los que se ha especializado el Destino.....	13
3.2.2. Recursos Patrimoniales de relevancia	16
3.2.3. Recursos Naturales	21
3.2.4. Gobernanza.....	23
3.2.5. Principales Indicadores Turísticos	24
3.2.5.1. Afluencia Turística	24
3.2.5.2. Oferta Privada.....	34
3.2.5.3. Cuantificación del consumo de Recursos/Productos Turísticos	35
3.2.5.4. Equipamientos de Uso Público	36
3.2.5.5. Marca Turística del Destino y Certificación	38
3.2.5.6 Gestión Turística del Destino.....	40
3.3 ANÁLIS EXTERNO.....	42
4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESTINO.....	44
4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA O NECESIDADES DEL DESTINO.....	44
4.2 GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES IMPLICADOS EN LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO.....	45
4.2.1 Encuestas Abiertas a la Ciudadanía	46
4.2.2 Entrevistas Estructuradas: Conclusiones Extraídas	51
4.2.3 Panel de Agentes de Interés	53
4.2.4 Mesas de trabajo.....	59
4.3 ANÁLISIS DAFO	61

5. MARCO ESTRATÉGICO	65
5.1. MODELO TURÍSTICO DE ALICANTE.....	66
5.2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES ESTRATÉGICOS.....	67
5.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	68
5.4. MARCO DE ACTUACIÓN	69
5.4.1. SÍNTESIS DEL PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA.....	70
5.4.2. DESARROLLO DEL PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA	72
EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA	72
EJE ESTRATÉGICO: E2. TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE.....	85
EJE ESTRATÉGICO: E3. DESTINO ACCESIBLE Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE ...	91
EJE ESTRATÉGICO: E4. TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO	100
EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	109
5.4.3. CALENDARIO DE EJECUCIÓN	123
5.4.5. PRESUPUESTO ESTIMADO DEL PLAN	124
5.4.6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	126

0. AGENDA URBANA ALICANTE 2030

El 18 de junio de 2021 se firmó el protocolo general de actuación entre la Secretaría General de Agenda Urbana y Vivienda del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y el Ayuntamiento de Alicante para elaborar la **Agenda Urbana Alicante 2030**. Un proyecto piloto de Plan de Acción que, elaborado para la ciudad de Alicante, pueda resultar de utilidad para municipios de características similares, como modelo o ejemplo, para elaborar, poner en marcha, monitorizar y evaluar un plan de acción local de la Agenda Urbana Española.

La **Agenda Urbana Alicante 2030** es la hoja de ruta que va a marcar la estrategia y las acciones a llevar a cabo hasta 2030, para convertir nuestra ciudad en un espacio de convivencia amable, acogedor, saludable y concienciado, en el que todos los actores públicos y privados, puedan participar en la consecución de un desarrollo equitativo, justo y sostenible desde sus distintos campos de actuación.

La **Agenda Urbana Alicante 2030** es una nueva forma de ver y pensar nuestra ciudad encaminada a un modelo urbano centrado en las personas, afrontando los problemas de la ciudad desde una óptica global y estratégica donde, como resultado del trabajo realizado tanto en la fase de prediagnóstico como en la fase de diagnóstico se han identificado 11 Proyectos Estratégicos a implementar en la **Agenda Urbana Alicante 2030**. Con estos 11 Proyectos Estratégicos se ha trabajado en las Mesas de Trabajo y son la base del Proceso Participativo:

1. **Alicante Litoral Puerto – Ciudad.**
2. **Alicante Patrimonio y Cultura.**
3. **Alicante entre dos Castillos.**
4. **Alicante Regeneración Urbana Integrada.**
5. **Alicante Movilidad Cero Emisiones.**
6. **Alicante Energéticamente Eficiente.**
7. **Alicante Circular y Verde.**
8. **Alicante Social e Inclusiva.**
9. **Alicante Destino Turístico Sostenible.**
10. **Alicante Futura: Impulso de la Economía y el Empleo.**
11. **Alicante Smart City y Gobierno Abierto.**

Como se puede comprobar, el turismo es el pilar de uno de los Proyectos Estratégicos, concretamente el **Proyecto Estratégico nº 9 Alicante Destino Turístico Sostenible**, que tiene el objetivo de convertir a la ciudad de Alicante en un destino turístico inteligente y sostenible, motor del desarrollo económico y social. Más allá del disfrute de las playas, las fiestas y la gastronomía de la ciudad de Alicante, un turismo desestacionalizado enfocado a la cultura, el patrimonio y la naturaleza.

Como subproyecto se planteaba el desarrollo de un Plan de Sostenibilidad Turística que marcara la estrategia para mejorar la imagen de la ciudad con actuaciones:

- Que faciliten la accesibilidad y disfrute de toda la oferta turística a cualquier persona, independientemente de las limitaciones que presenten como la implantación de etiquetas Navilens para facilitar la movilidad de personas con visión reducida o nula.
- Que potencien Alicante como destino turístico inteligente y sostenible, como caso particular de las Smart Cities al servicio del desarrollo sostenible de destinos turísticos urbanos.
- Que incorporen las nuevas tecnologías en la gestión urbana, en intervenciones de dinamización turística, en mejora de la accesibilidad y gestión de accesos y usos en activos patrimonio-culturales como el Castillo de Santa Bárbara y San Fernando, o en la isla de Tabarca.
- Que avancen en la digitalización de Alicante como destino innovador, verde, emprendedor y digital mediante la transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad, la digitalización del sector turístico mediante el aprovechamiento del uso de los datos y la creación de una oferta turística más competitiva que atraiga turismo en todas las épocas del año (potenciando la marca Alicante City & Beach).

En las siguientes líneas se expone el desarrollo realizado para diseñar la **Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027**, un proceso liderado por el equipo técnico del Patronato de Turismo y Playas y participado por la empresa turística, los diferentes agentes del sector y la ciudadanía, habiendo contado con la inestimable colaboración del Servicio de Coordinación de Proyectos del Ayuntamiento de Alicante como elemento aglutinante para las aportaciones a la Estrategia de las distintas áreas que afectan a un sector tan integral como el turismo (Turismo, Urbanismo, Nuevas Tecnologías, Infraestructuras, Movilidad y Tráfico, Transportes y Accesibilidad, Medio Ambiente...).

1. INTRODUCCIÓN

Los últimos datos de movimientos turísticos en fronteras, con datos que superan el 50% de variación interanual a nivel estatal y casi del 70% a nivel regional¹, demuestran la recuperación con fuerza del sector turístico tras el Covid-19. En este contexto, la ciudad de Alicante también se ha visto beneficiada por este incremento turístico, incrementándose paulatinamente el número de visitantes tras la grave reducción sufrida por la pandemia (como gran parte de Destinos), habiendo superado en el año 2021 en más de 1 millón de visitantes al año anterior y con cifras que se esperan todavía más altas en el año 2022.

Pero la ciudad de Alicante no aboga por más turistas, sino por mejores turistas, con mayores consumos en los servicios y empresas turísticas locales, anteponiendo la recuperación ambiental y el respeto a la convivencia por encima de cualquier objetivo cuantitativo.

Por eso se desarrolla esta *Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible en el ámbito temporal 2023-2027*, buscando una reformulación del modelo siguiendo las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible que se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluido un turismo de masas donde sobresale el segmento de sol y playa como es Alicante.

Para la definición de esta estrategia nos hemos basado en diferentes estrategias de referencia como son la Agenda 2030, la Agenda Urbana Española, la Agenda Urbana de Alicante, la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos, el Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025, Red DTI-CV y el Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante, buscando alcanzar un modelo turístico que impulse y posicione a la ciudad de Alicante dentro de los territorios que apuestan por la sostenibilidad, la tecnología, la innovación, la accesibilidad y la inteligencia turística



¹ Movimientos turísticos en fronteras. Dataestur. Noviembre de 2022.

El avance hacia ese modelo se orientará en la participación, colaboración y coordinación con los agentes del sector; en la flexibilidad en la adecuación de las estrategias a la realidad cambiante y las nuevas oportunidades en el sector; en la sostenibilidad, como equilibrio permanente entre el desarrollo económico y el respeto al medio ambiente, anteponiendo la calidad frente a la cantidad; buscando la adecuación de la transformación digital a las diferentes realidades del sector, poniendo el dato y la inteligencia turística, en el centro de la estrategia.

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA SOSTENIBLE EN ALICANTE

Todas las estrategias previas desarrolladas en Alicante: Plan Estratégico de Turismo 2019, EDUSI Alicante, Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante y los Autodiagnósticos como DTI-CV y la Agenda Urbana de Alicante (todos ellos con una amplia participación), así como esta propia Estrategia, identifican problemáticas y retos a solventar en el sector turístico de la ciudad, un Destino maduro de sol y playa donde nos identifican erróneamente como destino turístico de menor calidad; con excesiva dependencia del turismo británico; afluencias turísticas muy concentradas en el espacio litoral en épocas estivales; recursos turísticos icónicos infrautilizados y poco posicionados frente a nuestro turista habitual, como el Castillo de Santa Bárbara y otros recursos culturales y naturales, algunos con necesidades de adecuación ecológica, estructural y de conectividad; así como mejoras necesarias en materia de transformación digital del Destino, que van desde la comunicación e interacción digital con el visitante a la inteligencia turística.

Esto implica la necesidad de reconversión del Destino, orientándolo hacia la diversificación de la oferta, desconcentrar los flujos turísticos y desestacionalizar la demanda, bajo el paraguas de la sostenibilidad y la transformación digital.

Para intentar mitigar estas problemáticas y articular soluciones, se impulsa esta Estrategia turística como un proyecto transformador basado en la gobernanza multinivel que facilitará la desconcentración y la canalización de los flujos turísticos hacia los recursos patrimoniales, culturales y naturales de la ciudad; implementando herramientas de alto contenido tecnológico para progresar hacia la consolidación como DTI e integrando y articulando la oferta mediante itinerarios y actuaciones verdes y de eficiencia energética. Con la puesta en valor de nuevos productos turísticos y el uso de la inteligencia turística se pretende, a su vez, disminuir la estacionalidad actual y ampliar nuestro posicionamiento como Destino de Sol y Playa muy Internacionalizado, con una amplia oferta cultural, patrimonial y de

1.2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

El objetivo general que se quiere conseguir con la *Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible en el ámbito temporal 2023-2027* es avanzar en la reconversión del Destino, orientándolo hacia la diversificación de la oferta, la desconcentración de los flujos turísticos y la desestacionalización de la demanda, bajo el paraguas de la sostenibilidad y la transformación digital.

Los objetivos específicos que se quieren conseguir con esta Estrategia son variados y pretenden ser alcanzados durante el ámbito temporal de la misma:

1. Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.
2. Avanzar hacia un Destino más sostenible mediante la restauración ambiental y la lucha contra el cambio climático.
3. Construir un Destino más accesible e inclusivo.
4. Consolidar la ciudad de Alicante como Destino Turístico Inteligente.
5. Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

Para ello, por un lado, será necesario trabajar en la renaturalización de zonas degradadas y antropizadas, afrontando la transformación desde estrategias blandas, flexibles y naturales, que tiendan hacia una “desurbanización” a través de la cual se busca recuperar el equilibrio entre lo natural y lo construido; y, por otro, la consolidación de Alicante como DTI, impulsando la tecnologización del Destino y convirtiéndolo en un elemento transversal en toda la Estrategia.



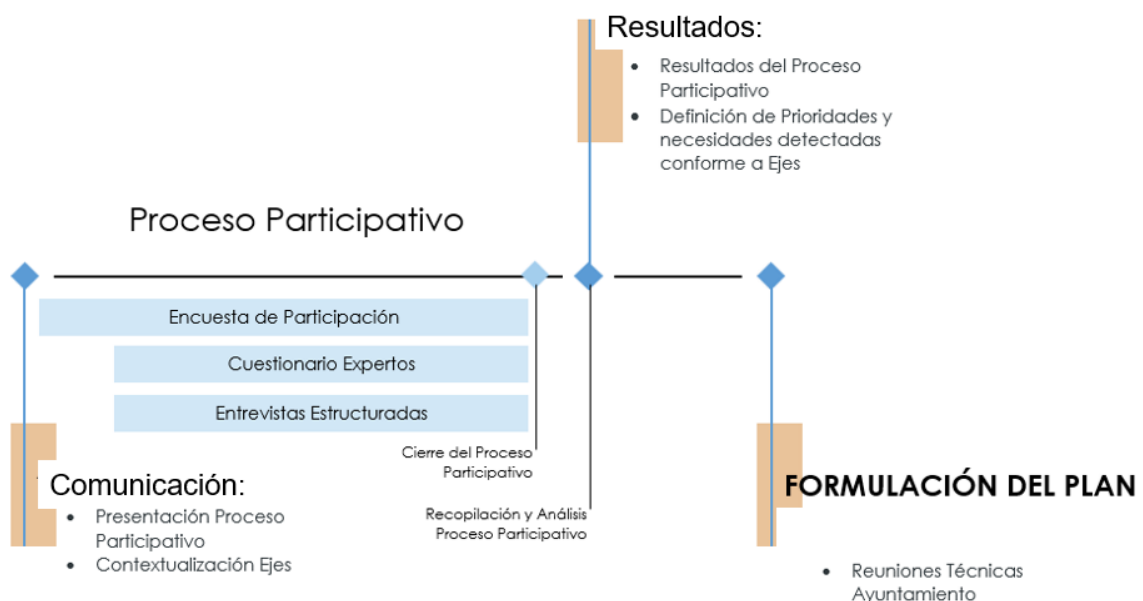
Reserva Marina de Tabarca

2. METODOLOGÍA DE TRABAJO

El esquema de trabajo desarrollado para definir la *Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible en el ámbito temporal 2023-2027* es el resultado de un planteamiento metodológico en el que se articulan técnicas del desarrollo local, territorial y estratégico, con otros más especializados referentes al desarrollo sostenible como la Agenda Urbana Española, los planes de sostenibilidad turística y los destinos turísticos inteligentes. Ello ha permitido afrontar este reto de planificación estratégica en materia de turismo sostenible, de una manera interdisciplinar e integral como modo de alcanzar grandes cotas de eficacia y eficiencia respecto a los objetivos marcados.

Lo primordial es que en todo el proceso ha jugado un papel relevante el modelo participativo y el siguiente sistema metodológico:

- Recogida de información objetiva y subjetiva relevante para el servicio.
- Sistematización, análisis de la información, y elaboración de informes.
- Contraste y consenso de conclusiones con los agentes involucrados.
- Redacción de informes definitivos.



3. DESCRIPCIÓN DEL DESTINO ALICANTE

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL TERRITORIO

Geográficamente, la ciudad de Alicante está en el sureste español y la superficie del término municipal abarca 201,27 Km². Es una ciudad situada en la costa mediterránea, un área de convergencia frente al mar con diferentes ambientes urbanos surgidos de la fusión de las distintas culturas que han habitado y habitan la ciudad. Un emplazamiento que ha sido área de convergencia de caminos naturales por su ubicación frente al mar y protegido por varios cerros de gran valor defensivo, lo que fue decisivo para propiciar los primeros asentamientos humanos y que ahora son importantes recursos turísticos de nuestro destino.

La población a enero de 2021 era de 337.304 habitantes (la undécima en número de población de toda España), pero que llega al millón en época estival. Un desafío para nuestros servicios públicos, generando grandes problemas de concentración del turista y de movilidad interna. Así, la gran necesidad del turismo en Alicante es desestacionalizar la demanda turística hacia otros meses fuera de la época estival y desconcentrar ese turismo, dirigiendo al visitante hacia otros recursos menos explotados, pero que ahora mismo se encuentran muy desconectados entre sí. Para solventar esta situación, es preciso desarrollar la complementariedad con otros productos turísticos, diversificando y conectando nuestra oferta y haciéndola más atractiva y competitiva.



Fuente: INE, cifras de población.

A continuación, se muestran las principales características de la población de Alicante:

SEXO	Hombres: 48,3%
	Mujeres: 51,7%
EDAD	De 15 a 45 años: 36,6%
	De 46 a 64 años: 2,7%
	Más de 65 años: 19,34%
NACIONALIDAD	Española: 85,35%
	Extranjera: 14,65%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE). Padrón año 2021.

Debido al índice de envejecimiento nos encontramos ante un destino con una población adulta que tiende hacia el envejecimiento.

ÍNDICES DEMOGRÁFICOS ALICANTE	
Tasa de dependencia	53,16%
Índice de envejecimiento	125,94%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE). Padrón año 2021

Por otro lado, Alicante es una ciudad muy bien conectada, con distancias kilométricas relativamente cercanas con ciudades importantes emisoras de turistas: Valencia-Alicante: 182 Km; Madrid-Alicante: 432 Km; Barcelona-Alicante: 544 Km., siendo una de las ciudades más accesibles de España, con una línea AVE que nos comunica con Madrid; un aeropuerto internacional que arroja datos de récord año tras año (antes de la irrupción del Covid-19), con más de 120 conexiones directas; un Puerto Comercial que es plataforma intermodal, eficazmente conectada por ferrocarril, autopista y aeropuerto, con el resto de la península y Europa; un Puerto Deportivo que garantiza una magnífica visión marítima, estando animado a cualquier hora del día porque además cuenta con amplios paseos junto al mar; así como infraestructuras en desarrollo que contribuirán a mejorar sensiblemente estas excelentes conexiones, como el Corredor Mediterráneo, especialmente útil para nuestra industria y del que también el sector turístico será un gran beneficiario.



Aeropuerto Alicante-Elche. Foto: alicanteplaza.

Alicante es una ciudad dinámica por su condición de capital de la cuarta provincia de España en población, por ser sede de la Oficina de Armonización del Mercado Interior de la Unión Europea, poseyendo una universidad con más de 30.000 alumnos, así como un importante ecosistema basado en la transformación tecnológica y la economía digital, encabezado por los proyectos Distrito Digital y Alicante Futura, puestos en marcha por la Generalitat Valenciana y el Ayuntamiento de Alicante.

A su vez cuenta con gran variedad de propuestas tanto culturales como gastronómicas o deportivas, además de un clima y playas inmejorables, que la convierten en referente imprescindible para turismo familiar de Sol y Playa. Un posicionamiento que se pretende diversificar con esta Estrategia, porque Alicante aspira a ser, en turismo, mucho más que Sol y Playa, sin dejar, por supuesto, esta línea de trabajo en la que tenemos una ventaja competitiva importante y en la que estamos trabajando no solo a nivel local, sino en colaboración con toda la costa alicantina. Poner en valor y trabajar a fondo nuestra oferta complementaria (cultural, gastronómica, deportiva, urbana, de compras, congresos, salud, etc.) es crucial para posicionar definitivamente a la ciudad como el referente turístico de primer nivel que merece, contribuyendo así, además, a la desestacionalización del sector clave de nuestra economía local.

3.2. VOCACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

Alicante cuenta con una importante tradición turística ya desde principios del siglo XIX, cuando la ciudad comenzó a atraer visitantes de otras partes del país y ya la línea férrea Madrid-Alicante, inaugurada en 1858, le dio el impulso definitivo a este sector. Una historia turística de largo alcance que ha ido provocando la antropización de espacios que han ido cambiando y perdiendo su carácter natural, especialmente durante el último medio siglo al estar cada vez más urbanizados.

Una tipología turística especializada en el sol y playa, pero que ha ido evolucionando en los últimos años generando una amplia oferta turística muy diversificada, pero que todavía es preciso poner en valor para una mayor diversificación.

3.2.1. Productos Turísticos del Territorio y Productos en los que se ha especializado el Destino

Alicante cuenta con una importante oferta turística muy especializada en Sol y Playa, pero se está intentando diversificar mediante la articulación de productos y experiencias diversas:



- **Gastronomía:** en este segmento destaca la marca "Alicante ciudad del arroz", experiencia gastronómica que desarrolla diferentes eventos gastronómicos respaldados por las asociaciones empresariales. Pero también son ya más de 20 los restaurantes, bares, cafeterías y heladerías que cuentan con el distintivo de la prestigiosa Guía Repsol "Solete Repsol"; así con la presencia de la marca gastroturística L'Exquisit Mediterrani, de la Comunitat Valenciana con más de 50 establecimientos de restauración adheridos, lo que indica la alta calidad y profesionalidad del sector en Alicante y lo consolidan como un Destino Gastronómico de primer nivel.



- **Cultura y Patrimonio:** Alicante cuenta con 43 BIC y otra amplia oferta patrimonial y cultural que se está poniendo en valor a través de la mejora continua física y de dotación de contenidos de los equipamientos.



- **Turismo Sol y Playa:** Alicante cuenta con una serie de fortalezas en este segmento como: clima, buenas comunicaciones, diversidad de recursos naturales y playas y diversidad de oferta turística, que la han convertido en uno de los destinos urbanos de sol y playa más demandados en España.



- **Turismo MICE y Eventos:** este turismo contribuye a la desestacionalización, además que la capacidad adquisitiva de este turismo es más elevada. Desde Alicante Convention Bureau se organizan todo tipo de eventos y congresos en diferentes enclaves, con el más alto nivel de organización y profesionalidad.



- **Turismo de Cruceros:** la ciudad de Alicante se ha volcado en los últimos años para hacer prosperar el turismo de cruceros, en este sentido surgió "Alicante por el Turismo de Cruceros", cuya finalidad es que Alicante se convierta en un reclamo principal para navieras internacionales, recibiendo (antes del Covid-19) más de 50 llegadas de buques turísticos a lo largo de 2019, en los que recalaban unos 100.000 pasajeros.



- **Turismo y Eventos deportivos:** el producto Alicante Sports Destination engloba diferentes deportes, entre los que destacan los deportes náuticos, la presencia de fondos marinos protegidos y otros deportes como el golf, ciclismo y deportes de playa.



- **Turismo de Cine:** desde Alicante Film Office, además de potenciar los rodajes en la ciudad, está poniendo en valor estos espacios para el disfrute de los visitantes.



- **Turismo Idiomático.** La Universidad de Alicante cuenta con un Centro Superior de Idiomas que ofrece cursos de español y son Centro Examinador oficial. Además, la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para extranjeros está presente en Alicante con 4 Centros.



- **Astroturismo.** Nuevo producto turístico para descentrar la demanda de los meses estivales de las Isla de Tabarca. Se ha certificado la Punta Falcón de Tabarca como Paraje Starlight.



3.2.2. Recursos Patrimoniales de relevancia

Aunque son muchos los recursos patrimoniales de interés, se exponen a continuación, se describen brevemente los recursos patrimoniales más relevantes en Alicante:

- **Castillo de Santa Bárbara:** Está ubicado en la cumbre del monte Benacantil, a 166 metros de altitud. En él se encuentra una de las más grandes fortalezas medievales de España desde la que se divisa a la perfección la bahía de Alicante. Es el monumento más emblemático de la ciudad y Bien de Interés Cultural.



- **Ayuntamiento de Alicante:** Este edificio civil barroco fue construido en el siglo XVIII en el espacio ocupado por el antiguo ayuntamiento. Los principales elementos ornamentales que los visitantes siempre admiran son las columnas salomónicas de la fachada y las dos torres. Al pie de la escalera principal del edificio se encuentra la "Cota Cero", que se utiliza para medir la altitud sobre el nivel del mar en cualquier lugar de España.

- **Casa Carbonell:** Está situado en la emblemática Explanada, es uno de los edificios más particulares de la ciudad de Alicante. Fue construido por J. Vidal Ramos entre 1922 y 1925, por orden de un fabricante textil de la cercana localidad de Alcoy, Enrique Carbonell. El edificio es testimonio de la riqueza de los fabricantes textiles de Alcoy durante la época de la Primera Guerra Mundial.



- **Mercado Central de Alicante:** Cuenta con elementos de inspiración modernista. Fue construido bajo la dirección de J. Vidal Ramos entre 1911 y 1912 sobre la muralla del S. XVIII que circundaba la ciudad de Alicante.



- **Teatro principal:** Inaugurado en 1847, se trata del recinto teatral por excelencia. La fachada principal es de estilo neoclásico. El interior, realizado según la tipología italiana de la época, se divide en tres zonas claramente diferenciadas: el vestíbulo, la cávea con forma de herradura y el escenario.

- **Plaza de Toros:** Es una de las más antiguas de la Comunitat Valenciana aún en funcionamiento. Construida en 1847 por el arquitecto alicantino Emilio Jover, en 1884 tuvo que ser renovada con motivo de su deterioro. La grandeza de la plaza y su gran aforo dan una idea sobre la importancia de las corridas de toros en Alicante durante los siglos XIX y XX.





- **Basilica de Santa María:** Es la iglesia más antigua de la ciudad, y data del siglo XIV. Se edificó sobre los restos de la mezquita mayor islámica de Alicante. Está formada por una sola nave, sin crucero, con capillas laterales entre los contrafuertes. Se permite el acceso.

- **Concatedral de San Nicolás:** Comenzó a construirse en el año 1600 para suplir una construcción anterior. Es de estilo renacentista herreriano y se encuentra situada en el centro de la ciudad.



- **Monasterio de Santa Faz:** De estilo barroco, este monasterio se encuentra a tan sólo cinco kilómetros de los límites de la ciudad, en la pedanía del mismo nombre. Guarda una reliquia traída del Vaticano en el siglo XV que, según la tradición popular, era el tejido con el que Verónica se secó el rostro sangrante de Jesús camino del calvario.

- **Castillo de San Fernando:** Fue construido, en el contexto de la Guerra de la Independencia, en el extremo del Monte Tossal más cercano a la ciudad. Su trazado es irregular debido a su adaptación a la topografía del Cerro. El Castillo precisa llevar a cabo un proceso de rehabilitación, accesibilidad y acondicionamiento del foso y del entorno para facilitar su uso turístico.





- **Torre Sarrío:** Es un ejemplo de la red de torres vigía que el municipio conserva (Torres de las Huertas), en su interior restos de una escalera helicoidal de madera. Se pretende llevar a cabo un proyecto de recuperación de la Torre Sarrío para su uso turístico, convirtiéndola en Centro de Interpretación de las Torres de las Huertas.

- **Ermita de Santa Cruz:** Está ubicada en la ladera del monte Benacantil, en el típico barrio de Santa Cruz. Construida sobre los restos de la muralla medieval, en torno a ella tiene lugar la fiesta de las Cruces de Mayo. Desde la misma sale el miércoles santo una de las procesiones más pintorescas de la Semana Santa alicantina.



- **Ermita de San Roque:** Localizada en el barrio de San Roque, a las faldas del Castillo de Santa Bárbara, la ermita de San Roque fue construida en el siglo XVI y restaurada a finales del siglo XIX.

En general, en Alicante se encuentran 42 recursos patrimoniales BIC, así como 82 Bienes de Relevancia Local. Estos son algunos de ellos:

BIENES DE INTERÉS CULTURAL	BIENES DE RELEVANCIA LOCAL
Castillo de San Fernando	Casa Carbonell
Castillo de Santa Bárbara	Ermita de Santa Cruz
Concatedral de San Nicolás	Ermita de San Roque
Conjunto Histórico Artístico de la Isla de Tabarca	Faro de Tabarca
Torre de Sarrió	Teatro principal
Casa Ayuntamiento	Ermita de San Antonio Abad
El Porquet. Yacimiento de Icnofósiles	Edificio Ciudad de Roma
Iglesia Parroquial de Santa María	Casa del Gobernador
La Moleta del Garbinet	Banco Popular
Les fogueres de Sant Joan	Iglesia Benalúa
Muralla Ibérica del Cerro de las Balsas	Iglesia Parroquial de San José
Muralla Medieval de la Calle Mayor	Ermita de San Jaume
Torre Juana	Casa Campos Carreras
Tossal de Manises	Monasterio de la Santísima Faz

3.2.3. Recursos Naturales

A continuación, se describen brevemente los recursos naturales más relevantes en Alicante:

- **Isla de Tabarca:** Tabarca es la única isla habitada de la Comunitat Valenciana y se encuentra frente a la ciudad de Alicante, a once millas náuticas y cerca del cabo de Santa Pola. Se trata de la primera Reserva Marina del Mediterráneo, declarada en 1986. Destacan sus aguas cristalinas y sus campos de Poseidonia. Posee un pequeño núcleo urbano declarado Conjunto Histórico-Artístico.



- **Parque de Canalejas:** Situado muy cerca del mar y de la Explanada de España, es uno de los parques más conocidos y visitados de Alicante, famoso por sus ficus centenarios que cubren toda la extensión del parque con sombra.



- **Parque El Palmeral:** El parque El Palmeral es un lugar estupendo para pasar las mañanas o las tardes con niños, pues dispone de amplias zonas para poder caminar, correr y jugar, entre sus abundantes palmeras y caminos. Cuenta con un lago y ríos artificiales que se pueden atravesar por sus puentes de madera.

- **Parque Lo Morant:** Situado en el norte de la ciudad, es el parque más grande de Alicante, y ofrece numerosas zonas de recreo, pinadas, un lago, merenderos y zonas deportivas. Un espacio magnífico para disfrutar del aire libre.



- **Monte Tossal:** El Parque El Tossal se encuentra a los pies del Castillo de San Fernando. Es un parque temático dedicado a la geografía de la Comunitat Valenciana y posee grandes instalaciones para la práctica de deportes.

- **Playas:** Alicante cuenta con una gran cantidad de playas que suponen uno de sus principales atractivos turísticos. Año tras año reciben el reconocimiento de la Unión Europea con Banderas Azules que les confieren un merecido prestigio internacional, considerándose de las mejores playas del litoral mediterráneo: Playa de San Juan, calas del Cabo de la Huerta, playa de la Almadraba, playa La Albufereta, playa del Postiguet, playa de Saladares-Urbanova, Isla de Tabarca, y desde junio del 2016 se puede disfrutar de la playa Aguamarga como la playa adaptada para perros.



3.2.4. Gobernanza

La Gobernanza y su carácter transversal de colaboración público-privada para el desarrollo turístico del Destino de Alicante es parte esencial en la definición la Estrategia.

En este contexto, es el Patronato Municipal de Turismo y Playas de Alicante el organismo autónomo municipal encargado de la promoción y difusión turística de la ciudad como destino turístico en los mercados nacionales y extranjeros. Entre sus funciones principales se encuentra la asistencia a ferias nacionales e internacionales de turismo, la elaboración de folletos y todo tipo de material promocional, campañas publicitarias, colaboración con otras entidades públicas y privadas en la promoción conjunta del destino y demás estrategias que tengan como objetivo atraer turistas hacia la ciudad de Alicante.

Con la creación del Organismo Autónomo Patronato Municipal de Turismo y Playas de Alicante se pretendió dotar de mayor capacidad de gestión y dinamismo el área de turismo del Ayuntamiento de Alicante, al tiempo que crear una estructura capaz de adaptarse a los cambios de la demanda y las necesidades actuales y futuras del turismo en la ciudad, lo que ha permitido que, además del propio trabajo realizado con los recursos propios del Patronato, para operativizar mejor sus objetivos, muchas de estas actuaciones se realizan mediante convenios con el resto de agentes turísticos o afines al sector, contratos de prestación de servicios o ayudas al sector.

Entre otras atribuciones, la Junta Rectora² (que pasará a denominarse Consejo Rector tras la última modificación estatutaria) del Patronato es la encargada de aprobar los programas de actuación que deban realizarse, como es esta Estrategia.

Esta Gobernanza todavía tiene potencial de mejora para operativizar las estrategias de desarrollo turístico, especialmente entre las distintas áreas del Ayuntamiento y entre las distintas administraciones superiores a la local que afectan al ámbito turístico (Diputación, Comunitat Valenciana, Secretaría de Estado del Turismo).

² La Junta Rectora está conformada por el Presidente del Patronato (alcalde/sa), Vicepresidente (Concejal/a del ramo) y los vocales, donde están representados los grupos políticos, personas con reconocida competencia en el sector y representantes del propio Patronato y de la Agencia Valenciana de Turismo. Otros de los órganos del Patronato es la Dirección Gerencia y la Asamblea General (órgano asesor-consultivo, con mayor número de vocales representantes de los diferentes subsectores turísticos, formando un total de treinta personas).

3.2.5. Principales Indicadores Turísticos

3.2.5.1. Afluencia Turística

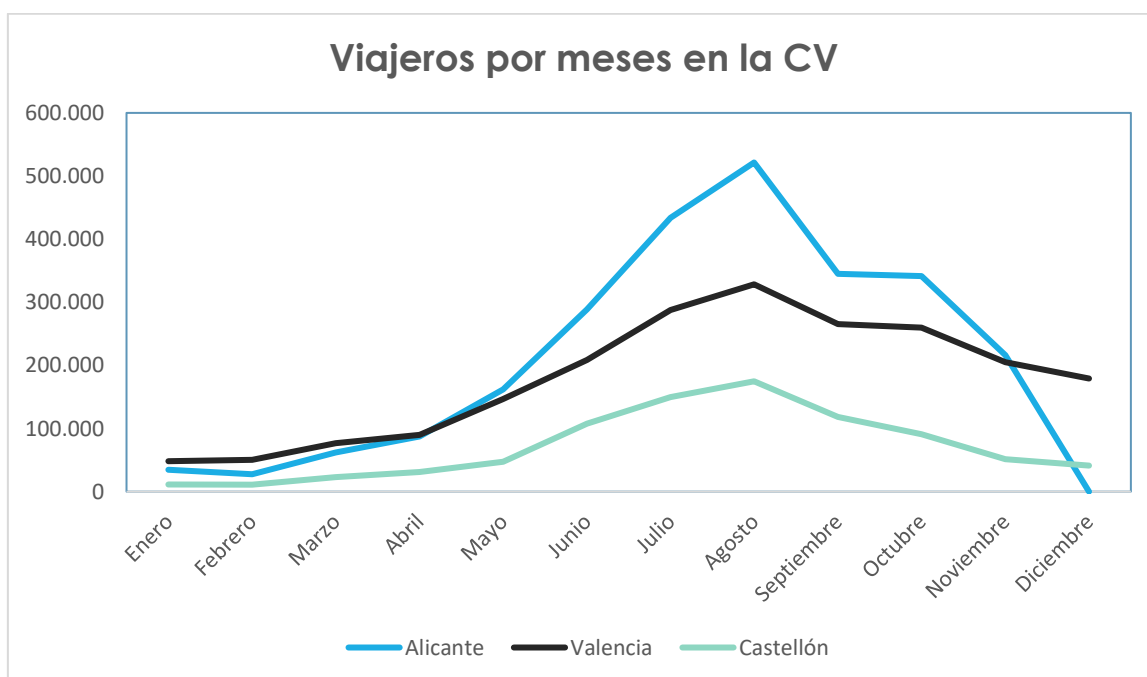
La provincia de Alicante recibió mayor número de viajeros que el resto de provincias de la Comunidad Valenciana en el año 2021 más de 2,5 millones de visitantes, de los que el 22,6% realizaron su estancia turística en la ciudad de Alicante.

COMPARACIÓN VIAJEROS POR PROVINCIAS C. VALENCIANA:

Provincias	Nº Viajeros	%
Alicante	2.519.627	45,6%
Valencia	2.146.474	38,8%
Castellón	858.374	15,6%
Total	5.524.475	

Fuente: INE, elaboración propia

De la totalidad de viajeros que han acudido a la Comunidad Valenciana en 2021, el 45,6% han acudido a la provincia de Alicante, el 38,8% a la provincia de Valencia y el 15,6% a la provincia de Castellón.



Fuente: INE, elaboración propia

A pesar de que la provincia de Alicante reciba un mayor número de turistas que las provincias de Valencia y Castellón, la ciudad de Alicante concretamente tiene menor afluencia de viajeros frente a la ciudad de Valencia.

COMPARACIÓN VIAJEROS POR MUNICIPIOS C. VALENCIANA:

Municipios	Nº Viajeros (2021)	%
Alicante	569.488	29,92%
Valencia	1.164.904	61,20%
Castellón	168.842	8,87%
Total	1.903.234	

Fuente: Turisme GVA

En este contexto de elevada afluencia turística, la ciudad de Alicante es un destino urbano de sol y playa muy internacionalizado, como demuestra que de los 879.433 turistas que nos visitaron en el año 2019 (pre-Covid), solo el 47% fuese nacional y el 51% restante, extranjeros.

Una afluencia que se ha visto gravemente disminuida por la crisis Covid-19. En concreto, en 2021 el número de viajeros en Alicante experimentó una pérdida de 309.945 viajeros respecto al 2019 (-35,2%).

Nº de viajeros de la ciudad de Alicante

AÑO	Espanoles	%	Extranjeros	%	TOTAL
2019	428.137	46,68%	451.296	51,32%	879.433
2020	247.623	64,42%	136.745	35,58%	384.368
2021	369.502	64,88%	205.986	36,2%	569.488

Fuente: Turisme GVA

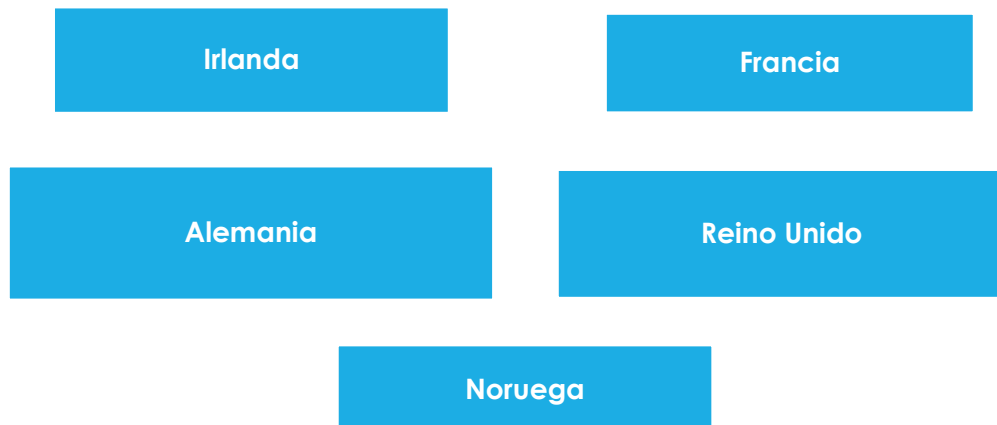
Debido a las restricciones, el número de viajeros extranjeros ha disminuido drásticamente, pasando el porcentaje de extranjeros alojados en hoteles del 51,3% en el año 2019 a solo el 36,3% en el 2021.

	% Extranjeros alojados en hoteles
2019	51,3%
2021	36,3%

Fuente: Turisme GVA

De los viajeros extranjeros destacan 5 nacionalidades principales: Reino Unido, Alemania, Francia, Irlanda y Noruega.

PRINCIPALES NACIONALIDADES EXTRANJERAS EN ALICANTE



Fuente: Turisme GVA

Las pernoctaciones también han sufrido un importante descenso en la época post-Covid, tanto en los viajeros españoles como extranjeros. En concreto, el descenso general ha sido del -37,6%, algo mayor que el sufrido por el número de visitantes, por lo que las estancias han sido menores, situándose la estancia media en el año 2019 en 2,24 días por turista y descendiendo a 2,03 en el año 2021.

Nº pernoctaciones en la ciudad de Alicante por procedencia

Año	Espanoles	%	Extranjeros	%	TOTAL
2021	692.608	55,68%	551.297	44,32%	1.243.905
2020	410.329	56,53%	315.432	43,47%	725.761
2019	781.093	39,21%	1.211.059	60,79%	1.992.059

Fuente: Encuesta de ocupación hotelera, INE. Elaboración propia.

Año	Estancia media anual
2021	2,03
2020	1,38
2019	2,24

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia.

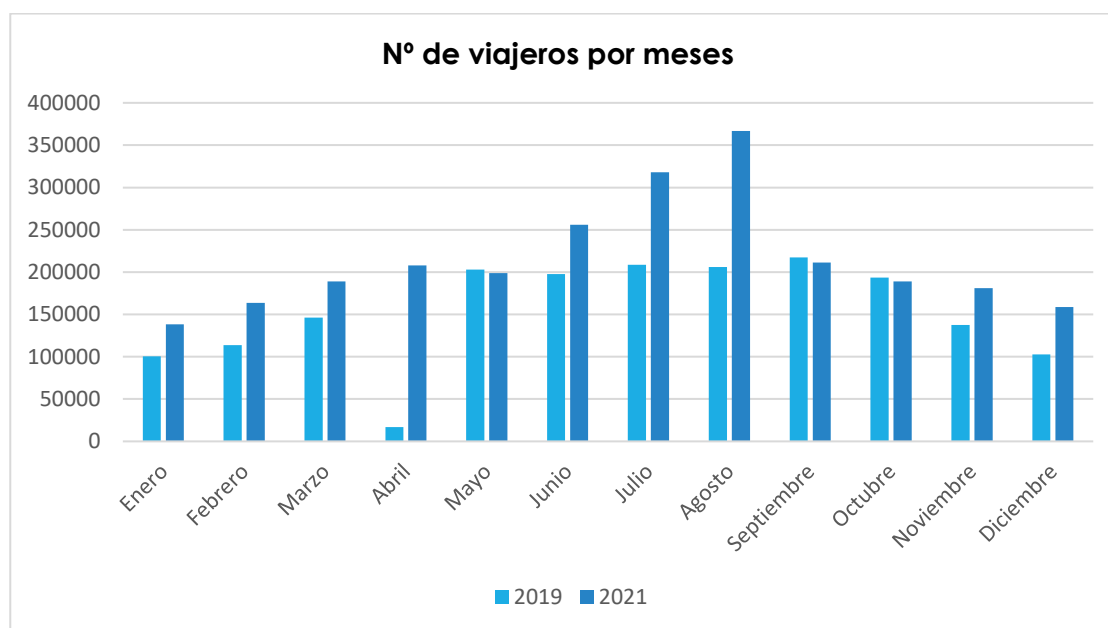
El grado de ocupación es otro indicador que refleja claramente el negativo impacto que generó el Covid-19. Mientras en enero y febrero del año 2020 el grado de ocupación hotelera estaba experimentando un leve incremento respecto al año 2019, en marzo sufrió un fuerte descenso provocado por el confinamiento, que llevó a ocupación cero los meses de abril, mayo y junio.

Respecto al año 2021 se observa la fuerte estacionalización de los meses estivales, con el 61,9% de la afluencia turística (alojada en hoteles) concentrada en solo 5 meses (de junio a octubre), algo que se pretende revertir mediante esta Estrategia.

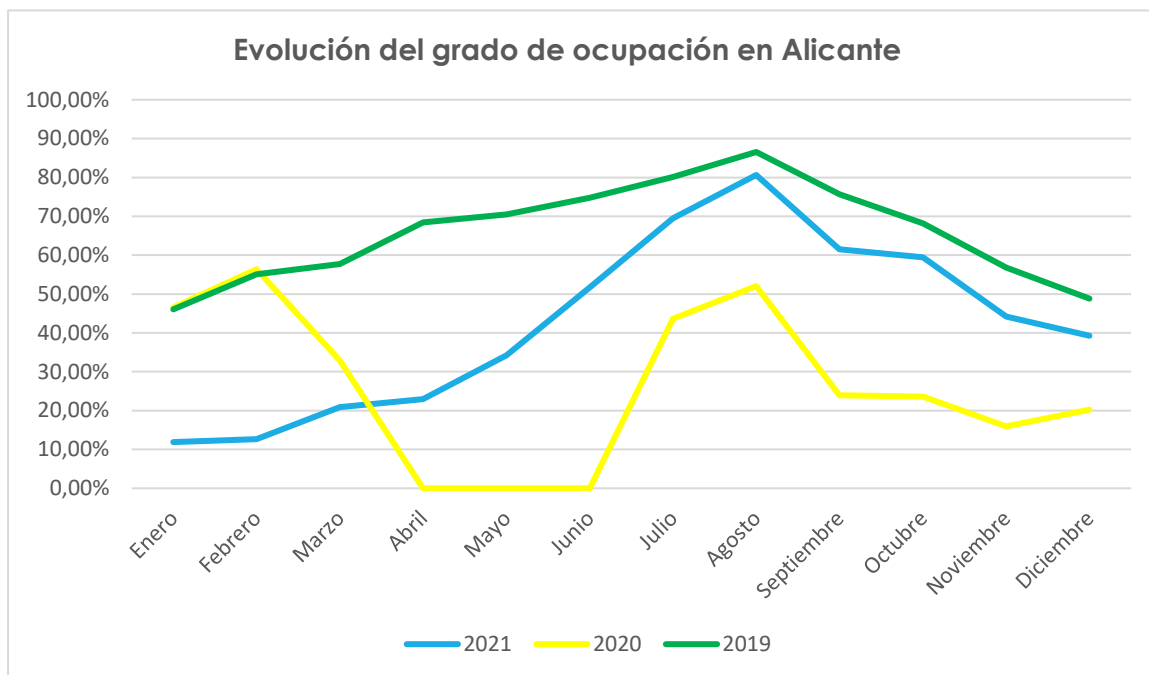
Grado de ocupación por plazas hoteleras en la ciudad de Alicante

Mes	2021	2020	2019
Enero	11,89%	46,55%	46,06%
Febrero	12,66%	56,38%	55,08%
Marzo	20,89%	32,9%	57,68%
Abril	22,94%	0%	68,42%
Mayo	34,26%	0%	70,53%
Junio	51,69%	0%	74,78%
Julio	69,51%	43,61%	80,13%
Agosto	80,64%	52,01%	86,56%
Septiembre	61,54%	23,91%	75,72%
Octubre	59,45%	23,61%	68,21%
Noviembre	44,17%	15,92%	56,84%
Diciembre	39,23%	20,26%	48,79%

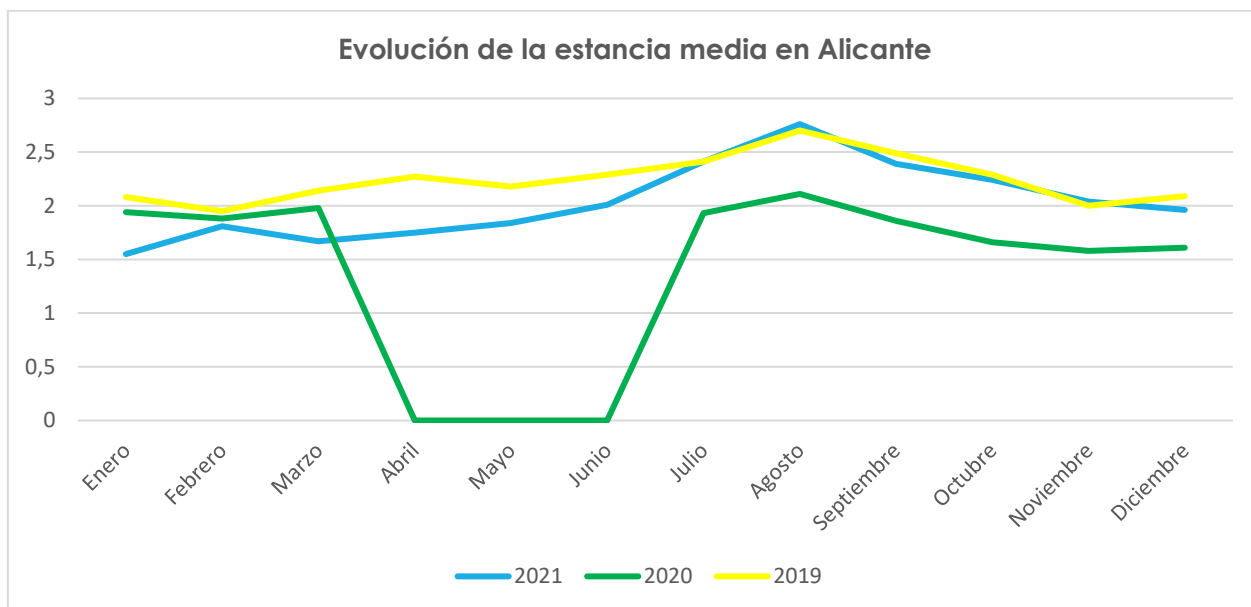
Fuente: Encuesta de ocupación hotelera, INE. Elaboración propia



Fuente: INE, elaboración propia



Fuente: Encuesta de ocupación hotelera, INE. Elaboración propia.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE. Elaboración propia

La misma situación ocurre en otras tipologías de alojamiento como los apartamentos turísticos, donde la estacionalidad es, si acaso, más acusada:

Grado de ocupación por apartamentos en la ciudad de Alicante

Mes	Nº apartamentos estimados en 2021	Nº plazas en estimadas 2021	Grado ocupación
Enero	1061	5.274	4,64%
Febrero	86	4.154	5,71%
Marzo	832	4.019	8,24%
Abril	751	3.269	14,15%
Mayo	921	3.893	18,49%
Junio	915	3.892	25,79%
Julio	890	3.834	51,31%
Agosto	900	3.932	53,99%
Septiembre	894	3.860	36,06%
Octubre	905	3.826	31,59%
Noviembre	1.010	4.168	26,3%
Diciembre	1.319	5.597	20,53%

Fuente: Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos, INE. Elaboración propia. Datos 2021

Conectividad del Destino:

Por otro lado, la conectividad de un Destino turístico es fundamental para cualquier desarrollo turístico y Alicante puede presumir de disponer de una elevada conectividad por tierra, agua y mar. Los turistas acuden a Alicante a través del avión, del AVE y por barco.

El **Aeropuerto de Alicante** se encuentra dentro de los 6 destinos con más pasajeros dentro del listado de destinos de la compañía AENA. Su localización en plena Costa Blanca implica que influya de manera notable al desarrollo de otras ciudades próximas como Benidorm, Calpe, Denia, Jávea, Torrevieja, la Manga del Mar Menor, Orihuela, Murcia y Cartagena, así como importantes centros industriales y agrícolas como Elche, Novelda, Alcoy, Elda-Petrel, Ibi, Villena o incluso la provincia de Albacete.

En 2021, el aeropuerto de Alicante-Elche Miguel Hernández recibió un total de 5,8 millones de pasajeros. Una cifra elevada pese a que en 2019 se recibieran 15 millones. Ha habido un total de 172 rutas en 2021 frente a 215 rutas en 2019.

	Nº pasajeros	Nº rutas
2019	15 M	172
2021	5,8 M	215

Fuente: AENA.

Nº pasajeros Alicante frente a otras ciudades de referencia en 2021:

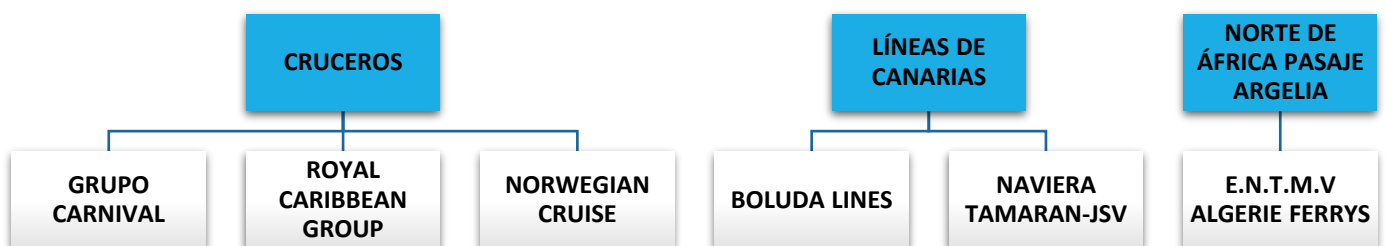
	Nº pasajeros
Adolfo Suarez Madrid-Barajas	24,13 M
Barcelona El Prat J.T	18,87 M
Palma de Mallorca	8,9 M
Málaga-Costa del Sol	8,8 M
Gran Canaria	6,8
Alicante-Elche Miguel Hernández	5,8 M

Fuente: AENA.

También el **Puerto de Alicante**, estratégicamente localizado en el mar Mediterráneo, se concibe como una plataforma operativa desde el ámbito logístico como de transporte de pasajeros y con un creciente atractivo para el sector de Cruceros. Se encuentra conectada por ferrocarril, autopista y aeropuerto, por lo que se facilitan las conexiones con el resto de los puntos neurálgicos de la península como con Europa. Cuenta con una longitud de 3.320,37 m y 10 muelles que dedican su finalidad a diversas actividades.

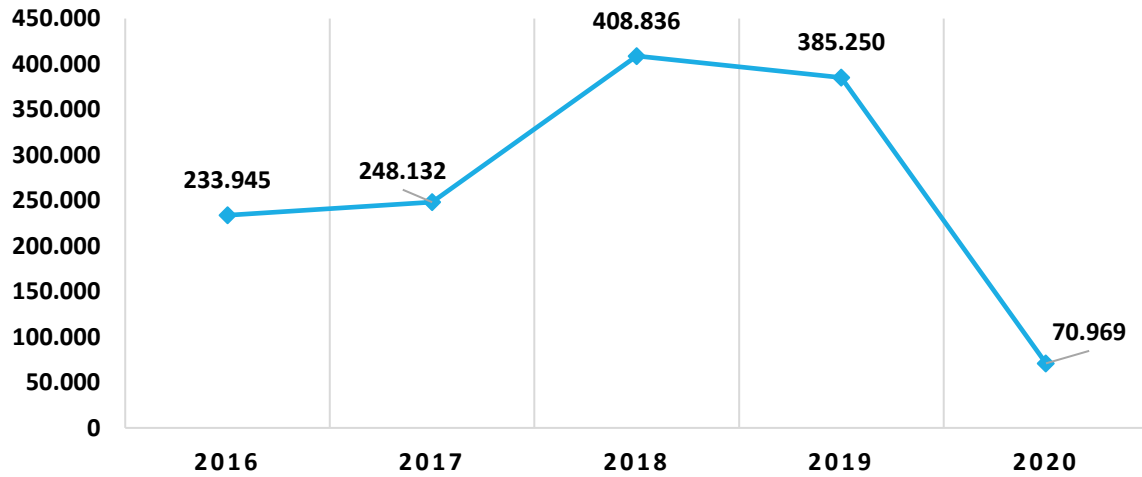


Respecto a nivel turístico, el puerto de Alicante presenta convenio con 3 grandes grupos empresariales de cruceros y las siguientes líneas de transporte regular:



Fuente: Autoridad Portuaria de Alicante

Evolución del tráfico de pasajeros del puerto de Alicante (2016-2020)



Fuente: Puertos del Estado (2020). Elaboración propia.

3.2.5.2. Oferta Privada

Según datos de Turisme de la Comunidad Valenciana 2021, Alicante cuenta con una importante infraestructura de alojamientos y de otras empresas turísticas, respaldadas por asociaciones empresariales como APEHA (Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Alicante), ARA (Asociación de Restaurantes de Alicante), la Asociación "Alicante por el Turismo de Cruceros" y la Asociación de Comerciantes Corazón de Alicante.

La oferta privada de Alicante está compuesta por la oferta de alojamientos, restauración y oferta complementaria del municipio.



Oferta de alojamiento

- 42 hotel con 7.006 plazas.
- 16 hostales con 632 plazas.
- 45 pensiones con 881 plazas.
- 4.019 apartamentos con 17.957 plazas



Oferta de restauración

- 964 restaurantes con 52.960 plazas



Oferta Complementaria

- 106 agencias de viajes.
- 44 empresas de turismo activo

3.2.5.3. Cuantificación del consumo de Recursos/Productos Turísticos

Alicante, ciudad de aproximadamente 340.000 habitantes, es la segunda ciudad más poblada de la Comunidad Valenciana y la 11ª del ranking de ciudades más visitadas de España durante 2021, según datos de ocupación del INE y 6º aeropuerto de España con 5,8 millones de pasajeros. Su economía se basa principalmente en la actividad turística, cuya progresión ha ido al alza durante los últimos años. De hecho, según un análisis de Google Trends para Alicante, se observa que muchas de las búsquedas que hacen los distintos países sobre Alicante son en relación al golf, al tiempo, las líneas aéreas, hoteles y otros alojamientos turísticos. Por tanto, las búsquedas están relacionadas casi en la totalidad por motivos turísticos. Los resultados muestran que es una alternativa a la ciudad de Málaga.

En relación a las cifras de pernoctaciones hoteleras, según datos del INE de pernoctaciones por puntos turísticos, en el año 2021 el total de pernoctaciones llegó a 1.234.441, siendo las pernoctaciones extranjeras el 55,6% y las nacionales el 44,38%.

El Castillo de Santa Bárbara, uno de los principales atractivos culturales y patrimoniales de Alicante. Es uno de los recursos más visitados de la ciudad (en el año 2021 recibió 277.000 visitantes) y por ello tiene un carácter protagonista en la vertebración de los recursos turísticos del Destino.

Las principales atracciones que se encuentran en la ciudad de Alicante y que son preferidos por los visitantes son:

- Castillo de Santa Bárbara
- Playa del Postiguet
- Passeig Esplanada d'Espanya
- Playa de San Juan
- Barrio Santa Cruz
- Mercado Central
- MARQ Museo Arqueológico de Alicante
- Rambla Méndez Núñez
- Museo The Ocean Race
- Parque el Palmeral
- Museo de Hogueras
- Basílica Santa María
- Museo de Arte Contemporáneo de Alicante MACA
- Monte Benacantil
- Plaça Gabriel Miró
- Plazo de Los Luceros
- Paseo del Puerto
- Puerto Deportivo
- Plaza de Toros y Museo Taurino de Alicante
- Calle de Las Setas
- Estación de Renfe Alacant Terminal
- Centro Comercial Plaza Mar 2
- Casa Carbonell
- Concatedral de San Nicolás de Bari
- Ayuntamiento de Alicante
- Plaça Porta del Mar
- Monasterio de la Santa Faz

3.2.5.4. Equipamientos de Uso Público

Alicante cuenta con una gran variedad de equipamientos de uso público que son de gran interés para el turista, pero también ofrecen una oportunidad como espacio de calidad para la residencia de los llamados nómadas digitales:

Puntos de información turística:

- OIT de Alicante-Renfe
- OIT Plaza Puerta del Mar
- OIT Temporal Playa de San Juan
- OIT Aeropuerto de Alicante-Elche

Equipamientos museísticos:

- Museo de Arte Contemporáneo MACA
- Museo de Hogueras
- Museo del Agua
- Museo de Belenes
- Museo de Ocean Race
- Museo MUSA
- Museo Arqueológico MARQ
- Museo Bellas Artes MUBAG
- CIT de Refugios Antiaéreos de la Guerra Civil
- Sala de Exposiciones Lonja de Pescado
- Museo Universidad MUA
- Centro Cultural Cigarreras

Equipamientos de transporte:

- TRAM Alicante
- Estación de autobuses
- Estación de tren
- Aeropuerto Alicante-ELCHE

OTROS EQUIPAMIENTOS DE USO PÚBLICO			
EQUIPAMIENTOS EDUCATIVOS	N.º	EQUIPAMIENTOS SANITARIOS	N.º
Parque infantil de tráfico	1	Centro de Especialidades público	1
Centro de Recursos Educativos Municipal - CREM	1	Centros de Salud	1
Centro socio-educativo Unamuno	1	Hospital Público	1
Centro Municipal de Formación de Personas Adultas	1	Unidades de apoyo odontología	1
Escuela infantil "Els Xiquets"	1	Unidades de salud sexual y reproductiva	1
	TOTAL	Unidades de salud mental	1
		Unidades de conductas adictivas	1
EQUIPAMIENTOS DEPORTIVOS	N.º	Unidad de apoyo de Prevención del Cáncer	
		TOTAL	7
Estadios	1	EQUIPAMIENTOS CULTURALES	
Pabellones	4	N.º	
Polideportivos	14	Salas de exposiciones	12
Piscinas cubiertas	3	Bibliotecas	5
Pista de atletismo	2		
Campo de fútbol	3		
	TOTAL	TOTAL	17
	27		



3.2.5.5. Marca Turística del Destino y Certificación

La marca Alicante City & Beach (www.alicanteturismo.com) engloba todo lo relativo y genérico de Alicante como Destino Turístico. A su vez se han creado marcas por subproductos:

- Alicante Convention Bureau (www.alicantecongresos.com)
- Alicante Sports Destination (www.alicantesportsdestination.com)
- Alicante Film Office (www.alicantefilmoffice.com)
- En base a la cultura del arroz, se dispone de la "Alicante ciudad del arroz" como marca gastronómica registrada por el Ayuntamiento de Alicante y gestionada a través del Patronato de Turismo y Playas: www.alicanteturismo.com/alicante-ciudad-del-arroz/). La marca se apoya con el sello de Calidad del Arroz de Alicante. Adherida a la Red "L'Exquisit Mediterrani" de Comunidad Valenciana. La marca "Alicante ciudad del arroz" se basa en estándares de calidad y sostenibilidad tanto en el producto como en el cocinado, debiendo utilizar aceite de oliva virgen extra, variedad monovarietal de arroz, no usar colorantes o aditivos artificiales y la utilización de productos de proximidad. N° de restaurantes adheridos: 36.
- Las marcas de Alicante a su vez se apoyan en la marca global Turisme Comunitat Valenciana.



- A su vez, el Patronato de Turismo y Playas es el ente gestor del proyecto SICTED en Alicante, encargándose de la gestión y coordinación de todas las actividades formativas y de asesoría, así como la relación con la Secretaría de Estado de Turismo y Turisme CV:

- N.º adheridos: 35.
- N.º distinguidos: 110.
- Año adhesión: 2013.

El sistema de calidad SICTED es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabaja con Servicios turísticos de hasta 36 oficios diferentes, con el objetivo último de mejorar la experiencia y satisfacción del turista.

El distintivo "Compromiso de Calidad Turística" es el soporte que acredita el cumplimiento de los requisitos establecidos en la metodología y reconoce el esfuerzo y el compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue al servicio turístico frente a la competencia.



OFICIO	Nº de empresas distinguidas
Agencias de viajes	4
Alquiler de vehículos y embarcaciones	3
Bares y cafeterías	13
Comercios	5
Convention Bureau	1
Escuelas de español para extranjeros	3
Espacios escénicos permanentes	1
Espacios para turismo de reuniones	1
Guías de turismo	6
Hoteles y apartamentos turísticos	21
Museos	6
Oficinas de información turística	2
OPC's	1
Otros servicios	2
Playas	12
Puertos Deportivos	2
Restaurantes y empresas turísticas de Catering	18
Seguridad Ciudadana	1

Transporte turístico	3
Turismo activo	5
Turismo de bienestar	1
Viviendas de uso turístico	2

3.2.5.6 Gestión Turística del Destino

Como hemos ido viendo, el Patronato de Turismo y Playas es el principal gestor turístico del Destino Alicante, trabajando estrechamente con el resto de los agentes de sector, ya sean públicos o privados. Esto ha permitido desarrollar numerosas acciones para generar productos turísticos como se destacaba en la Misión del Plan Estratégico de Turismo de Alicante 2019: *“diseñar los productos más adecuados, atractivos y eficientes para convertir la visita de nuestros turistas en una experiencia única y solo repetible en nuestra ciudad, sorprendiendo y superando las expectativas de cada uno de nuestros visitantes”*. Esta cooperación está poniendo en marcha diferentes productos turísticos:

- **Turismo de Negocios o MICE**, poniendo en valor oferta hotelera de alta calidad, tanto en plazas de alojamiento como en salas de reuniones, destacando el Auditorio de Música de Alicante (ADDA), con capacidad para 1.500 personas. Producto articulado a través de “Alicante Convention Bureau”.
- **Turismo gastronómico**. Alicante es potencia en turismo gastronómico, gracias a una oferta única combinando cocina de vanguardia y la tradicional, con materias primas y productos locales de gran calidad y propios de la región, protegidos con Denominaciones de Origen como “Alicante ciudad del arroz”.
- **Turismo idiomático**. El aprendizaje del español es un reclamo relevante para el destino por su alto nivel de calidad en materia docente y de servicios complementarios. La Universidad de Alicante está habilitada para otorgar el Diploma DELE (Diploma de Español como Lengua Extranjera) otorgado por el Ministerio de Educación con la intermediación del Instituto Cervantes.
- **Turismo deportivo**. Bajo la marca Alicante Sport Destinations se explotan las condiciones ejemplares para el disfrute y la práctica de deportes al aire libre durante todo el año. Destaca el turismo náutico, pero gracias a sus excelentes instalaciones, es destino turístico de múltiples deportes: fútbol, atletismo, natación, ciclismo, golf, tenis, pádel...
- **Turismo de Salud y Bienestar**, donde aglutinar la amplia y excelente oferta de salud y bienestar en nuestra ciudad, destaca por la extensa oferta de clínicas oftalmológicas y de fertilidad.
- **Turismo cultural**. Una de las apuestas más importantes para diversificar el Destino. Alicante cuenta con fortalezas competitivas como la diversidad de los recursos culturales, el conjunto histórico artístico de la Isla de Tabarca, los refugios antiaéreos de la Guerra Civil, multitud de manifestaciones culturales de alto interés o la apuesta por el turismo del cine (Alicante Film Office).

- **Turismo de Cruceros**, apoyado en infraestructuras portuarias; la ubicación de la ciudad; las buenas conexiones en transporte para cruceristas nacionales procedentes del interior, que avalan la consideración de la ciudad como puerto base de cruceros; y la posibilidad de puerto base para varias navieras. Sin olvidar el propio atractivo del entorno para los cruceristas (excursiones).



3.3 ANÁLISIS EXTERNO

Para poder hacer un análisis conciso sobre la situación turística de Alicante y poder incorporar mejoras, también es necesario estudiar y tener en cuenta los factores externos e internos que se dan en la actualidad para poder actuar según las condiciones en las que se encuentra el entorno.

Análisis del entorno: MACROENTORNO

Factor externo	Situación
Político-legal	<ul style="list-style-type: none"> Bajo nivel de ayudas públicas al sector privado.
	<ul style="list-style-type: none"> Implantación de restricciones debido a la Covid-19 (transporte, sistema sanitario).
	<ul style="list-style-type: none"> Conflictos políticos que pueden perjudicar al desarrollo del turismo
Económico	<ul style="list-style-type: none"> Guerra de Ucrania perjudica a la capacidad adquisitivo de las personas para la práctica del turismo
	<ul style="list-style-type: none"> Los establecimientos turísticos y demás locales tienen que subir los precios de los productos y servicios debido a la subida de los costes.
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de otros tipos de necesidades en los turistas tras la Covid-19 que buscan la seguridad (Naturaleza, rural, medio ambiente)
	<ul style="list-style-type: none"> Nuevos hábitos saludables (Alimentación, deporte...) que conlleva la adaptación de productos y servicios.
	<ul style="list-style-type: none"> Nuevos modelos de familia que buscan la práctica de turismo desde otras perspectivas.
	<ul style="list-style-type: none"> Mayor improvisación a la hora de practicar turismo.

Factor externo (sigue)	Situación
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> Incremento en el uso de las tecnologías conlleva a adaptar las instalaciones.
	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas infraestructuras físicas y tecnológicas disponibles.
	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas facilidades para la gestión de reservas turísticas.
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> Mayor concienciación ambiental por parte de las personas.
	<ul style="list-style-type: none"> Mayor oferta de productos y servicios responsables.

Análisis del entorno: MICROENTORNO

Organización	<ul style="list-style-type: none"> Todas las empresas y organismos tienen que encaminarse hacia la misma dirección para conseguir resultados notables. Establecer los mismos objetivos instaurando actuaciones medibles.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Las decisiones que tomen los intermediarios afectarán a los productos y servicios que se comercialicen.
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> El Destino tiene que controlar, adaptar y ajustarse a las características de la competencia para obtener ventajas competitivas.
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> Es necesario establecer buenas conexiones con los grupos de interés para que las acciones que realicen no afecten a las distintas empresas.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Es necesario analizar el comportamiento de los clientes para poder adaptarnos constantemente a sus necesidades y no quedarnos obsoletos.

4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESTINO

4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA O NECESIDADES DEL DESTINO

A partir del análisis realizado se identifican distintas problemáticas y retos a resolver en el sector turístico del destino, destacando las siguientes:

- El turismo de Sol y Playa que es muy practicado en Alicante provoca mucha masificación en los meses de verano. Para nuestros servicios públicos cubrir la demanda de todos los visitantes es un desafío que genera problemas de concentración del turista y de movilidad interna. Lo que se necesita conseguir es desestacionalizar la demanda turística hacia otros meses fuera de la época estival, dirigiendo al visitante hacia otros recursos menos explotados, pero que ahora se encuentran muy desconectados entre sí. El reto que se plantea es desarrollar la complementariedad con otros productos turísticos, diversificando y conectando nuestra oferta y hacerla más atractiva y competitiva.
- Otra problemática identificada en el diagnóstico DTI, es la necesidad de impulsar la transformación digital del Destino para gestionar la afluencia turística, necesitando, por tanto, consolidarse como DTI, impulsando la Gobernanza y un Sistema de Inteligencia Turística que integre todas las tecnologías y la información que aportan para una mejor gestión turística. Lo que se quiere conseguir es mejorar el posicionamiento del Destino y la cadena de valor turística mediante la cooperación activa, el uso de la tecnología, integrando el Big Data y la IA, permitiendo la medición del impacto turístico y la adopción de políticas adecuadas en el sector.
- Además, son imprescindibles las acciones de apoyo a la mejora de la competitividad de las pymes que permitan rehabilitar el tejido turístico mediante la generación de producto y de la mejora de la calidad del Destino, remarcando los aspectos de accesibilidad universal,
- Fruto de todo ello, el Destino requiere personal especializado en la gestión técnica, administrativa y financiera para solventar esta problemática de un modo eficaz.

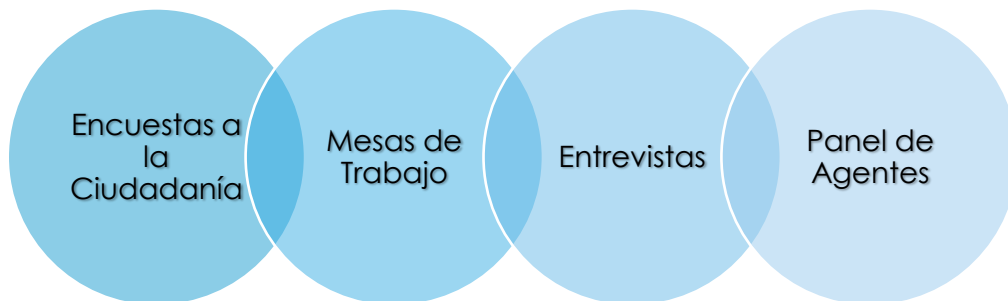
4.2 GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES IMPLICADOS EN LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

La Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible supone uno de los proyectos más importantes de la ciudad, encuadrándose dentro de la Agenda Urbana de Alicante como Proyecto Estratégico nº 9: Alicante Destino Turístico Sostenible.

Es por eso por lo que se ha tenido muy en cuenta el desarrollo del proceso participativo, mediante la puesta en marcha de diferentes herramientas metodológicas aplicadas, contemplándose tanto procesos de análisis cuantitativo como cualitativo, entrevistas en profundidad, mesas técnicas de debate, encuestas online y un Panel de Agentes del sector.

La Estrategia, por tanto, está basada en una gran implicación social y empresarial, para la que se ha llevado a cabo un intenso proceso participativo a través de las siguientes herramientas:

- Encuestas a la ciudadanía.
- Mesas de trabajo.
- Entrevistas a agentes implicados en el sector.
- Panel de Agentes del sector.



4.2.1 Encuestas Abiertas a la Ciudadanía

La encuesta de participación ciudadana ha sido muy relevante para conocer la opinión de la ciudadanía y poder identificar aquellos factores claves a mejorar y a tener en cuenta en este Diagnóstico.

Dicha encuesta se ha estructurado en torno a cuatro grandes preguntas, la primera es de tipo identificativo, para saber el colectivo al que pertenecen las personas encuestadas, y el resto referente al tipo de turismo que identifica en mayor medida a Alicante como destino en la actualidad y en el futuro, así como las principales actuaciones que deberían potenciarse para posicionarse como Destino Sostenible. A partir de las encuestas online dirigidas a la ciudadanía de Alicante durante el periodo de proceso participativo se han obtenido un total de 155 respuestas válidas, de las cuales se obtienen los resultados que se muestran a continuación.

1. Colectivo o sector al que pertenece.

El 34,83% de las personas que han realizado la encuesta son ciudadanos y ciudadanas de Alicante sin relación con el sector; en segundo lugar, el 27,9%, son personas trabajadoras del sector público; y el resto personas que sí tienen vinculación con el sector.

TOTAL		155
Ciudadanía sin vinculación con el Sector Turístico	34,83%	54
Agencias artísticas	2,58%	4
Agencia de viajes	1,93%	3
Alojamientos turísticos	7,09%	11
Bares y Restaurantes	7,09%	11
Otros	7,74%	12
Sector Comercial	7,09%	11
Sector MICE	1,93%	3
Servicios	3,22%	5
Servicios de guías	0,64%	1
Trabajador del sector público	21,90%	34
transporte	2,58%	4
Turismo cultura	1,29%	2

FUENTE: Encuestas Online a la ciudadanía de Alicante. Junio 2022. Elaboración propia.

2. Tipo de turismo que identifica en mayor medida a Alicante como destino en la actualidad

TIPO DE TURISMO QUE IDENTIFICA AL DESTINO

Las personas encuestadas opinan que la tipología de turismo más practicada en Alicante es el turismo de Sol y Playa, combinado con otro tipo de turismo como es el turismo urbano, de congresos, gastronómico, etc.

TIPO TURISMO AL QUE PERTENECE EL DESTINO ALICANTE	Nº PERSONAS	
TOTAL		155
TURISMO BORRACHERA	0,64%	1
Turismo de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones (MICE)., Turismo Gastronómico., Turismo de Congresos.	1,29%	2
Turismo de Sol y Playa, Turismo urbano (De congresos, gastronómico, de crucero, náutico, etc.)	95,48%	148
Turismo Patrimonial y cultura	2,58%	4

FUENTE: Encuestas Online a la ciudadanía de Alicante. Junio 2022. Elaboración propia.

3. Tipo de turismo que debería incentivarse en mayor medida en Alicante por su mayor potencial

Las personas encuestadas opinan que las tipologías de turismo que deberían incentivarse en mayor medida en Alicante para su mayor potencial son el **Turismo Patrimonial y Cultural y el Turismo de Reuniones, Incentivos, Conferencias....**

TIPO DE TURISMO A INCENTIVAR	%	Nº PERSONAS
NS/NC	0,64%	1
Turismo de compras	1,29%	2
Turismo de congresos (+ turismo náutico, deportivo, de cruceros, etc)	9,03%	14
Turismo de cruceros	0,64%	1
Turismo de golf	0,64%	1
Turismo de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones (MICE)., Turismo Gastronómico., Turismo Verde o de Naturaleza (avistamiento de aves, de cetáceos...).	13,54%	21
Turismo de Salud y Bienestar	2,58%	4
Turismo de Sol y Playa., Turismo Patrimonial y Cultural	5,16%	8
Turismo de Teletrabajo	0,64%	1
Turismo deportivo	2,58%	4
Turismo gastronómico (+ turismo deportivo, gastronómico, etc)	8,38%	13
Turismo Náutico	1,29%	2
Turismo Patrimonial y Cultural	45,16%	70
Turismo sostenible y amigable con la ciudad	0,64%	1
Turismo Urbano	5,80%	9
Turismo verde o de naturaleza		3

FUENTE: Encuestas Online a la ciudadanía de Alicante. Junio 2022. Elaboración propia.

4. Principales actuaciones que deberían potenciarse en Alicante para posicionarla como Destino Sostenible

4. Principales actuaciones que deberían potenciarse en Alicante para posicionarla como Destino Sostenible	PROMEDIO
a) Mejorar la coordinación entre áreas del Ayuntamiento para ser más eficientes en la identificación y ejecución de proyectos que beneficien al turismo y a la ciudad en general.	7,12
b) Avanzar en la digitalización turística del Destino (comunicación digital; herramientas como apps, realidad virtual, QR...).	6,2
c) Utilizar los datos (Big data) aportados para gestionar el Destino como Destino Turístico Inteligente.	6,10
d) Impulsar la participación ciudadana para desarrollar la Estrategia Turística del Destino.	6,6
e) Desarrollar sistemas de sensibilización y buenas prácticas turísticas en el Destino.	6,95
f) Mejorar y consolidar los segmentos maduros como el Sol y Playa.	5,88
g) Diversificar otros segmentos complementarios (cultural, gastronómico, deportivo...).	7,41
h) Crear y/o adaptar nuevos atractivos que mejoren la actual oferta turística (Castillos, Torres de la Huerta, Museos, Playa de la Almadraba...).	7,13
i) Mejorar nuestro posicionamiento de marca, consolidar y captar nuevos mercados.	6,88
j) Mejorar la accesibilidad, la señalización y la conexión entre recursos turísticos.	7,01
k) Solucionar aspectos de imagen como la limpieza o el ruido excesivo.	7,55

A partir de las respuestas de las personas encuestadas, se obtiene que las actuaciones principales que deberían potenciarse en Alicante para posicionarla como Destino Sostenible son las siguientes:

Solucionar aspectos de imagen como la limpieza o el ruido excesivo.

Diversificar otros segmentos complementarios (cultural, gastronómico, deportivo...)

Crear y/o adaptar nuevos atractivos que mejoren la actual oferta turística (Castillos, Torres de la Huerta, Museos)

Mejorar la coordinación entre áreas del Ayuntamiento para ser más eficientes en la identificación y ejecución de proyectos

Además, las personas encuestadas han aportado otras propuestas que no han sido contempladas anteriormente:

Posibilidad de desplazarse en bici en seguridad (con carriles) en toda la ciudad y hasta todas las playas	Mejorar el casco antiguo, así como la oferta histórica y cultural
Incrementar el transporte público	Ofertar convenciones a empresas multinacionales
Organizar rutas turísticas con guías profesionales	Organización de eventos deportivos internacionales con repercusión en los medios
Señalar rutas culturales	Inclusión total
Mejorar la accesibilidad	Turismo sostenible con los residentes de la zona centro
Horarios adecuados para el respeto del descanso de vecinos	Mejorar la seguridad
Diversificar las zonas de ocio para una mayor oferta cultural	Impulsar más el Festival de Cine a nivel nacional
Zonas verdes comunicadas entre ellas	Deportes náuticos sostenibles
Facilitar trámites administrativos municipales solicitados por las empresas	Rebajar la carga impositiva municipal, hacia las nuevas propuestas empresariales
Mejorar la comunicación del Ayuntamiento con las empresas	Limpieza en las calles
Hacer un acceso de autobuses al Castillo de Santa Barbara	Reutilización de edificios abandonados de la zona Sur de la ciudad
Mejorar los servicios de transporte al aeropuerto	Servicio de multi-idiomas (faltan idiomas orientales en el sector turístico y hostelería)
Patrocinar eventos de participación ciudadana (mercadillos gastronómicos, artesanía)	Más oficinas de información turística
Apoyarse en las empresas privadas del sector para llevar a cabo las diversas iniciativas	Educación medioambiental y cívica a la ciudadanía

4.2.2 Entrevistas Estructuradas: Conclusiones Extraídas

Desde los meses de junio a septiembre de 2022, se han llevado a cabo entrevistas estructuradas en profundidad a diferentes personas que desempeñan funciones técnicas o directivas en empresas o entidades destacadas. En concreto se ha contado con empresas y/o colectivos que, por su experiencia, relevancia en el sector, así como por su capacidad de generar producto en el destino, suponen toda una fuente de conocimiento y apoyo en la futura planificación estratégica de Alicante como destino Turístico.

Nº	PERSONA DE CONTACTO	EMPRESA/ENTIDAD	FECHA
1	Daniel Elman	Presidente Asociación Bloques y Apartamentos: ABATUR	15/06/2022
2	César Anca	Presidente Asociación Restaurantes de la Ciudad de Alicante ARA	15/06/2022
3	Roberto Martínez	Director Asociación Alicante por el Turismo de Cruceros	15/06/2022
4	Jose Manuel Pérez Burgos	Jefatura Patrimonio Integral del Ayuntamiento	17/06/2022
5	Roger Costa	CEO Tramuntana Aventura	16/06/2022
6	Victoria Puche	Directora Asociación Provincial de Hoteles APHA	27/09/2022

Los **temas tratados** en dichas entrevistas se han centrado en:

- La situación actual del turismo en Alicante.
- El posicionamiento del municipio como Destino Sostenible.
- La situación actual respecto la conservación del Patrimonio Natural, Cultural y Urbano.
- Varias cuestiones sobre la promoción y comercialización del municipio como Destino Turístico.
- Las expectativas de cara al futuro.
- Otras cuestiones.

Por asuntos de confidencialidad, los resultados se muestran agrupados y no identificados.

En cuanto a la **situación actual del turismo** se ha repetido en varias entrevistas que tras la pandemia del COVID-19 se ha incrementado el interés general de la población por hacer más planes de ocio y por practicar turismo, lo que hay que aprovechar para mejorar la calidad del mismo. Además, consideran que ha habido mejoras en accesibilidad en cuanto al incremento de la frecuencia de billetes de vuelo/tren/autobús a muchos destinos turísticos, lo que supone un avance importante para la práctica del turismo en general. También se considera que han ido mejorando los hitos patrimoniales lo que permite diversificar el turismo.

Los aspectos negativos que han comentado las personas entrevistadas han sido que tras la crisis del COVID-19 la gente reserva con menos antelación y hay más masificación debido a la poca planificación que se puede llevar a cabo. Además, consideran que hay poca inversión en promoción turística por lo que podría plantearse desde otros puntos de vista para mantener el turismo durante todas las estaciones del año. Se ha tenido en cuenta también la Guerra de Ucrania ya que hay menos capacidad de gasto que se ve reflejada en la disminución de gasto en turismo.

También se han contemplado los puntos fuertes existentes en Alicante y han sido el clima, la gastronomía y la rehabilitación de la huerta. Esto permite que los turistas quieran acudir a Alicante también durante los meses de invierno ya que el clima lo permite. Sin embargo, en cuanto a puntos débiles se ha tenido en cuenta la necesidad de mejorar la accesibilidad a los espacios culturales, la existencia de una mala señalización de los espacios turísticos, así como a existencia de horarios mejorables en los espacios turísticos y la baja coordinación con las Administraciones. Estos aspectos son necesarios tenerlos en cuenta para mejorar los espacios turísticos y poder compensar el turismo de Sol y Playa con el turismo cultural.

Si hablamos del **posicionamiento de Alicante como destino Sostenible**, los entrevistados han considerado en su mayoría que el tipo de turismo que se debería promover para conseguir un destino sostenible sería el turismo familiar y de eventos para combatir la estacionalidad y distribuir la demanda durante todo el año. Para favorecer el emprendimiento en actividades y servicios turísticos sostenibles se ha considerado que hay que mejorar la limpieza en toda la ciudad, hay que mejorar la accesibilidad a los espacios turísticos utilizando más transporte público y es necesario impartir formación en materia turística.

Respecto la **conservación del Patrimonio Natural, Cultural y Urbano** las principales bondades de Alicante que se tienen en cuenta por parte de las personas entrevistadas son la gastronomía, el clima y la cultura y en cuanto a las principales necesidades existentes en Alicante se tiene muy en cuenta la necesidad de mejorar la accesibilidad a los espacios turísticos y añadir más transporte público e invertir más en promoción turística.

Para la **promoción y comercialización** del destino se consideran exitosas la asistencia a ferias y congresos y la promoción de las zonas verdes. Además, se valora mucho que el Patronato de Turismo vaya a otros países a promocionarse, aunque se añade una observación y es que se considera necesario que también deberían promocionar los hoteles y restaurantes en esos países que visitan. Para mejorar la promoción y la comercialización se añade la necesidad de aumentar la inversión en agencias de comunicación y publicidad para llegar a más público y digitalizar la promoción turística.

Las **expectativas de futuro** que se han recogido en las entrevistas reflejan que se espera como reto conseguir desestacionalizar el turismo y lograr disponer de eventos a lo largo de todo el año, establecer conexiones con el resto de los entes turísticos y ayuntamientos para mejorar la promoción y la gestión turística, ofrecer más personal turística y más horarios en los espacios turísticos culturales. También se tiene en cuenta mejorar la eficiencia energética reduciendo el consumo de energía en edificios públicos y en hoteles instalando placas solares u otras tecnologías donde sea posible.

Otra cuestión planteada durante las entrevistas ha sido el desarrollo del Palacio de Congresos que permita desestacionalizar el turismo y recibir visitas durante todo el año fomentando el turismo corporativo.

4.2.3 Panel de Agentes de Interés

En relación a este tipo de proceso participativo, se ha contactado con un grupo de agentes representativos del destino, relacionados de forma directa e indirecta con la actividad turística. Se trata de expertos conocedores del sector en particular, y de la ciudad de Alicante en su conjunto.

Para mayor adecuación a los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, el Panel de agentes se ha dividido en los cuatro Ejes estratégicos que abarca, solicitando la priorización de actuaciones con un valor de 1 (menor prioridad o importancia) y 7 (mayor prioridad o importancia).

A este respecto, todos los Ejes han sido valorados dentro de una importancia o prioridad altas, siendo el Eje de Competitividad es de mayor valoración por parte de los agentes acercándose a las máximas valoraciones y el de eficiencia energética el de menor valor, dentro de la importancia anteriormente indicada.

EJES	PROMEDIO
EJE 1: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE	5,51
EJE 2: EFICIENCIA ENERGÉTICA	5,21
EJE 3: TRANSICIÓN DIGITAL	5,73
EJE 4: COMPETITIVIDAD	5,85
PROMEDIO	5,58

Valoraciones:

1,00-2,00: Sin Importancia.

2,01-3,00: Muy Baja.

3,01-4,00: Baja.

4,01-5,00: Media.

5,01-6,00: Alta.

>6,01: Muy Alta

Respecto a las valoraciones por actuación global, de las 40 medidas planteadas, 11 de ellas se han encuadrado dentro de las valoraciones más altas (por encima de los 6 puntos de media entre todos los agentes):

ACTUACIONES	PROMEDIO	EJE
28. Desplegar una estrategia de desestacionalización y complementariedad de la actividad turística principal de sol y playa (Patrimonio y Cultura, MICE, Náutico, Gastronómico, Naturaleza, Deportivo...)	6,88	EJE 4: COMPETITIVIDAD
40. Impulsar medidas de reconocimiento de la Ciudad de Alicante que ensalcen y distingan sus valores patrimoniales, culturales y etnográficas (Declaraciones de Interés Turístico tanto a nivel nacional o internacional).	6,50	EJE 4: COMPETITIVIDAD
04. Restauración ambiental de espacios degradados o con mayor potencial turístico (Almadraba, la Calita, Avenida Costa Blanca, Castillo de San Fernando...).	6,50	EJE 1: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE
07. Facilitar nuevos accesos peatonales al Castillo de Santa Bárbara mejorando el valor ambiental y paisajístico del monte Benacantil.	6,50	EJE 1: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE
25. Proyectar un procedimiento más dinámico de coordinación y conocimiento de estrategias y proyectos de otras administraciones (provincial, regional, estatal) para alinear las sinergias locales.	6,25	EJE 4: COMPETITIVIDAD
33. Mejorar la información al turista (calidad de contenidos, mejora de infraestructuras de información...).	6,25	EJE 4: COMPETITIVIDAD
39. Contar con un Palacio de Congresos donde se realicen eventos durante todo el año y se distribuya el turismo de una forma más equitativa	6,25	EJE 4: COMPETITIVIDAD
19. Mejorar herramientas tecnológicas de uso turístico (mejora de webs turísticas, dispositivos móviles, directorios digitales, realidad aumentada que amplíe contenidos, señalización inteligente, ...)	6,25	EJE 3: TRANSICIÓN DIGITAL
15. Habilitación de lanzaderas y vehículos eléctricos que potencien las visitas al Castillo de Santa Bárbara.	6,25	EJE 2: EFICIENCIA ENERGÉTICA
26. Planificar campañas de sensibilización de turismo responsable, evitando malas praxis por parte del visitante como el exceso de basuras o ruidos.	6,13	EJE 4: COMPETITIVIDAD
20. Desplegar un posicionamiento destacado en promoción y marketing digital que consolide el posicionamiento de la ciudad de Alicante en diferentes productos y mercados nacionales y europeos.	6,13	EJE 3: TRANSICIÓN DIGITAL

A continuación se exponen por Eje, las actuaciones más valoradas, así como otras actuaciones que los agentes han considerado de interés:

EJE 1. ACTUACIONES EN EL ÁMBITO DE LA TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE:

En este eje se han definido las actuaciones de restauración ambiental, gestión de espacios naturales, acciones de implantación de economía circular, rehabilitación sostenible de edificios y actuaciones de adaptación al cambio climático y los Agentes han indicado las que tienen más importancia para ellos:

ACTUACIONES CON MAYOR RELEVANCIA	Actuaciones de fomento de la resiliencia frente a los efectos del cambio climático (toldos para paseos que protejan del sol y la lluvia)
	Restauración ambiental de espacios degradados o con mayor potencial turístico (Almadraba, la Calita, Avenida Costa Blanca, Castillo de San Fernando).
	Facilitar nuevos accesos peatonales al Castillo de Santa Bárbara mejorando el valor ambiental y paisajístico del monte Benacantil.

Otras cuestiones que no se han tenido en cuenta según los Agentes:	Mejora de los accesos peatonales del castillo.
	Existencia de un gran parque en el centro de la ciudad que funcione como pulmón como en la gran mayoría de las ciudades.
	Mejora del transporte público, así como de más amplitud de horarios.
	Promoción del conocimiento cultural, monumental y paisajístico de la antigua huerta de Alicante y su comarca.
	La creación de una Terminal náutico deportiva en la zona del Puerto con todos los deportes y actividades acuáticas que existan para potenciar el deporte y la diversión.
	Instalación toldos anti-ruído en zonas de tránsito peatonal. Instalación cubiertas anti-sol en zonas como plaza San Cristobal o plaza del Mercado Central

EJE 2. ACTUACIONES DE MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA:

En este eje se han comprendido las actuaciones de eficiencia energética incluyendo las de mitigación del cambio climático, actuaciones orientadas a la reducción de la energía requerida para proporcionar productos y servicios turísticos, limitando la contaminación por carbono y estimulando la transición hacia energías renovables, así como actuaciones de movilidad sostenible.

ACTUACIONES CON MAYOR RELEVANCIA	Mitigar los efectos adversos del clima con actuaciones eficientes en términos energéticos que nos permitan facilitar el tránsito de turistas en zonas comerciales y fomentar de esta forma las compras, así como las visitas temáticas
	Habilitación de lanzaderas y vehículos eléctricos que potencien las visitas al Castillo de Santa Bárbara
	Mejora de la iluminación del Castillo Santa Barbara y Bienes de Interés turístico bajo criterios SlowLight con sistemas eficientes energéticamente que permitan reducir la energía.

Otras cuestiones que no se han tenido en cuenta según los Agentes:	Desarrollo de estrategias de fomento del uso de la energía verde.
	Mejora de eficiencia energética en Nueva Tabarca.
	Vigilar las farolas que no estén encendidas durante el día y mantenimiento de las mismas.
	Incentivar ayudas al sector turístico sobre implantación y adquisición de energía verde.
	Planes de Innovación sostenible que creen valor sobre el uso eficiente de la energía verde.

EJE 3. ACTUACIONES EN EL ÁMBITO DE LA TRANSICIÓN DIGITAL:

En este eje se han comprendido todas aquellas actuaciones que facilitan la mejora continua de los procesos incluidos en la cadena de valor turística mediante el uso de la tecnología.

ACTUACIONES CON MAYOR RELEVANCIA	Mejorar herramientas tecnológicas de uso turístico (mejora de webs turísticas, dispositivos móviles, directorios digitales, realidad aumentada que amplíe contenidos, señalización inteligente ampliación de servicios digitales al visitante...) que aporten valor.
	Desplegar un posicionamiento destacado en promoción y marketing digital que consolide el posicionamiento de la ciudad de Alicante en diferentes productos mercados nacionales y europeos.
	Desarrollar la capacitación digital de los agentes del sector turístico por niveles y tipologías.

Otras cuestiones que no se han tenido en cuenta según los Agentes:	Configuración de una herramienta de planificación del viaje en origen
	Mejora en fuentes de información sobre flujos de visitantes en Nueva Tabarca
	Análisis y actuación sobre la capacidad de carga en Nueva Tabarca
	Correcto mantenimiento de las duchas de las playas, están siempre estropeadas y casi no sale presión de agua. Las pasarelas de madera para llegar a la orilla están rotas y algunas con clavos oxidados muy peligrosos.
	Paneles informativos con códigos QR Renovación de paneles informativos en plaza del mar y resto de plazas Código QR para rellenar encuesta de calidad a los visitantes

EJE 4. ACTUACIONES EN EL ÁMBITO DE LA COMPETITIVIDAD:

En este eje se han comprendido todas aquellas acciones de creación de oferta, mejora del producto, creación de equipamientos, embellecimiento de espacios públicos, así como todo lo relacionado con la mejora constante de la gestión del destino.

ACTUACIONES CON MAYOR RELEVANCIA	Desplegar una estrategia de desestacionalización y complementariedad de la actividad turística principal de Sol y Playa (Patrimonio y Cultura, MICE, Náutico, Gastronómico, Naturaleza, Deportivo...)
	Impulsar medidas de reconocimiento de la Ciudad de Alicante que ensalcen y distingan sus valores patrimoniales, culturales y etnográficas (Declaraciones de Interés Turístico tanto a nivel Nacional como Internacional)
	Crear y/o adaptar nuevos atractivos que mejoren la actual oferta turística (Castillos, Torres de la Huerta, Museos, Playa de la Almadraba...)
	Contar con un Palacio de Congresos donde se realicen eventos durante todo el año y se distribuya la demanda.

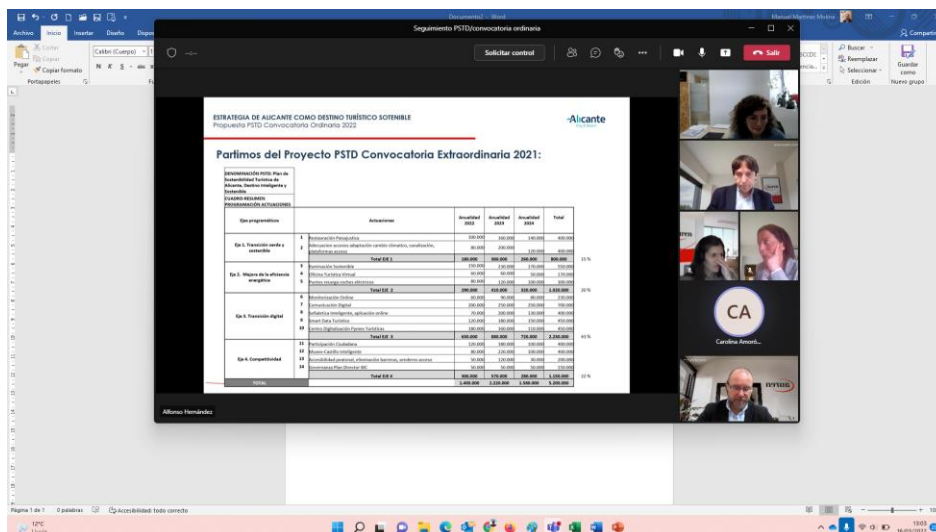
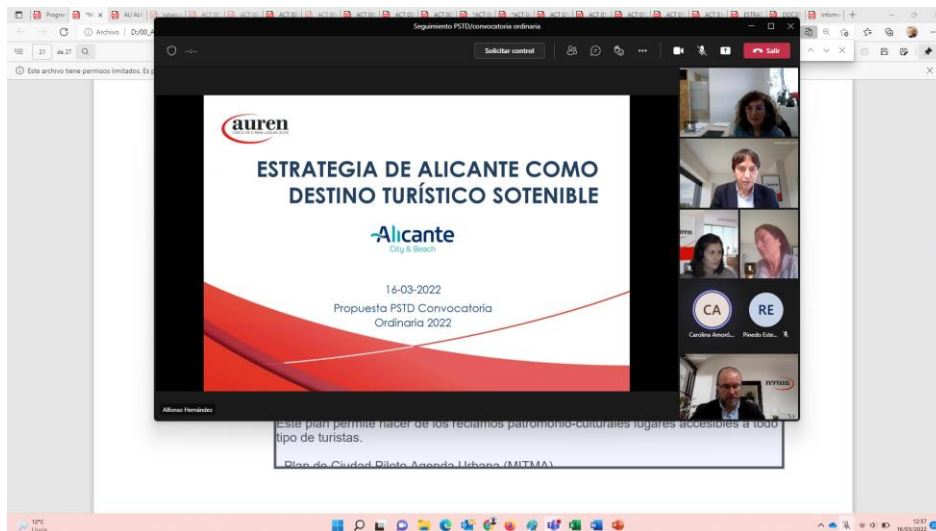
Otras cuestiones que no se han tenido en cuenta según los Agentes:	La eliminación de antenas de comunicación visibles en los recursos turísticos.
	Promoción y apoyo al proyecto que incluye las fortificaciones históricas de Alicante, como el Castillo de Santa Bárbara y Nueva Tabarca, en la declaración de patrimonio mundial por la UNESCO.
	Imprescindible un tren que conecte el Aeropuerto de Alicante y la ciudad. Que este tren sea gratuito para quienes llevan billete de tren de AVE, Talgo, etc. o de avión.
	Evitar fenómenos de masificación turística mediante la planificación de acciones coordinadas entre las distintas instituciones y las asociaciones del sector.
	Potenciar conocimientos locales relacionados con las tradiciones y el patrimonio cultural inmaterial.

4.2.4 Mesas de trabajo

Tanto en Plan como en la Agenda Urbana, en la Mesa del SICTED y en la Comisión para la Recuperación de Alicante se realizaron GRUPOS DE TRABAJO/TALLERES donde se identificaron y consensuaron las propuestas necesarias para transformar el modelo turístico de Alicante. En esos talleres se alcanzaron consensos acerca de las principales y más necesarias acciones a llevar a cabo en la ciudad de cara a dinamizar la actividad turística a lo largo del año y de donde se han extraído las actuaciones para la Estrategia.

Toda esta información ha sido estudiada en REUNIONES INTERNAS, lideradas por la Concejalía de Turismo a través de su ente instrumental Patronato Municipal de Turismo y con el Área de Coordinación de Proyectos para la implementación de actuaciones que impliquen a otras áreas municipales.

A continuación se muestran algunos pantallazos de las mesas técnicas realizadas:



4.3 ANÁLISIS DAFO

En este apartado se extraen las principales conclusiones de cada uno de los puntos de análisis de forma exhaustiva y operativa, ofreciendo una valoración general de todas las características estudiadas.

Para ello, se va a utilizar una matriz DAFO, en la que se han analizado tanto las características internas (fortalezas y debilidades), como externas (oportunidades y amenazas) que definen la futura Estrategia Sostenible del turismo en la ciudad de Alicante.

DEBILIDADES
D.01. Orografía compleja que condiciona la conectividad entre recursos turísticos y su accesibilidad. En algunos casos ha generado deterioro ambiental, pérdida de atractivo y dificultades de acceso.
D.02. Infrautilización de recursos turísticos culturales, patrimoniales y naturales.
D.03. Excesiva dependencia del sol y playa y necesidad de diversificación de la cartera de productos.
D.04. Estacionalidad de la demanda y poca vinculación con otros segmentos.
D.05. Problemas de concentración, tráfico y movilidad en el entorno de los recursos turísticos.
D.06. Déficit de información sobre la disponibilidad de aparcamientos.
D.07. Insuficiente ritmo de incorporación de las TIC en el ámbito turístico, especialmente en materia de inteligencia turística.
D.08. Delitos por cada 1.000 visitantes por encima de la media nacional.
D.09. Desconocimiento de intervenciones promovidas entre las distintas áreas del Ayuntamiento que afectan al sector turístico y viceversa.
D.10. Demanda por parte de los agentes de una mayor coordinación y conocimiento de estrategias y proyectos de otras administraciones (provincial, regional, estatal).

DEBILIDADES (sigue)

D.11. Impactos negativos que el turismo genera en las dinámicas y los procesos urbanos de la ciudad (encarecimiento de la vivienda o conversión en vivienda turística, sustitución del tejido comercial por hostelería, déficits de limpieza, mal uso del espacio público, etc.).

D.12. Antropización de espacios que han ido cambiando y perdiendo su carácter natural, especialmente durante el último medio siglo al estar cada vez más urbanizados.

D.13. Déficit de eficiencia energética de los Equipamientos Turísticos Municipales.

D.14. Baja estancia media en el Destino.

AMENAZAS

A.01. Seguir con la fuerte estacionalidad turística, con el consiguiente desajuste en el uso del espacio público y las dotaciones de servicios e infraestructuras urbanas.

A.02. No recuperación de determinados segmentos turísticos (MICE, cruceros) tras el COVID-19 y determinados mercados como el británico (Brexit).

A.03. Pérdida de competitividad del sol y playa por el cambio climático. Incremento de noches tropicales. Aumento de sucesos meteorológicos adversos como lluvias torrenciales por gota fría o sequías.

A.04. Impactos territoriales y ambientales generados por el amplio desarrollo inmobiliario de ciertas zonas de la ciudad.

A.05. Competencia de otros destinos más avanzados en modelos de gestión sostenible como DTI.

A.06. Pérdida de competitividad por los cambios provocados por el cambio climático (subida del nivel del mar, elevación de temperaturas, aumento de sucesos meteorológicos adversos como lluvias torrenciales por gota fría o sequías...).

FORTALEZAS

F.01. Riqueza del patrimonio urbano y arquitectónico con un alto valor histórico, artístico y cultural, que constituyen activos de gran potencialidad y seña de identidad local.

F.02. Imagen consolidada como Destino.

F.03. Desarrollo de marca de destino "Alicante City & Beach" y de productos turísticos específicos.

F.04. Excelente conectividad del Destino por carretera, tren (alta velocidad y media distancia), aeropuerto internacional y terminal de cruceros.

F.05. Oferta de servicios y equipamientos muy amplia que afianza el atractivo y favorece la actividad turística y el empleo en Alicante.

F.06. Participación y trabajo conjunto en las políticas urbanas y sectoriales de Alicante gracias a un área de Coordinación de Proyectos.

F.07. Buena operatividad en la gestión turística gracias a la existencia del Patronato de Turismo y Playas.

F.08. Buena colaboración público-privada en el sector turístico.

F.09. Consecución de financiación de planes de sostenibilidad turística.

F.10. Ayudas por parte del Patronato puestas a disposición del sector (subvenciones, Convenios...).

F.11. Actuaciones de inclusión en el ámbito turístico (Plan de Accesibilidad de Alicante, Programa "Alicante fácil" ...).

F.12. Agenda Urbana de Alicante.

F.13. Plan Director DTI de Alicante.

F.14. Presencia de varios sistemas y/o sellos de calidad que mejoran el sector turístico (SICTED, Solete Repsol, L'Exquisit Mediterrani...).

OPORTUNIDADES

O.01. Patrimonio natural infrautilizado, que puede constituir la base sobre la que desarrollar actuaciones y estrategias de diversificación turística.

O.02. Programas de ayudas europeos para promover un desarrollo turístico equilibrado, sostenible e integrado en Alicante.

O.03. Metodología de Diagnóstico y Plan de Acción del Destino Turístico Inteligente al servicio de una Alicante más sostenible turísticamente.

O.04. Potencial turístico sin explotar, vinculado a determinados activos o recursos que requieren de actuaciones de rehabilitación, reforma y puesta en valor.

O.05. Diversificación de la oferta turística para captar otros nichos de mercado y desestacionalizar la actividad: aprovechamiento del patrimonio cultural y natural.

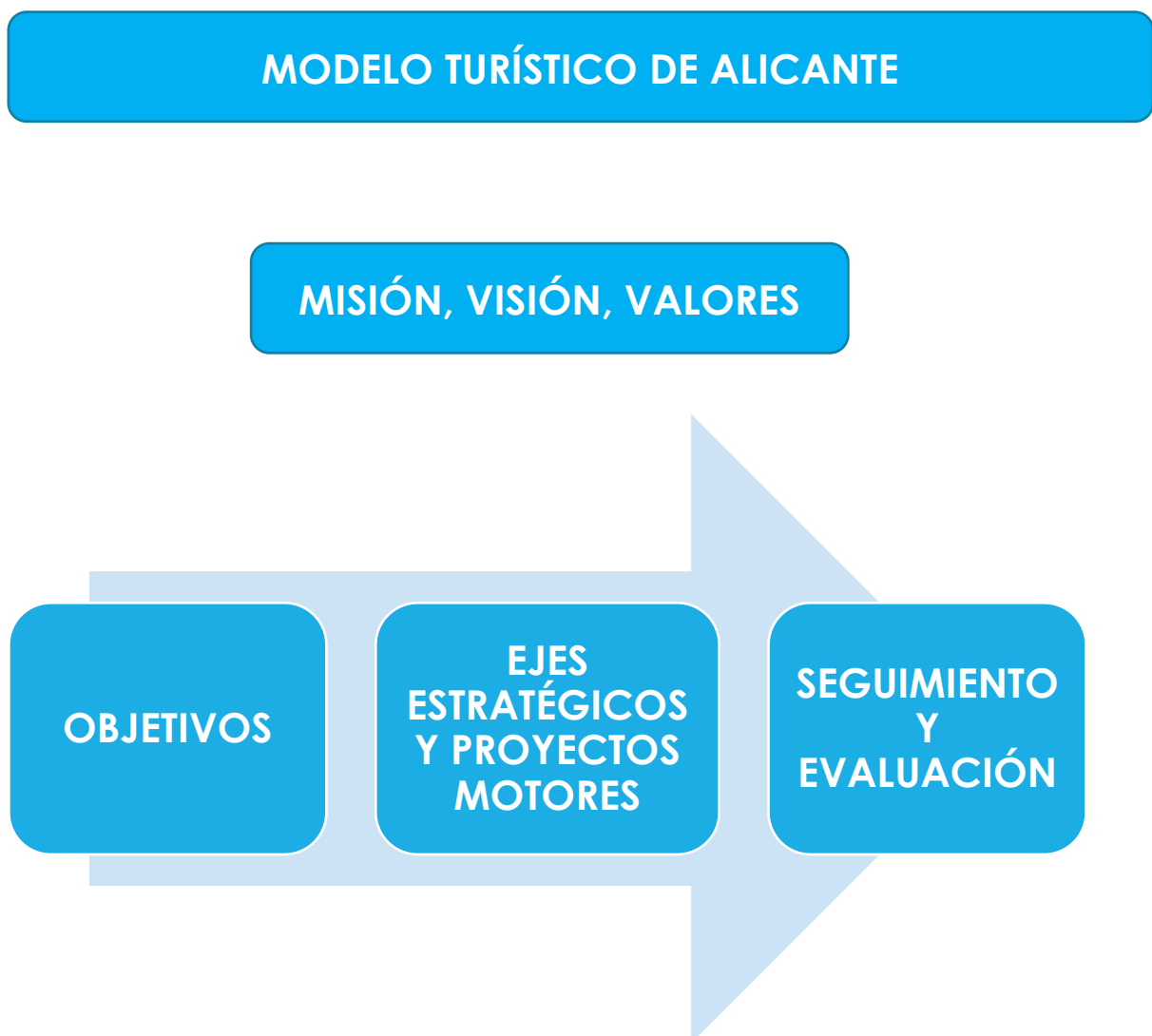
O.06. Consolidación como DTI.

O.07. Captación de nuevos segmentos como los nómadas digitales.

Una vez establecido el diagnóstico de la situación actual del sector turístico en la ciudad de Alicante, se establece a continuación el Modelo Turístico y el Plan de Actuación con el que hacer frente a los retos y desafíos a los que se enfrenta el sector turístico de la ciudad de Alicante.

5. MARCO ESTRATÉGICO

En las siguientes páginas se operativiza *la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027* (en adelante EADTS o la Estrategia):



5.1. MODELO TURÍSTICO DE ALICANTE

La **Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027** se fundamenta tras realizar una reflexión participada sobre el horizonte hacia el que la ciudad quiere avanzar como Destino Turístico. Para ello ha tenido muy en cuenta su carácter urbano y la necesaria inclinación hacia la sostenibilidad y la tecnologización del sector, algo ya indiscutible. Por tanto, la EADTS se cimenta en la Agenda 2030, la Agenda Urbana Española y en su prolongación local, la Agenda Urbana de Alicante, desde donde emana esta Estrategia como *Proyecto Estratégico nº 9: Alicante Destino Turístico Sostenible*.

Pero también se ha reflexionado en el propio contexto en el que actualmente se están desarrollando los programas estratégicos globales y de turismo para los destinos, ciudades y territorios en su conjunto (Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos del Gobierno de España, Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025, Red DTI de la Comunitat Valenciana y Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante).

Esto nos ha llevado a hacer un planteamiento estratégico sólido y duradero en el tiempo, con **un modelo turístico que impulse y posicione a la ciudad de Alicante dentro de los territorios que apuestan por la sostenibilidad, la tecnología, la innovación, la accesibilidad y la inteligencia turística**. Por tanto, el desarrollo de la EADTS contempla las directrices y recomendaciones de aquellas iniciativas y postulados teóricos más influyentes dentro del actual panorama turístico. Todo ello con la finalidad de estar preparados para un nuevo modelo turístico más sostenible y facilitar la potencial adecuación a los distintos fondos de financiación, tan necesarios para llevar a buen puerto los objetivos que se proponen con la Estrategia.

MARCO GLOBAL DE REFERENCIA DE LA NUEVA ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE ALICANTE 2023-2027



5.2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES ESTRATÉGICOS

MISIÓN:

La Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027 tiene la misión de trabajar hacia la reconversión del Destino, orientándolo hacia la diversificación de la oferta, la desconcentración de los flujos turísticos y la desestacionalización de la demanda, bajo el paraguas de la sostenibilidad y la transformación digital.

VISIÓN:

En el ámbito temporal 2027, la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027 tiene el propósito de ser un referente en turismo sostenible bajo las siguientes características:

- Habiendo avanzado hacia un Destino más sostenible gracias a la renaturalización de espacios, el avance en la eficiencia energética y la movilidad sostenible.
- Habiéndose consolidado como Destino Turístico Inteligente.
- Habiendo posicionado la ciudad de Alicante como un Destino Turístico con una oferta turística diversificada de reconocido prestigio.
- Habiendo incrementado la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.
- Habiendo mejorado la capacitación y adaptación de las empresas en la transformación digital, la sostenibilidad y la calidad del servicio.
- Habiendo disminuido la estacionalidad del Destino.

VALORES:

Los valores que orientarán la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027 son los siguientes:

- Participación, colaboración y coordinación con los agentes del sector que facilite el modelo de gobernanza turística.
- Flexibilidad en la adecuación de las estrategias a la realidad cambiante y las nuevas oportunidades en el sector.
- Sostenibilidad, como equilibrio permanente entre el desarrollo económico y el respeto al medio ambiente, anteponiendo la calidad frente a la cantidad.
- Adecuación de la transformación digital a las diferentes realidades del sector.
- El dato y la inteligencia turística, en el centro de la estrategia.

5.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Conforme al modelo turístico proyectado para la ciudad de Alicante, se ha definido un gran Objetivo Estratégico y 5 Objetivos Específicos a conseguir con *la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027* conforme a los retos a los que se enfrenta la ciudad de Alicante como Destino Turístico Sostenible e Inteligente identificadas a lo largo del Diagnóstico:

OBJETIVO ESTRATÉGICO

El Objetivo Estratégico de *la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027* es "**avanzar en la reconversión del Destino, orientándolo hacia la diversificación de la oferta, la desconcentración de los flujos turísticos y la desestacionalización de la demanda, bajo el paraguas de la sostenibilidad y la transformación digital**".

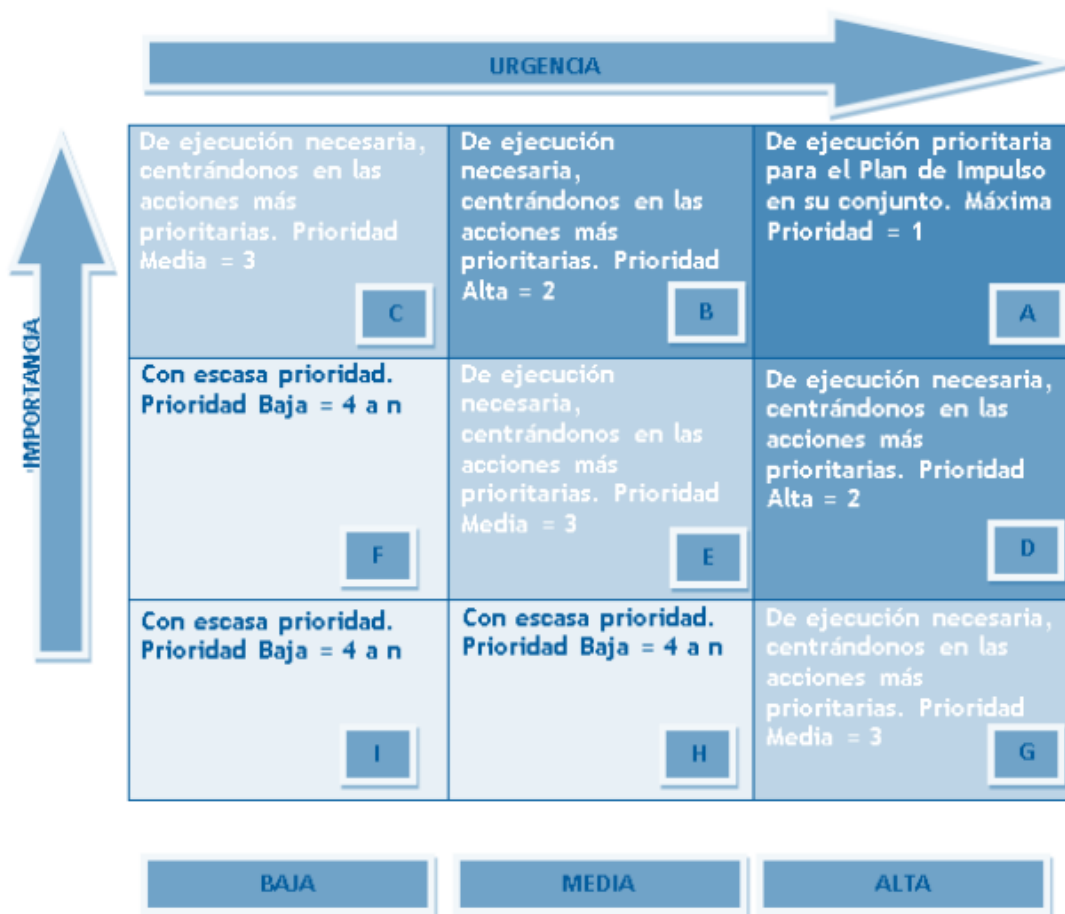
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Este gran Objetivo Estratégico está estructurado a través de 5 Objetivos Específicos, vinculados a los grandes Ejes Estratégicos:

- 1** OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.
- 2** OE2: Avanzar hacia un Destino más sostenible mediante la restauración ambiental y la lucha contra el cambio climático.
- 3** OE3: Construir un Destino más accesible e inclusivo.
- 4** OE4: Consolidar la ciudad de Alicante como Destino Turístico Inteligente.
- 5** OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

5.4. MARCO DE ACTUACIÓN

Para conseguir los objetivos propuestos, la *Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027* plantea 5 Ejes Estratégicos que pretenden mejorar, potenciar, corregir o mantener, los aspectos críticos identificados en el sector turístico de la ciudad de Alicante. Los 5 Ejes Estratégicos se despliegan en 22 Proyectos Motores que operativizarán la Estrategia. Cada Proyecto Motor tiene establecida una prioridad concreta, que se ha aplicado conforme al siguiente planteamiento:



Igualmente, la periodicidad viene entendida conforme al siguiente esquema: a corto plazo (2023), a medio plazo (2024-25) y largo plazo (a partir de 2026):



5.4.1. SÍNTESIS DEL PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA

Para una mejor comprensión, a continuación se indica un índice donde se compilan de forma sintética los Ejes Estratégicos y los Proyectos Motores a ejecutar en *la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027*.

En cualquier caso, como planeamiento estratégico, el desarrollo como Destino Turístico Sostenible e Inteligente de la ciudad de Alicante debe suponer una labor de trabajo continua, con mediciones temporales que permitan la adaptación de la Estrategia y no centrarse en esfuerzos aislados. Por tanto, debe trabajarse de forma holística, transversal y no parcelaria. Es decir, de poco sirve avanzar solo en un ámbito si se descuida el resto y siempre teniendo muy en cuenta que un Plan Estratégico es tanto un proyecto de ciudad, como un proyecto empresarial³ y, por tanto, tiene un elevado componente de corresponsabilidad compartida entre la esfera pública y la privada.

³ El objetivo último es mejorar la actividad económica de las empresas turísticas de Alicante, en este caso.

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES
E1: GOBERNANZA	PM01: Grupo Motor y de Seguimiento
	PM02: Foro interdepartamental
	PM03: Coordinación Inter administraciones
	PM04: Gestión proyectos europeos
	PM05: Comunicación y sensibilización de Residentes y Turistas
	PM06: Ayudas al sector
E2: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE	PM07: Restauración ambiental del Destino
	PM08: Adaptación al cambio climático
EJE 3: DESTINO INCLUSIVO Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE	PM09: Movilidad sostenible
	PM10: Alicante, Destino accesible
	PM11: Alicante, Destino energéticamente eficiente
EJE 4: TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO	PM12: Consolidación como DTI
	PM13: Integración y mejora de herramientas tecnológicas
	PM14: Promoción y marketing digital
	PM15: Alicante, destino de teletrabajadores y nómadas digitales
EJE 5: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	PM16: Desarrollo de un plan operativo anual
	PM17: Consolidación de segmentos maduros
	PM18: Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas
	PM19: Articulación y facilitación de la comercialización de la oferta en el Destino
	PM20: Alicante, Destino de Calidad
	PM21: Alicante, Destino seguro
	PM22: Programa de capacitación del sector.

5.4.2. DESARROLLO DEL PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA

El Plan de Actuación Turística está clasificado en Ejes Estratégicos y Proyectos Motores, los cuales están desarrollados en fichas con la siguiente estructura: nº de Ficha y su estructuración en partes; denominación del Eje Estratégico; denominación del Proyecto Motor; Objetivo Estratégico; Marco de partida y/o desarrollo; Prioridad; Entes implicados ; Agente principal; Costes aproximados; Fuentes de financiación; Objetivo general; Objetivos específicos; Calendario de ejecución; Duración de la actuación; Indicadores de ejecución y seguimiento.

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

Este Eje Estratégico tiene el objetivo de favorecer un entorno de colaboración público-privada que facilite el desarrollo del modelo turístico de la ciudad de Alicante: sostenible, tecnologizado, innovador, accesible y turísticamente inteligente; bajo el principio de equilibrio y entendimiento entre los agentes públicos y privados.

Para operativizar este Eje Estratégico se han trazado 6 Proyectos Motores:

- **PM01: Grupo Motor y de Seguimiento.**
- **PM02: Foro interdepartamental.**
- **PM03: Coordinación Inter administraciones.**
- **PM04: Gestión proyectos europeos.**
- **PM05: Comunicación y sensibilización de Residentes y Turistas.**
- **PM06: Ayudas al sector.**

FICHA Nº 1. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

PROYECTO MOTOR PM01: GRUPO MOTOR Y DE SEGUIMIENTO

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La Gobernanza es uno de los pilares más importantes para progresar como Destino Turístico, siendo un elemento clave dentro del modelo DTI-CV para garantizar el correcto desarrollo de su gestión en clave inteligente.


La ciudad de Alicante ya cuenta con un marco de colaboración efectivo a través del Patronato Municipal de Turismo y Playas, disponiendo como órganos la Junta Rectora⁴ con función más política y ejecutiva y la Asamblea General como órgano asesor-consultivo. Pero para incidir en la Gobernanza para el éxito de la Estrategia, sin duda, hay que aprovechar el reparto de los nuevos fondos europeos del Plan de Recuperación y del Marco de Financiación europea 2021-2027. Igualmente, hay que explotar el propio impulso del proceso participativo desarrollado en el marco de desarrollo de la Estrategia para crear compromisos y alianzas fuertes entre todos los agentes implicados, tanto públicos como privados, para construir juntos y abordar los múltiples retos sociales, económicos y ambientales a los que se enfrenta el sector turístico de la ciudad de Alicante.

Por ello, se ha propuesto un primer Proyecto Motor donde crear un Grupo Motor de impulso a la Estrategia, donde coordinar la puesta en marcha y medición del desarrollo de la *Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027*, así como de identificar las oportunidades que ofrezcan el propio mercado o los fondos de financiación. Este Grupo Motor debe ser un equipo de trabajo técnico y reducido, donde estén representados tanto el propio equipo técnico del Patronato, como un área de coordinación del resto de áreas del Ayuntamiento⁵, así como del sector privado, incorporando incluso la visión de las personas residentes en el desarrollo y la gestión turística de la ciudad de Alicante. Dentro de las funciones del Grupo Motor deben encontrarse la coordinación de puesta en marcha de actuaciones, el seguimiento, el monitoreo y la evaluación de la implementación de la Estrategia para tomar el rumbo y soluciones adecuadas en cada momento.

⁴ La Junta Rectora pasará a denominarse Consejo Rector tras la modificación estatutaria del Patronato.

⁵ Como área con mayor conocimiento y participación en el resto de áreas municipales, se recomienda que este espacio sea ocupado por el Servicio de Coordinación de Proyectos del Ayuntamiento de Alicante; mientras que desde el sector privado se hará una petición formal para aquellas agrupaciones o empresas interesadas en participar.

FICHA Nº 1. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM01: GRUPO MOTOR Y DE SEGUIMIENTO (sigue)			
ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> Preparación de un reglamento interno. Elección de participantes. Calendarización de reuniones de trabajo. Reportes al Patronato (Junta Rectora y Asamblea General). 		
PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato, Servicio de Coordinación de Proyectos y agentes del sector.		
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios de los agentes intervinientes.		
OBJETIVO GENERAL:	Disponer de un equipo de evaluación continua de la <i>Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027</i> .		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Hacer operativa la estrategia turística de Alicante. Incluir la visión de todos los agentes del sector en la gestión turística de la ciudad de Alicante. Aprovechar sinergias y oportunidades del mercado y la financiación. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Junio de 2023 ⁶
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> N.º de agentes intervinientes. N.º de reuniones/año. N.º de desviaciones/oportunidades relevantes detectadas. N.º de reportes al Patronato. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 		

⁶ Una vez implementado el Grupo Motor, desarrollo continuado a lo largo de la Estrategia.

FICHA Nº 2. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

PROYECTO MOTOR PM02: FORO INTERDEPARTAMENTAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Disponer de un Destino Turístico de referencia precisa de un marco de coordinación permanente entre el sector público y privado, pero también entre las diferentes áreas del Ayuntamiento que analice de forma integral las necesidades de la ciudad, puesto que son muchas las actuaciones que repercuten en el sector turístico de Alicante y que no son competencia propia del Patronato de Turismo. Esto es así porque las actuaciones para dinamizar el sector turístico son transversales y deben intervenir diferentes áreas.

El ejemplo más claro y reciente se ha producido durante el proceso de solicitud de ayudas en las convocatorias de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (tanto en convocatorias ordinaria como extraordinaria de los fondos Next Generation). Durante este proceso, ha sido necesario mantener reuniones de trabajo constantes con diferentes áreas, lideradas por la Concejalía de Turismo a través de su ente instrumental Patronato Municipal de Turismo y con el Área de Coordinación de Proyectos para la implementación de actuaciones que implicaban a otras áreas municipales para coordinar los diferentes proyectos a poner en marcha (cultura, movilidad y tráfico, nuevas tecnologías, patrimonio, transporte y accesibilidad, urbanismo...).

Estas jornadas de trabajo no deben ser puntuales, porque en ella se demostró que son muchas las actuaciones planteadas o diseñadas por el resto de áreas que pueden beneficiar al sector turístico y que no son conocidas por el área de turismo. Por ello, este Proyecto Motor plantea la creación de un foro interdepartamental liderado con el Área de Coordinación de Proyectos donde ir volcando en forma de fichas, información clave de los distintos proyectos de envergadura proyectados y que pueden ser de interés para el Destino (denominación del Proyecto, periodo de ejecución, año previsto de inicio y finalización, estado actual de ejecución, inversión necesaria, si se ha solicitado inversión y dónde...). Esta información, fortalecida con reuniones técnicas con una periodicidad determinada (trimestrales o cuatrimestrales), será de vital importancia para tener una visión más completa de las posibilidades de desarrollo del Destino y priorizar actuaciones, especialmente a la hora de solicitar fondos europeos.


ACTUACIONES:

- Elección de participantes.
- Diseño de la ficha tipo de proyecto y proceso de aportación de la información.
- Calendarización de reuniones de trabajo.
- Reportes al Patronato (Junta Rectora y Asamblea General).

PRIORIDAD:

ALTA

FICHA Nº 2. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM02: FORO INTERDEPARTAMENTAL (sigue)			
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato, Servicio de Coordinación de Proyectos y representantes de las áreas municipales.		
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios de los agentes intervinientes.		
OBJETIVO GENERAL:	Disponer de información de actuaciones que afectan a la ciudad de Alicante como Destino Turístico.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener un conocimiento conjunto de actuaciones que afectan al Destino Turístico. ▪ Coordinar las áreas en materia turística. ▪ Priorizar actuaciones a poner en marcha. ▪ Aprovechar sinergias y oportunidades de financiación. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Marzo de 2023 ⁷
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de áreas intervinientes. ▪ N.º de reuniones/año. ▪ N.º de proyectos identificados. ▪ N.º de proyectos priorizados. ▪ N.º de reportes al Patronato. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 		

⁷ Una vez implementado el Foro, desarrollo continuado a lo largo de la Estrategia.

FICHA Nº 3. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

PROYECTO MOTOR PM03: COORDINACIÓN INTERADMINISTRACIONES

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Una de las demandas con mayor incidencia entre los diferentes agentes del sector ha consistido en la necesidad de proyectar un procedimiento más dinámico de coordinación y conocimiento de estrategias y proyectos de otras administraciones (provincial, regional, estatal) para alinear las sinergias locales dentro del ámbito turístico.

En este sentido, desde el Patronato Municipal de Turismo y Playa se intensificará la solicitud de reuniones periódicas con las diferentes administraciones en materia turística para disponer de información actualizada de las diferentes estrategias y proyectos de otras administraciones y tener más posicionado ante estos agentes el Destino ciudad de Alicante.

ACTUACIONES:

- Calendarización interna de solicitud de reuniones con el resto de administraciones.
- Planteamiento de los proyectos locales a las diferentes administraciones.
- Difusión al sector.
- Reportes al Patronato (Junta Rectora y Asamblea General).

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Equipo directivo y técnico del Patronato y de otras administraciones (provincial, regional, estatal).

AGENTE PRINCIPAL:

Patronato Municipal de Turismo y Playas.

COSTES APROXIMADOS:

Sin presupuesto o muy bajo.

FUENTES DE FINANCIACIÓN:

Recursos propios de los agentes intervinientes.

OBJETIVO GENERAL:

Posicionar el Destino ciudad de Alicante ante el resto de administraciones del ámbito turístico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Tener un procedimiento más dinámico de coordinación con otras administraciones en el ámbito turístico.
- Tener un conocimiento actualizado de las estrategias turísticas de otras administraciones.
- Aprovechar sinergias y oportunidades de financiación.

FICHA Nº 3. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM03: COORDINACIÓN INTERADMINISTRACIONES (sigue)			
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Marzo de 2023 ⁸
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de reuniones/año. ▪ N.º de proyectos/estrategias identificadas. ▪ N.º de proyectos priorizados. ▪ N.º de reportes al Patronato. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 		

⁸ Una vez implementada la estrategia de coordinación, desarrollo continuado a lo largo de la Estrategia.

FICHA Nº 4. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

PROYECTO MOTOR PM04: GESTIÓN DE PROYECTOS EUROPEOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Para intentar solventar la crisis socioeconómica generada por el Covid-19, el Consejo Europeo acordó un instrumento excepcional de recuperación temporal conocido como Next Generation EU (Próxima Generación UE) por un importe de 750.000 millones de euros. El Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia (MRR) constituye el núcleo del Fondo de Recuperación y está dotado con 672.500 millones de euros, de los cuales 360.000 millones se destinarán a préstamos y 312.500 millones de euros se constituirán como transferencias no reembolsables. Su finalidad es apoyar la inversión y las reformas en los Estados Miembros para lograr una recuperación sostenible y resiliente, al tiempo que se promueven las prioridades ecológicas y digitales de la UE.

En clave española, con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), el Estado está guiando la ejecución de 72.000 M€ de los fondos europeos Next Generation hasta el 2023. El Turismo se enmarca en la quinta Política Palanca del PRTR, dentro del Componente 14, con el Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico, dotado con 3.400M€. El Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos que está ejecutando la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), contempla una inversión pública directa a los destinos turísticos de 1.900M€, con el objetivo de transformarlos bajo parámetros de sostenibilidad ambiental, territorial, social y económica.

En materia turística, el Ayuntamiento de Alicante ha conseguido financiación para el Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD) en la convocatoria extraordinaria del 2022 (a la que hay que añadir la financiación conseguida en el mismo año en la convocatoria ordinaria). La gestión técnica, administrativa y financiera de un Plan con financiación europea requiere de personal especializado y experimentado en dichas tareas. De este modo el destino podrá ejecutar y evaluar, en coordinación con la Comisión de Seguimiento y cualquier otro mecanismo de control, el PSTD en las mejores condiciones y con resultados óptimos, que garanticen el éxito del proyecto.

La ejecución de un Plan de esta envergadura requiere de una gestión eficaz para poder realizar todas las actuaciones que incluye, en los plazos previstos y con los recursos disponibles, además de darle difusión a los resultados, establecer canales de comunicación con otros proyectos, prever la continuidad de las actuaciones a futuro y demás tareas previstas. Para realizar esta gestión, el Ayuntamiento de Alicante utilizará sus propios recursos humanos y contratará, a través de una licitación, el servicio de Asistencia Técnica necesario para su desarrollo.

ACTUACIONES:

- Licitación del servicio de Gestión del PSTD.
- Ejecución del servicio.
- Reportes al Patronato (Junta Rectora y Asamblea General).

FICHA Nº 4. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM04: GESTIÓN DE PROYECTOS EUROPEOS (sigue)			
PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	Patronato Municipal de Turismo y Playas, Turisme Valencia y Secretaría de Estado de Turismo.		
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
COSTES APROXIMADOS:	50.000-60.000 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fondos Next Generation. ▪ Presupuestos del Patronato Municipal de Turismo y Playas. 		
OBJETIVO GENERAL:	Garantizar un sistema de control y coordinación eficaz del Plan de Sostenibilidad Turística.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión administrativa y financiera de las actuaciones. ▪ Cumplimiento de la normativa de Fondos Europeos. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Diciembre de 2025
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ % ejecución de actuaciones por Ejes. ▪ Seguimiento periódico de gastos. ▪ Nº de incidentes gestionados. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 		

FICHA Nº 5. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

PROYECTO MOTOR PM05: COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE RESIDENTES Y TURISTAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Directamente alineado con la *Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana* y de su principio general de hospitalidad y equilibrio entre turistas y vecinos, el nuevo modelo turístico de la ciudad de Alicante apuesta por la sostenibilidad y la inteligencia turística, lo que implica transmitir una mayor sensibilidad ante los impactos que genera el turismo, tanto ambientales como sociales, especialmente aquellos que perjudican la calidad de vida de las personas residentes, que en ocasiones llegar a provocar procesos de gentrificación (desplazamiento de los residentes en beneficio del turista), lo que provoca turistificación y sobreturismo (overtourism) en algunos espacios e, incluso, turismofobia.

Para minimizar la incidencia del turismo en las dinámicas y los procesos urbanos de la ciudad (encarecimiento de la vivienda o conversión en vivienda turística, sustitución del tejido comercial por hostelería, déficits de limpieza, mal uso del espacio público, etc.) es preciso llevar a cabo un proceso de comunicación y sensibilización (campañas, manuales de buenas prácticas al turista, medidas regulatorias, encuestas de satisfacción, aplicaciones de incidencias, encuentros vecinales...), orientada a las partes implicadas (residente-turista). Una declaración de los esfuerzos y éxitos de todas las iniciativas puestas en marcha, de forma que quede patente el compromiso de la ciudad con el desarrollo sostenible turístico de Alicante y del que se haga partícipe a residentes y turistas, como principales protagonistas de los logros obtenidos.

En todo este proceso hay que tener en cuenta la visión de los residentes para incorporarla en el desarrollo turístico de Alicante y tomar las decisiones más coherentes en materia turística, protegiendo el medio ambiente y evitando o reduciendo el conflicto con las personas residentes.

ACTUACIONES:

- Iniciar un proceso participativo con las personas residentes en el ámbito turístico.
- Diseñar y ejecutar el Plan de Comunicación y Sensibilización de residentes y turistas.
- Realización de campañas de sensibilización hacia la actividad turística.

PRIORIDAD:

MEDIA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo y Playas, agentes del sector, turistas y residentes.

AGENTE PRINCIPAL:

Patronato Municipal de Turismo y Playas.

FICHA Nº 5. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM05: COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE RESIDENTES Y TURISTAS (sigue)			
COSTES APROXIMADOS:	15.000-18.000 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos Next Generation. Presupuestos del Patronato Municipal de Turismo y Playas. 		
OBJETIVO GENERAL:	Consolidar un turismo responsable y sostenible en el Destino Alicante.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Contar con la participación de las personas residentes en la planificación turística. Transmitir la importancia del sector turístico en el sistema productivo local. Conseguir una imagen positiva del turismo frente a la ciudadanía. Evitar la gentrificación turística. Proteger el medio ambiente del impacto del mal turismo. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de actuaciones planteadas. Nº de agentes participantes. Nivel de satisfacción (turistas/residentes). 		
RELACIÓN CON LOS ODS	 		

FICHA Nº 6. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E1. GOBERNANZA

PROYECTO MOTOR PM06: AYUDAS AL SECTOR

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE1: Incrementar la operatividad y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Como consecuencia de la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el COVID-19, el Patronato Municipal de Turismo y Playas ha puesto en marcha una línea de ayudas dirigidas a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro representantes del sector empresarial turístico, con el propósito de reactivar la ciudad de Alicante como destino turístico.

Esta línea de ayudas, llevada a cabo en un periodo de excepcionales circunstancias, se han mostrado muy útiles para reactivar el sector. En el contexto de cambio de modelo turístico de la ciudad de Alicante, se considera necesario apoyar a los agentes y empresas del sector para su mejora y adaptación al modelo sostenible e inteligente de Alicante. Por ello, se estudia abrir nuevas líneas de ayudas al sector en las materias de impulso a la sostenibilidad, eficiencia energética, transición digital y competitividad: mejora de la eficiencia energética y reducción del consumo de energía, economía circular, soluciones tecnológicas y de transformación digital, marketing digital, sistemas de calidad turística y gastos similares asociados al nuevo modelo turístico.

ACTUACIONES:

- Estudiar la viabilidad de las nuevas líneas de ayudas.
- Diseño y convocatoria de las ayudas.
- Medición del impacto y resultados de las ayudas.

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo y Playas y agentes del sector.

AGENTE PRINCIPAL:

Patronato Municipal de Turismo y Playas.

COSTES APROXIMADOS:

250.000-500.000 €/año.

FUENTES DE FINANCIACIÓN:

- Presupuestos del Patronato Municipal de Turismo y Playas.

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar el modelo turístico sostenible e inteligente de la ciudad de Alicante.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Ayudar a los agentes y las empresas del sector turístico a adaptarse al modelo turístico de Alicante.
- Medir el impacto de estas ayudas.

FICHA Nº 6. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM06: AYUDAS AL SECTOR (sigue)			
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Diciembre de 2023 ⁹
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo o no de la nueva línea de ayudas. ▪ Presupuesto destinado/ejecutado. ▪ Nº y tipología de gastos subvencionables planteados. ▪ Nº de solicitudes realizadas/ejecutadas. ▪ Impacto generado por las ayudas. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

⁹ Una vez estudiada la viabilidad, acción continuada a lo largo de la Estrategia Turística

EJE ESTRATÉGICO: E2. TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE

Este Eje Estratégico tiene el objetivo de mitigar el cambio climático con actuaciones locales y recuperar espacios naturales y/o muy antropizados mediante procesos de recuperación, restauración ambiental y de renaturalización para reorientar nuestro modelo productivo turístico hacia la transición verde.

Para operativizar este Eje Estratégico se han trazado 2 Proyectos Motores:

- **PM07: Restauración ambiental del Destino**
- **PM08: Adaptación al cambio climático.**

FICHA Nº 7. PARTE 1/3

EJE ESTRATÉGICO: E2. TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE

PROYECTO MOTOR PM07: RESTAURACIÓN AMBIENTAL DEL DESTINO

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE2: Avanzar hacia un Destino más sostenible mediante la restauración ambiental y la lucha contra el cambio climático.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El desarrollo de un turismo de litoral desde hace unos 200 años (desde principios del siglo XIX la ciudad comenzó a atraer visitantes de otras partes del país y ya la línea férrea Madrid-Alicante, inaugurada en 1858, le dio el impulso definitivo a este sector) ha ido provocando la antropización de espacios que han ido cambiando y perdiendo su carácter natural, especialmente durante el último medio siglo al estar cada vez más urbanizados.

Esto implica la necesidad de renaturalización de áreas turísticas muy antropizadas, recuperando, adecuando e integrando estos espacios -otrora naturales- en la oferta turística municipal, mejorando problemas de vertidos, de saneamiento y restauración paisajística de zonas degradadas, como por ejemplo en la playa de la Almadraba; dotar de espacios públicos de calidad ambiental que vertebrén y den continuidad, como el Corredor Litoral; renovación y creación nuevos parques urbanos o periurbanos que aumenten la dotación verde de la ciudad; proyectos de economía circular y mejora del sistema de recogida de residuos; así como actuaciones similares.

Actuaciones que afronten la transformación turística sostenible de la ciudad de Alicante desde estrategias blandas, flexibles y naturales, que tiendan hacia la "desurbanización", buscando recuperar el equilibrio entre lo natural y lo construido y articulando la oferta mediante itinerarios y actuaciones verdes, que ayude a su vez a la actual oferta de sol y playa con una oferta complementaria cultural, patrimonial y de naturaleza.

FICHA Nº 7. PARTE 2/3

PROYECTO MOTOR PM07: RESTAURACIÓN AMBIENTAL DEL DESTINO (sigue)			
ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renaturalización de la Almadraba. ▪ Regeneración ambiental y patrimonial del tramo de Alicante del Río Montnegre de Alicante. ▪ Corredor Litoral. ▪ Renovación y creación de zonas verdes. ▪ Proyectos de economía circular y mejora del sistema de recogida de residuos. ▪ Actuaciones similares. 		
PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato y resto de áreas del Ayuntamiento.		
AGENTE PRINCIPAL:	Áreas implicadas en cada proyecto.		
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendientes de estudios de detalle.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fondos europeos. ▪ Fondos estatales. ▪ Fondos de la Comunitat Valenciana. ▪ Fondos provinciales. ▪ Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Renaturalizar áreas turísticas antropizadas y/o no aprovechadas integrándola en la oferta turística municipal.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avanzar hacia un Destino más sostenible mediante la restauración ambiental. ▪ Renaturalización de áreas turísticas muy antropizadas. ▪ Generar espacios públicos de calidad ambiental. ▪ Vertebrar el espacio turístico. ▪ Dotar de mayores espacios verdes a la ciudad. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística

FICHA Nº 7. PARTE 3/3

PROYECTO MOTOR PM07: RESTAURACIÓN AMBIENTAL DEL DESTINO (sigue)

INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO

- M² de espacios naturales intervenidos.
- M² y lineales de recorridos peatonales conseguidos.
- Número y tipologías de nuevas especies vegetales implantadas.

RELACIÓN CON LOS ODS



FICHA Nº 8. PARTE 1/3

EJE ESTRATÉGICO: E2. TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE

PROYECTO MOTOR PM08: ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE2: Avanzar hacia un Destino más sostenible mediante la restauración ambiental y la lucha contra el cambio climático.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Alicante, como Destino de litoral, tiene una preocupante amenaza de pérdida de competitividad por los cambios provocados por el cambio climático (subida del nivel del mar, elevación de temperaturas, aumento de sucesos meteorológicos adversos como lluvias torrenciales por gota fría o sequías...).

En consonancia con la necesaria mitigación de los efectos del cambio climático y la paulatina transformación de Alicante hacia un Destino Sostenible, nuestra Estrategia plantea alcanzar mejoras en la eficiencia energética y la movilidad sostenible (EJE 3: DESTINO INCLUSIVO Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE), pero también llevar a cabo actuaciones que permitan mejorar o incorporar infraestructuras para la prevención de los riesgos que provoca el cambio climático (incendios, inundaciones, etc.) y la mejora del ciclo integral del agua.

Por ello, se pretende realizar intervenciones hidráulicas y ecosistémicas para mejorar las aguas de baño, evitar la contaminación del mar y evitar riesgos personales y daños materiales, en caso de lluvias de moderada o fuerte intensidad, algo que cada vez está ocurriendo más frecuentemente en el Levante español. Entre estas actuaciones se encuentran también los parques de tormentas que, además de su potencial uso para el ocio, cumplen una esencial función hidráulica: en caso de lluvias intensas sirve como vaso de retención de aguas pluviales, minimizando así el riesgo de inundación.

Igualmente, este Proyecto Motor trabajará en la mejora de la prevención de incendios en zonas verdes de las áreas turísticas como el Monte Benacantil, incluyendo el sistema de alerta temprana Smart Castle, que forma parte de un proyecto de mayor envergadura diseñado en el Plan Smart City de la Ciudad de Alicante denominado Smart & Green, dentro de su Objetivo Específico 2: Desplegar Infraestructura TIC y cuyo objetivo general es utilizar la tecnología para hacer de la ciudad de Alicante un entorno inteligente, capaz de preservar y proteger el medio ambiente y optimizar los recursos naturales -agua, energía y residuos- mediante la convergencia de tecnologías de IoT y BigData, digitalizando las infraestructuras físicas mediante sensores, redes y capacidades sociales.

FICHA Nº 8. PARTE 2/3

PROYECTO MOTOR PM08: ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO (sigue)

ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar un Plan de Actuación en materia de cambio climático: análisis de riesgos medioambientales, plan de emergencia climática, acciones de mitigación y adaptación en corto, medio y largo plazo. ▪ Intervenciones hidráulicas y ecosistémicas (Playa la Almadraba). ▪ Parques inundables. ▪ Mejora del ciclo integral del agua. ▪ Prevención contra incendios. ▪ Actuaciones similares. 		
PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato y resto de áreas del Ayuntamiento.		
AGENTE PRINCIPAL:	Áreas implicadas en cada proyecto.		
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendientes de estudios de detalle.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fondos europeos. ▪ Fondos estatales. ▪ Fondos de la Comunitat Valenciana. ▪ Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Mitigar los efectos del cambio climático mediante mejoras y creación de infraestructuras de prevención de riesgos.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adaptación a cambios derivados de fenómenos meteorológicos adversos. ▪ Prevenir inundaciones. ▪ Mejorar la calidad de las aguas de baño. ▪ Mejorar el ciclo del agua. ▪ Prevenir incendios. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística

FICHA Nº 8. PARTE 3/3

PROYECTO MOTOR PM08: ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO (sigue)

<p>INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realización del Plan de Actuación en materia de cambio climático. ▪ M² de espacios naturales intervenidos. ▪ Grado de disminución de la escorrentía. ▪ Consumo de agua por habitante. ▪ Disminución de pérdidas de agua (unidades y porcentaje).
<p>RELACIÓN CON LOS ODS</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>

EJE ESTRATÉGICO: E3. DESTINO ACCESIBLE Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE

Este Eje Estratégico tiene el objetivo de mitigar el cambio climático con actuaciones locales que impulsen la movilidad sostenible en los desplazamientos turísticos y el ahorro y la eficiencia energética en los equipamientos turísticos, a la vez que se avanza hacia un Destino más inclusivo para todas las personas.

Para operativizar este Eje Estratégico se han trazado 3 Proyectos Motores:

- **PM09: Movilidad sostenible**
- **PM10: Alicante, Destino accesible**
- **PM11: Alicante, Destino energéticamente eficiente.**

FICHA Nº 9. PARTE 1/3

EJE ESTRATÉGICO: E3. DESTINO INCLUSIVO Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE

PROYECTO MOTOR PM09: MOVILIDAD SOSTENIBLE

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE3: Construir un Destino más accesible e inclusivo.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Este Proyecto Motor está directamente ligado al Proyecto Estratégico 5: Alicante cero emisiones de la Agenda Urbana de Alicante, que pretende un cambio en el desarrollo de la movilidad urbana de la ciudad hacia tendencias de movilidad sostenible en detrimento del vehículo particular, favoreciendo la conectividad urbana y la reducción de emisiones a la atmósfera (reducción de la contaminación ambiental en todos sus ámbitos). Aunque es un objetivo transversal en la ciudad, dentro del ámbito del sector turístico se potenciarán y apoyarán actuaciones que disminuyan los problemas de concentración del turista y mejoren la movilidad sostenible de los visitantes, facilitando tanto su orientación como el desplazamiento a pie y en modos de transporte no motorizados.

Para ello se priorizará la caminabilidad del destino, impulsando la peatonalización (como, por ejemplo, el eje que conforman la avenida de la Constitución, la calle Bailén y la calle Castaños del centro tradicional de Alicante y favorecer así la vinculación turístico-comercial y la afluencia a los recursos turísticos); la adecuación de sendas, caminos e itinerarios para facilitar la conexión peatonal a los recursos turísticos (como, por ejemplo, las sendas del Benacantil para subir al Castillo de Santa Bárbara, utilizándolo además como zona de mirador); así como la puesta en marcha de un sistema de bancada de vehículos eléctricos de movilidad personal para incentivar el acceso a recursos turísticos.

Para reducir el tráfico de agitación y agilizar el tráfico en busca de aparcamiento en las zonas turísticas se buscará adaptar aparcamientos disuasorios con sensorización y señalización inteligente para disponer información sobre la disponibilidad de plazas libres.

Con el objetivo de facilitar el acceso a los recursos a los modos de transporte sostenible, también se plantea fomentar el uso del vehículo eléctrico facilitando su carga y aparcamiento en zonas turísticas y ante la mejorable accesibilidad al Castillo de Santa Bárbara, además de las mejora de senderos internos, resulta ineludible la mejora del sistema de ascensores y la necesidad de un transporte que invite al turista a visitar el Castillo, pero prima que el medio de transporte sea respetuoso con el medioambiente. Por ello se estima ofrecer varias alternativas al visitante: por un lado, una lanzadera con minibús eléctrico a los pies del Castillo; por otro, la posibilidad de recargar su propio vehículo eléctrico en caso de elegir esta opción, haciéndola extensiva a otros puntos de interés del Destino. De este modo se incita al uso de vehículos no contaminantes y se aporta un valor añadido al Destino.

FICHA Nº 9. PARTE 2/3

PROYECTO MOTOR PM09: MOVILIDAD SOSTENIBLE (sigue)			
ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peatonalizaciones en el centro urbano. ▪ Adecuación de sendas, caminos e itinerarios para facilitar la conexión peatonal a los recursos turísticos. ▪ Puesta en marcha de un sistema de bancada de vehículos eléctricos de movilidad personal. ▪ Aparcamientos disuasorios con sensorización y señalización inteligente. ▪ Zonas de carga de vehículos eléctricos en zonas turísticas. ▪ Mejora del sistema de ascensores al Castillo de Santa Bárbara. ▪ Lanzadera con minibús eléctrico a los pies del Castillo de Santa Bárbara. ▪ Actuaciones similares. 		
PRIORIDAD:	MEDIA		
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato y resto de áreas del Ayuntamiento.		
AGENTE PRINCIPAL:	Áreas implicadas en cada proyecto.		
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendientes de estudios de detalle.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fondos europeos. ▪ Fondos estatales. ▪ Fondos de la Comunitat Valenciana. ▪ Fondos provinciales. ▪ Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Avanzar hacia tendencias de movilidad sostenible en el acceso y disfrute de los recursos turísticos del Destino.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumentar la caminabilidad del Destino. ▪ Impulsar la conexión sostenible entre recursos turísticos. ▪ Incremento del uso de vehículos no motorizados. ▪ Disminuir el tráfico de agitación. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística

FICHA Nº 9. PARTE 3/3

PROYECTO MOTOR PM09: MOVILIDAD SOSTENIBLE (sigue)

INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO

- M² de espacios naturales intervenidos.
- M² y lineales de recorridos peatonales conseguidos.
- N° de plazas de aparcamiento creadas/modificadas.
- Grado de disminución del tráfico de acceso al Castillo.
- N° de puntos de recarga eléctrica creados.
- Uso de los puntos de recarga eléctrica.
- N° de usuarios del bus eléctrico.
- N° de vehículos eléctricos de movilidad personal implantados.
- N° de usuarios de los vehículos eléctricos de movilidad personal.
- N° de visitantes al Castillo de Santa Bárbara.

RELACIÓN CON LOS ODS



FICHA Nº 10. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E3. DESTINO INCLUSIVO Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE

PROYECTO MOTOR PM10: ALICANTE, DESTINO ACCESIBLE.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE3: Construir un Destino más accesible e inclusivo.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

En Alicante ya se incorporan servicios de accesibilidad a playas como la atención durante los meses estivales como el servicio de atención al baño para personas con movilidad reducida, atención a la diversidad funcional de los usuarios de playas, así como un servicio para la discapacidad visual en el agua (pasillos con boyas sonoras); pero este Proyecto Motor está orientado a mejorar y posicionar la ciudad de Alicante como Destino Turístico accesible, entendiendo la accesibilidad como producto y valor añadido al Destino. Para ello es preciso acercar los recursos turísticos a los colectivos con diversidad funcional, ofreciéndoles el apoyo necesario para que puedan beneficiarse de su estancia independientemente de su capacidad (auditiva, motora, visual, psicosocial o intelectual).

Una posible herramienta son los sistemas informáticos de guiado para personas ciegas. Sistema que permitan, a través de señales colocadas en los sitios idóneos, que las personas ciegas las detecten con su teléfono. Cada una de estas señales indica, de forma auditiva, en qué dirección debe ir y cuál es la situación de la persona respecto del cartel indicador, además de contener información de todo tipo.




Así mismo, se plantea potenciar los inventarios e información de los recursos accesibles, como actualmente realiza el Patronato y la ONG APSA con los principales edificios y lugares históricos de la ciudad, con una metodología de lectura fácil y en diferentes idiomas para que la información sea accesible (programa "Alicante fácil").

Esta actuación se considera una herramienta clave para la planificación y gestión turística a poner en marcha, en el contexto del Plan de Accesibilidad de Alicante, así como las actuaciones físicas y comunicativas necesarias para llegar a ellas, como pavimentos e itinerarios podotáctiles, comunicación accesible, acompañamiento y actuaciones necesarias.

ACTUACIONES:

- Adaptación a la accesibilidad de todos los recursos-rutas más visitadas.
- Cumplimiento de la accesibilidad en Webs turísticas a nivel Triple A.
- Inventario de recursos y servicios turísticos accesibles.
- Guía online de accesibilidad turística municipal.
- Material turístico promocional adaptado.
- Desarrollo de iniciativas de mejora de la accesibilidad a través de herramientas tecnológicas: implantación de sistemas de guiado para personas ciegas, QR, Tours virtuales, realidad aumentada...
- Actuaciones similares.

FICHA Nº 10. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM10: ALICANTE, DESTINO ACCESIBLE. (sigue)			
PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	<ul style="list-style-type: none"> Equipo técnico del Patronato y resto de áreas del Ayuntamiento. 		
AGENTE PRINCIPAL:	<ul style="list-style-type: none"> Áreas implicadas en cada proyecto. 		
COSTES APROXIMADOS:	<ul style="list-style-type: none"> Costes altos, pendientes de estudios de detalle. 		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Fondos estatales. Fondos de la Comunitat Valenciana. Fondos provinciales. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Posicionar la ciudad de Alicante como Destino Turístico accesible.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Reforzar la accesibilidad a las personas con discapacidad. Generar un Catálogo de Recursos Accesibles. Avanzar en los pavimentos e itinerarios podotáctiles. Aumentar la comunicación accesible. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2024		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> M² y lineales de pavimentos e itinerarios podotáctiles. Nº de recursos accesibles instalados (por tipo de diversidad). Incremento del grado de satisfacción del visitante con discapacidad y/l su acompañante en las encuestas turísticas. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

FICHA Nº 11. PARTE 1/3

EJE ESTRATÉGICO: E3. DESTINO INCLUSIVO Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE

PROYECTO MOTOR PM11: ALICANTE, DESTINO ENERGÉTICAMENTE EFICIENTE.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE3: Construir un Destino más accesible e inclusivo.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Con este Proyecto Motor se pretende modernizar y mejorar la eficiencia energética de los Equipamientos Turísticos Municipales, como por ejemplo el Museo de Arte Contemporáneo de Alicante (MACA) y la Sala de Exposiciones de La Lonja del Pescado, así como garantizar la conservación de las obras que albergan.

Mejorar los sistemas de iluminación de estos equipamientos supone mejorar la eficiencia energética, ahorrar en el consumo eléctrico no solo de los propios sistemas de iluminación sino también de la climatización de los edificios, puesto que se rebajan las emisiones de calor, pero además, y no menos importante, garantizar la conservación de las obras de arte, el patrimonio que guardamos.

Los proyectos de mejora de los sistemas de iluminación deben tener en cuenta:

1. -Iluminación de las obras de arte en exposición. Donde es absolutamente necesario sustituir los focos incandescentes por sistemas led con el fin de mejorar ostensiblemente la iluminación de las obras de arte. Los focos led permiten a través de conceptos como temperatura de color e índice de reproducción cromática, la perfecta observación de los colores de importancia vital en un espacio expositivo garantizando además la conservación de las obras de arte, pero además conseguir un ahorro más que notorio en el consumo de energía eléctrica. Es absolutamente necesario emprender ese cambio puesto que las bombillas halógenas han dejado de suministrarse y tenemos un verdadero problema de repuestos.

2. -Iluminación de los espacios comunes y privados de los inmuebles. Los lugares comunes: accesos, escaleras, pasillos, vestíbulos de entrada, etc. así como las zonas privadas, talleres, almacenes, oficinas, etc. cuentan con luminarias tipo tubos fluorescentes y lámparas encastradas de otros tipos que funcionan con tubos o bombillas incandescentes y halógenas. Es necesario convertir cada luminaria en un punto eficiente energéticamente mejorando así no solo el consumo eléctrico rebajando la temperatura de los edificios, sino también haciendo de estos espacios, lugares más sostenibles.

3. -Iluminación exterior de los edificios y espacios turísticos. Los recursos turísticos exteriormente están escasamente iluminados y no resaltan el valor patrimonial o arquitectónico de los mismos, por lo que es necesario acometer la iluminación de los inmuebles con un sentido integral y hacerlos visibles desde los puntos altos de la ciudad e incluso desde el Castillo. Convertir la iluminación como un hito para el ciudadano que reconoce estos inmuebles como tal y para el turista.





En cuanto a la climatización y protección térmica, se plantean actuaciones de mejora de la eficiencia energética y racionalización de consumo energético en los edificios de propiedad municipal de carácter turístico (cubiertas vegetales, envolventes térmicas...), así como sistemas de entoldado y/o entoldado verde.

FICHA Nº 11. PARTE 2/3

PROYECTO MOTOR PM11: ALICANTE, DESTINO ENERGÉTICAMENTE EFICIENTE. (sigue)			
ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> Mejoras de eficiencia energética y racionalización del consumo en edificios turísticos de titularidad municipal. Mejora del sistema de iluminación ornamental. Mejora del sistema de iluminación de equipamientos turísticos. Entoldados y verde urbano. Actuaciones similares. 		
PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendientes de estudios de detalle.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Fondos estatales. Fondos de la Comunitat Valenciana. Fondos provinciales. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Mejorar la eficiencia energética de los equipamientos y espacios turísticos municipales.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Disminuir el consumo energético en los edificios con actuaciones de eficiencia energética. Impulsar la eficiencia energética en la ciudad, liderada por el sector turístico. Contribuir a la reducción de emisiones de CO2 en el destino, mitigando el cambio climático. Mejorar el confort de los equipamientos y espacios turísticos. Generar valor ambiental 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística

FICHA Nº 11. PARTE 3/3

PROYECTO MOTOR PM11: ALICANTE, DESTINO ENERGÉTICAMENTE EFICIENTE. (sigue)

<p>INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ M² de espacios intervenidos. ▪ N° y tipología de elementos implementados (cristales, ventanas, aislamiento, sustitución bombillas, calderas...). ▪ Consumo energético por tipología (eléctrica, hidrocarburos, alternativa...). ▪ Ahorro energético tras la intervención por tipología. ▪ Datos sobre la valoración y percepción de la experiencia del turista.
<p>RELACIÓN CON LOS ODS</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>

EJE ESTRATÉGICO: E4. TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO

Este Eje Estratégico tiene el objetivo de llevar a cabo el proceso de transformación de Alicante en un Destino Turístico Inteligente según el modelo DTI CV definido por Turisme Comunitat Valenciana. Para operativizar este Eje Estratégico se han trazado 4 Proyectos Motores¹⁰:

- **PM12: Consolidación como DTI.**
- **PM13: Integración y mejora de herramientas tecnológicas.**
- **PM14: Promoción y marketing digital.**
- **PM15: Alicante, destino de teletrabajadores y nómadas digitales.**

FICHA Nº 12. PARTE 1/3

EJE ESTRATÉGICO: E4. TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM12: CONSOLIDACIÓN COMO DTI

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE4: Consolidar la ciudad de Alicante como Destino Turístico Inteligente

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Alicante cuenta con un Plan Smart City Alicante 2.0, donde una de las líneas de trabajo es la conversión de Alicante en Destino Turístico Inteligente. Para ello, el Ayuntamiento ha desarrollado su propio Plan Director de Turismo Inteligente para convertirse en DTI bajo el modelo DTI definido por Turisme Comunitat Valenciana.

Un Plan Director de Turismo Inteligente que ha contado para su elaboración con un proceso participativo del conjunto de agentes involucrados en la actividad turística del municipio y ha llevado a cabo un autodiagnóstico como DTI en los diferentes ámbitos de actuación: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación, conectividad, inteligencia, información turística y marketing online; donde en general se obtienen buenas puntuaciones con áreas de mejora en sensorización, accesibilidad, inteligencia turística y, especialmente, en información turística.

Muchas de estas carencias ya han sido planteadas en otros proyectos motores que afectan de manera transversal al sector (señalización de aparcamientos inteligentes, sistema Smart Castle para detección temprana de incendios...), pero, en concreto, ha permitido proyectar hasta 14 actuaciones prioritarias en las que se recomienda enfocar sus esfuerzos para avanzar y consolidar la implantación del modelo Destino Turístico Inteligente en la ciudad de Alicante.

Este Proyecto Motor tiene la misión de impulsar este modelo DTI en la ciudad de Alicante conforme a las actuaciones prioritarias planteadas.

¹⁰ A este respecto hay que indicar que, aunque el Proyecto Motor PM12: Consolidación como DTI es integral y, junto al Plan Smart City Alicante 2.0, cubre todos los ámbitos de actuación, se ha considerado necesario extraer otros proyectos motores que impulsen el Destino.






FICHA Nº 12. PARTE 2/3

PROYECTO MOTOR PM12: CONSOLIDACIÓN COMO DTI (sigue)

ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortalecer la Comisión Interdepartamental y conversión en Smart Office. ▪ Definir y establecer un sistema de control de indicadores. ▪ Desarrollar una guía de recursos, servicios y oferta accesibles de Alicante, previamente identificada. ▪ Impartir formación en materia turística para empresarios y emprendedores. ▪ Impulsar y comunicar la instalación de red Wifi en espacios de interés turístico, oficinas de información turística y en el sector de la restauración. ▪ Incrementar la obtención de información sobre la demanda turística mediante el aumento de la sensorización del destino. ▪ Incorporar una plataforma integral de gestión turística del destino con solución de Business Intelligence. ▪ Impulsar la implantación de un Plan de adaptación del Cambio Climático. ▪ Establecer un método periódico de investigación de la oferta turística mediante una encuesta de confianza empresarial. ▪ Incorporar un asistente virtual a la web turística. ▪ Elaborar un Plan de Marketing Online con ejecución operativa anual. ▪ Incluir la elaboración de un Social Media Plan dentro del Plan de Marketing Online. ▪ Desarrollar la oferta de experiencias turísticas de Alicante que puedan recomendarse a la demanda turística según sus motivaciones. ▪ Establecer un soporte de comunicación formal con el sector privado. ▪ Actuaciones similares
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato y resto de áreas del Ayuntamiento.
AGENTE PRINCIPAL:	Áreas implicadas en cada proyecto.
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendientes de estudios de detalle ¹¹ .

¹¹ Consultar previsión presupuestaria en el Plan Director de Turismo Inteligente.

FICHA Nº 12. PARTE 3/3

PROYECTO MOTOR PM12: CONSOLIDACIÓN COMO DTI (sigue)			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Fondos estatales. Fondos de la Comunitat Valenciana. Fondos provinciales. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Consolidar Alicante como Destino Turístico Inteligente.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Tomar decisiones de gestión a partir del conocimiento del destino. Digitalizar el proceso de captación de datos. Conocer la demanda turística de Alicante. Optimizar el posicionamiento online del destino. Prestar servicio 24/7 a los turistas que quieren visitar o visitan el destino. Aumentar la satisfacción de los turistas. Fortalecer la colaboración público-privada en el sector turístico. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN¹²:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Grado de avance y desarrollo de Alicante como Destino Turístico Inteligente en base a los indicadores del Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

¹² El Plan Director de Turismo Inteligente plantea un cronograma de 18 meses para la ejecución de las medidas, cuyas mejoras e implementación debe ser continuada en el tiempo.

FICHA Nº 13. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E4. TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM13: INTEGRACIÓN Y MEJORA DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE4: Consolidar la ciudad de Alicante como Destino Turístico Inteligente

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La actuación nº 7 del Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante prevé la incorporación de una plataforma (Cuadro de Mandos) que aglutine los datos procedentes de las diferentes fuentes de datos de las que disponga el Ayuntamiento, como puede ser turismo, recogida de residuos, tráfico de vehículos y embarcaciones, capacidad de carga en recursos, consumos energéticos, etc. A esta información hay que añadir toda la información turística específica (afluencia a recursos turísticos, ocupación hotelera, escucha activa en RRSS...), así como las diferentes webs y aplicaciones móviles municipales que ofrecen información de interés y luego deberán ser integradas en dicha plataforma de Business Intelligence que transforme estos datos en conocimiento que posibilite la mejora de la gestión turística.

Para ello, se precisa llevar a cabo primero una identificación de las diferentes herramientas turísticas existentes y las previstas (realidad virtual, aviso de incidencias...), la tipología de datos de interés para el sector turístico, qué agente los distribuye y/o recopila, en qué formato se exportan, en qué periodicidad y otros datos de interés para ver la viabilidad y la posibilidad de incorporación en dicha plataforma.

Este Proyecto Motor plantea el desarrollo de un estudio de análisis de esta información, la supresión y/o mejora de las herramientas locales existentes, las posibilidades de integración, así como las potenciales plataformas o herramientas de integración.

ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licitación de estudio de integración. ▪ Ejecución del servicio y elaboración del Cuadro de Mandos. ▪ Aplicación de las conclusiones.
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato y área de Nuevas Tecnologías.
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas en coordinación con el Área de Nuevas Tecnologías.
COSTES APROXIMADOS:	15.000-18.000 €.

FICHA Nº 12. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM13: INTEGRACIÓN Y MEJORA DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS (sigue)			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Identificar herramientas y fuentes de datos relevantes para el sector turístico y analizar sus posibilidades de integración en la plataforma de Turismo Inteligente para su utilización como herramienta de gestión y análisis.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Identificar herramientas obsoletas o con posibilidades de mejora. Analizar la viabilidad y costes de recopilar datos relevantes para el sector turístico. Facilitar la implementación de información turística en la plataforma de Turismo Inteligente. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN¹³:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Septiembre de 2023.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Licitación del estudio de integración. Ejecución del servicio. Nº y tipología de herramientas identificadas. Nº y tipología de fuentes de datos identificadas. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

¹³ El Plan Director de Turismo Inteligente plantea un cronograma de 18 meses para la ejecución de las medidas, cuyas mejoras e implementación debe ser continuada en el tiempo.

FICHA Nº 14. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E4. TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM14: PROMOCIÓN Y MARKETING DIGITAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE4: Consolidar la ciudad de Alicante como Destino Turístico Inteligente

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante prevé la elaboración de un Plan de Marketing Online con ejecución operativa anual, donde incluya la elaboración de un Social Media Plan para conocer a los turistas objetivo del destino y conseguir su visita, lograr fidelización, difundir y promocionar la marca y los productos turísticos de Alicante.

Este Proyecto Motor plantea potenciar la monitorización de las menciones de Alicante como Destino, tanto de turistas como de residentes, en post en redes sociales, noticias en medios de comunicación digitales, comentarios en foros, blogs, etc. (tanto de turistas como de residentes) mediante recursos internos del área y la utilización de la herramienta de Invattur que pone a disposición del Destino, realizando informes periódicos (mensuales, trimestrales, anuales, por épocas de gran afluencia...) de escucha activa y otros parámetros identificados; así como plantearse la contratación o asistencia externa de profesionales (community manager) para la mejor eficiencia de esta función.

ACTUACIONES:

- Monitorización de RRSS.
- Realización de informes periódicos.
- Reflexión de la necesidad de asistencia de profesionales

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Equipo técnico del Patronato.

AGENTE PRINCIPAL:

Patronato Municipal de Turismo y Playas.

COSTES APROXIMADOS:

- Recursos internos.
- Asistencia externa: 15.000-18.000 €/año

FUENTES DE FINANCIACIÓN:

- Fondos europeos.
- Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar de forma continua la percepción de la ciudadanía y los turistas sobre el Destino Alicante.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Recabar datos en RRSS y analizarlos para una mayor eficiencia de la comunicación al turista objetivo.
- Conocer la percepción del residente en el ámbito turístico.
- Tener información periódica del posicionamiento del Destino Alicante.
- Detectar preferencias del turista objetivo.
- Crear patrones de consumo.

FICHA Nº 14. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM14: PROMOCIÓN Y MARKETING DIGITAL (sigue)			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Identificar herramientas y fuentes de datos relevantes para el sector turístico y analizar sus posibilidades de integración en la plataforma de Turismo Inteligente.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Identificar herramientas obsoletas o con posibilidades de mejora. Analizar la viabilidad y costes de recopilar datos relevantes para el sector turístico. Facilitar la implementación de información turística en la plataforma de Turismo Inteligente. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de publicaciones. Principales temáticas y tono. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

FICHA Nº 15. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E4. TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM15: ALICANTE, DESTINO DE TELETRABAJADORES Y NÓMADAS DIGITALES

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE4: Consolidar la ciudad de Alicante como Destino Turístico Inteligente

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El teletrabajo es una fórmula más flexible que el trabajo exclusivamente presencial y consiste en el desarrollo de la actividad laboral en cualquier momento y lugar, fuera del lugar habitual de trabajo, a través de herramientas telemáticas. Esto supone a su vez un importante ahorro para las empresas (menor necesidad de espacio, de mantenimiento, de infraestructura...) y para el medio ambiente (menor movilidad, menor congestión, menor consumo energético...). También hay voces críticas porque se genera menos consumo en los entornos de trabajo (comercio, hostelería, servicios, el propio transporte...).

En este contexto, durante el periodo de confinamiento causado por el Covid-19, las empresas tuvieron que reorganizarse y el teletrabajo fue una fórmula utilizada por casi el 49% de las empresas que continuaron abiertas para seguir desarrollando su actividad de la forma más natural posible, abarcando a su vez entorno al 50% de sus plantillas, según se desprende del Indicador de Confianza Empresarial (ICE) del INE.

Lejos de parar tras el confinamiento y momentos más duros de la pandemia, está siendo una tendencia que está provocando un fuerte posicionamiento de los territorios (especialmente Canarias y la ciudad de Málaga) para captar estos perfiles, que permiten desestacionalizar el Destino y son grandes consumidores de los servicios, no solo turísticos, de las ciudades.

Alicante ya está trabajando en captar a teletrabajadores en la ciudad y dispone de información y un vídeo promocional en la Web de turismo, colaborando a su vez con la Universidad de Alicante (UA) y la Fundación Empresa-Universidad de Alicante Fundeun celebrando un workshop y una campaña de marketing digital en origen, porque entiende que esta tendencia es una oportunidad para el Destino Alicante, por lo que este Proyecto Motor plantea potenciar la captación de estos nómadas digitales o teletrabajadores que busquen lugares de calidad para ejercer su profesión. Esto supondría una ventaja para el sector del alojamiento, así como para el inmobiliario, pero también por el aumento del consumo en los negocios locales. Por lo que se avanzará en este ámbito mediante una estrategia operativa de captación.


ACTUACIONES:

- Generación de alianzas (mundo inmobiliario-resto de servicios-Ayuntamiento).
- Diseño del Plan Operativo de Captación y Asistencia (imagen, dossier de ventas, plataforma informativa, asistencia a ferias...).
- Puesta en marcha del plan operativo.

PRIORIDAD:

MEDIA

FICHA Nº 15. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM15: ALICANTE, DESTINO DE TELETRABAJADORES Y NÓMADAS DIGITALES (sigue)			
ENTES IMPLICADOS:	Patronato, área de fomento, establecimientos turísticos, ámbito inmobiliario.		
AGENTE PRINCIPAL:	Área de fomento con el apoyo del Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
COSTES APROXIMADOS:	<ul style="list-style-type: none"> 15.000-18.000 €/año 		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Captar nómadas digitales para desestacionalizar el Destino.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el posicionamiento de Destino de Calidad del Destino Alicante. Aumentar la captación de un visitante de estancias medias-largas en épocas de menor afluencia turística. Impulsar la colaboración público-privada en el desarrollo de la ciudad. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2024		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de agentes participantes. Nº y tipología de actuaciones desarrolladas. Nº y procedencia de los nómadas captados. 		
RELACIÓN CON LOS ODS			

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

Este Eje Estratégico tiene el objetivo de aumentar la capacidad competitiva del Destino Alicante, a través de una mejora de la cualificación del sector, la dotación tecnológica y el desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas.

Para operativizar este Eje Estratégico se han trazado 7 Proyectos Motores:

- **PM16: Desarrollo de un plan operativo anual.**
- **PM17: Consolidación de segmentos maduros.**
- **PM18: Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas.**
- **PM19: Articulación y facilitación de la comercialización de la oferta en el Destino.**
- **PM20: Alicante, Destino de Calidad.**
- **PM21: Alicante, Destino seguro.**
- **PM22: Programa de formación.**

FICHA Nº 16. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM16: DESARROLLO DE UN PLAN OPERATIVO ANUAL

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027 abarca un periodo temporal muy amplio, de 5 años, por lo que es conveniente desarrollar un plan operativo anual donde priorizar los proyectos estratégicos a poner en marcha en un ámbito temporal más controlable como es un año. Un plan operativo que ya desarrolla anualmente el Patronato y que deberá adaptarse a los objetivos de la Estrategia.

El plan operativo permitirá ejecutar la Estrategia conjugando sus objetivos principales con las oportunidades de mercado y de financiación, para lo cual será fundamental desarrollar con éxito las distintas actuaciones planteadas dentro del Eje de Gobernanza, teniendo en consideración los distintos foros planteados a la hora de establecer acciones concretas a desarrollar cada año.

ACTUACIONES:

- Mantener los encuentros pertinentes entre los distintos foros.
- Analizar el Plan de Acción Turística para priorizar Proyectos Motores.
- Diseñar el Plan Operativo anual con las priorizaciones.
- Puesta en marcha de las actuaciones.

PRIORIDAD:

ALTA

FICHA Nº 16. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM16: DESARROLLO DE UN PLAN OPERATIVO ANUAL (sigue)			
ENTES IMPLICADOS:	Equipo técnico del Patronato, Servicio de Coordinación de Proyectos y agentes del sector.		
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas.		
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Ejecutar la Estrategia en ámbitos temporales más operativas.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar la Estrategia de forma consensuada y realista. Tomar decisiones de gestión a partir del conocimiento de la situación. Priorizar actuaciones según necesidad y las oportunidades de mercado y de financiación. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Diciembre de 2022 ¹⁴		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de las actuaciones priorizadas. Grado de avance y desarrollo de la Estrategia en base al Cuadro de Mando o Control. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 		

¹⁴ El plan operativo anual debe desarrollarse previamente al inicio de la anualidad.

FICHA Nº 17. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM17: CONSOLIDACIÓN DE SEGMENTOS MADUROS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Alicante es un Destino maduro de sol y playa, que pretende seguir siendo un referente en el modelo de turismo para destinos maduros, pero como laboratorio de turismo masivo estacional que avanza hacia el nuevo paradigma que afronta el sector turístico hacia la sostenibilidad y que permita ir hacia un turismo de mayor calidad frente al meramente numérico, realizando una apuesta firme por la renaturalización urbana, la eficiencia energética, la movilidad sostenible y la transformación digital del destino.

Pero en paralelo es preciso seguir trabajando en el perfeccionamiento de esta tipología turística que es la que ha llevado a Alicante a su posicionamiento en el mercado, mejorando el diseño de la oferta de sol y playa, la complementariedad con el resto de segmento y potenciando las acciones de promoción y marketing y comerciales necesarias (presentaciones y ferias en el mercado nacional e internacional, publicidad y difusión en medios, etc.), para presentar una propuesta de valor atractiva que integre a toda la ciudad.

ACTUACIONES:

- Identificación de propuestas de valor.
- Integración en el Plan Operativo anual con las priorizaciones.
- Puesta en marcha de las actuaciones.

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo y Playas, Turisme Valencia y agentes del sector.

AGENTE PRINCIPAL:

Patronato Municipal de Turismo y Playas en coordinación con los agentes del sector.

COSTES APROXIMADOS:





1.000.000-1.500.000 €/año¹⁵

FUENTES DE FINANCIACIÓN:

- Turisme Valencia.
- Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante.

¹⁵ Incluye las partidas de convenios para la realización de acciones de promoción y marketing turístico (con Turisme Valencia, agentes del sector...) y el presupuesto del Proyecto Motor PM18. Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas.

FICHA Nº 17. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM17: CONSOLIDACIÓN DE SEGMENTOS MADUROS (sigue)			
OBJETIVO GENERAL:	Consolidar el turismo de sol y playa como segmento principal de atracción del Destino.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una oferta de sol y playa atractiva. Aumentar la propuesta de valor del Destino. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de acciones de promoción y marketing. Nº y tipología de acciones comerciales. Nº de visitantes por motivos de sol y playa. Grado de satisfacción del turista de sol y playa. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

FICHA Nº 18. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM18: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Dentro de la misión que se ha planteado en la Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible de trabajar hacia la reconversión del Destino, orientándolo hacia la diversificación de la oferta, la desconcentración de los flujos turísticos y la desestacionalización de la demanda, se hace necesario desarrollar más la especialización turística que se está llevando a cabo actualmente (turismo MICE, de cine, de deportes, gastronómico, astroturismo, de golf...) como oferta complementaria al sol y playa que no concentre la oferta en la época estival.

Para ello, además de los recursos propios, es preciso aprovechar las sinergias de captación de segmentos y mercados que otras administraciones están desarrollando (Patronato Provincial, Turisme Valencia, Turespaña), aumentando la atracción del Destino sobre los perfiles de consumidores previamente identificados de cada uno de los segmentos.

Un proceso de trabajo que precisará la identificación y selección de los mercados que originen mayor valor y generar una propuesta de valor (producto y/o experiencia) para las posteriores campañas promocionales y de comercialización.

ACTUACIONES:

- Desarrollo del nuevo producto Astroturismo: Starlight Tabarca.
- Identificación de propuestas de valor.
- Integración en el Plan Operativo anual con las priorizaciones.
- Puesta en marcha de las actuaciones.

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo y Playas, Patronato Provincial, Turisme Valencia, Turespaña y agentes del sector.

AGENTE PRINCIPAL:

Patronato Municipal de Turismo y Playas en coordinación con los agentes del sector.

COSTES APROXIMADOS:

Incluido en el Proyecto Motor Pm17: Consolidación de Segmentos Maduros

FUENTES DE FINANCIACIÓN:

- Turisme Valencia.
- Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante.

FICHA Nº 18. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM18: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS (sigue)			
OBJETIVO GENERAL:	Avanzar hacia la reconversión del Destino con una propuesta de valor.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar una oferta complementaria al sol y playa. ▪ Desconcentración de los flujos turísticos. ▪ Desestacionalización de la demanda. ▪ Aumentar la propuesta de valor del Destino. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº y tipología de acciones de promoción y marketing. ▪ Nº y tipología de acciones comerciales. ▪ Nº de visitantes por segmento. ▪ Grado de satisfacción del turista por segmento. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

FICHA Nº 19. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM19: ARTICULACIÓN Y FACILITACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA EN EL DESTINO

OBJETIVO ESTRATÉGICO: OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Uno de los retos a los que se enfrenta Alicante para mejorar como Destino turístico es articular su amplia oferta complementaria para un mayor consumo por parte tanto del turista como del residente. Esta venta cruzada suele ser escasa por la poca e inefectiva digitalización de empresas locales y servicios locales, sin un sistema de gestión y automatización de reservas y por la desinformación a la que se enfrenta el visitante.

Este Proyecto Motor pretende facilitar el acceso a los recursos y actividades turísticas de Alicante facilitando la implementación de herramientas que conecten a las empresas con el público. Esto se puede llevar a cabo mediante dos procedimientos. Uno, mediante una plataforma de comercialización inteligente¹⁶ donde de manera fácil e intuitiva se localice toda la oferta turística local, pudiendo seleccionar y reservar previamente el disfrute de una actividad (buceo, kayak, guía turístico, entradas a museos...). Un lugar que debe ser referencia para empresas, la ciudadanía y los visitantes a la ciudad. Otro, pensando más en el consumo del residente en épocas de menor flujo turístico, mediante el desarrollo de un sistema de fidelización disfrutar de descuentos mínimos en los establecimientos adheridos.

ACTUACIONES:

- Proceso de licitación del servicio.
- Selección de la herramienta.
- Proceso de sensibilización y adhesión de empresas.
- Proceso de desarrollo técnico.
- Puesta en marcha del servicio.
- Promoción del servicio.

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo y empresas.

AGENTE PRINCIPAL:

- Patronato Municipal de Turismo y Playas.
- Empresas.

COSTES APROXIMADOS:

50.000-60.000 €.

¹⁶ Todo el proceso que precise pasarela de pagos debe ser a cargo de la empresa, sin que intervenga el Patronato.

FICHA Nº 19. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM19: ARTICULACIÓN Y FACILITACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA EN EL DESTINO (sigue)

FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. Aportación de la empresa turística. 		
OBJETIVO GENERAL:	Facilitar la comercialización de la oferta al potencial cliente.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Visualizar la oferta del Destino. Aumentar el consumo del turista y del residente en la oferta turística. Desarrollar un sistema de fidelización que aumente el consumo en épocas menos turísticas. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Junio de 2023		Fin: Julio de 2024 ¹⁷
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de empresas adheridas. Nº y tipología de productos consumidos. Nº de clientes adheridos al sistema de fidelización. Impacto generado por el sistema. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>		

¹⁷ Una vez implementadas las estrategias, continuado a lo largo de la Estrategia Turística

FICHA Nº 20. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM20: ALICANTE, DESTINO DE CALIDAD

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Impulsar la competitividad del Destino es cuestión sine qua non buscar la excelencia turística, por lo que hay que buscar de manera continua la mejora de la calidad de los servicios y productos turísticos que Alicante ofrece a los visitantes, con el fin último de la satisfacción plena de turistas y visitantes.

Alicante y sus empresas vienen trabajando en este ámbito de la calidad turística, contando con certificaciones que así lo acreditan, como la Q de calidad turística; el Sistema de Calidad Turística en Destino (SICTED) al que se adhirió en el año 2013 y cuenta ya con más de 100 empresas distinguidas; las distinciones "Solete Repsol", donde son ya 21 los restaurantes, bares, cafeterías y heladerías que cuentan con el distintivo de la prestigiosa Guía Repsol; o la presencia de la marca gastroturística L'Exquisit Mediterrani, de la Comunitat Valenciana (recordemos que la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana reconoce la gastronomía propia como recurso turístico de primer orden) con más de 50 establecimientos de restauración adheridos, lo que indica la alta calidad y profesionalidad del sector en Alicante y lo consolidan como un Destino Gastronómico de primer nivel.

Un camino hacia la excelencia que la Estrategia pretende seguir potenciando para consolidarse como Destino referente en sistemas de calidad turística y que sea utilizada por las empresas para generar networking y experiencias mejores y más completas en el Destino.

ACTUACIONES:

- Sensibilización y comunicación al sector.
- Procedimientos de adhesión y distinción.
- Promoción de los adheridos.

PRIORIDAD:

ALTA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo, Comunitat Valencia, SEGITUR y empresas.


AGENTE PRINCIPAL:

- Patronato Municipal de Turismo.
- Empresas.

COSTES APROXIMADOS:

35.000-40.000 €/año.

FICHA Nº 20. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM20: ALICANTE, DESTINO DE CALIDAD (sigue)			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos europeos. Comunitat Valenciana. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. Aportación de la empresa turística. 		
OBJETIVO GENERAL:	Reconocimiento como Destino de Excelencia Turística		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Mantenimiento y renovación en los sistemas de calidad adheridos. Incremento de empresas y servicios adheridos. Generación de networking entre las empresas. Mejora continua del sector. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de servicios y empresas adheridas. Nº y tipología de servicios y empresas distinguidas. Nº y tipología de actuaciones de promoción realizadas. Impacto generado por los sistemas. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

FICHA Nº 21. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM21: ALICANTE, DESTINO SEGURO

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La seguridad es uno de los factores más importantes a la hora de elegir destino de vacaciones, de hecho, Alicante cuenta con una brigada policial específica de playas en época estival porque entiende que debe consolidarse como Destino seguro que cuida al turista y visitante.

En este contexto, la provincia de Alicante tiene una relación de delitos por cada mil habitantes, superior a la media nacional¹⁸ (5,11 frente a 4,65 respectivamente) y, aunque no existe sensación de inseguridad en el Destino Alicante, debe impulsarse la colaboración con los cuerpos y seguridad en esta materia, especialmente a través del Plan de Turismo Seguro de la Policía Nacional, incrementando las actividades (charlas informativas a grupos de turistas y/o estudiantes de Erasmus, reuniones informativas y formación en el ámbito de seguridad con profesionales del turismo, contacto permanente con Embajadas y Consulados, refuerzo de la seguridad en zonas turísticas durante las épocas de mayor afluencia..); así como potenciar los servicios al turista (servicio de atención al turista, facilitación de denuncias...).

ACTUACIONES:

- Refuerzo de la seguridad en zonas turísticas.
- Encuentros de colaboración agentes del sector-cuerpos de seguridad.
- Desarrollo de actividades y servicios.
- Promoción del Destino seguro.

PRIORIDAD:

MEDIA

ENTES IMPLICADOS:

Patronato Municipal de Turismo, cuerpos de seguridad y agentes del sector.

AGENTE PRINCIPAL:




- Cuerpos de seguridad y agentes del sector.

COSTES APROXIMADOS:

Presupuestos internos de los cuerpos de seguridad. Los costes de promoción incluidos en los Proyectos Motores PM17 y PM18.

¹⁸ Fuente: INE: Condenados según sexo, edad y nacionalidad. Año 2021.

FICHA Nº 21. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PROYECTO MOTOR PM21: ALICANTE, DESTINO SEGURO (sigue)			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos propios de los cuerpos de seguridad. Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Posicionar Alicante como Destino Seguro como propuesta de valor añadido.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar de forma permanente la seguridad del turista en Alicante. Generar la sensación de un entorno seguro que permita el disfrute y la prescripción del Destino. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo de la Estrategia Turística
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de delitos. Nº y tipología de actuaciones y servicios puestas en marcha. Nº y tipología de actuaciones de promoción realizadas. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

FICHA Nº 22. PARTE 1/2

EJE ESTRATÉGICO: E5. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

PROYECTO MOTOR PM22: PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL SECTOR.

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

OE5: Consolidar la competitividad del Destino, fomentando la desestacionalización gracias a la mejora de la experiencia turística.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El objetivo que debemos marcarnos con este Proyecto Motor es contribuir a mejorar la atención al visitante turístico por parte de todos los agentes implicados en el sector, especialmente desde el mundo empresarial. Es preciso, por tanto, definir una serie de premisas de mejoras de calidad para la gestión de los establecimientos y servicios turísticos pertinentes para un mejor desarrollo funcional servicio.

En primer lugar, hay que impulsar la mejora de la gestión y desarrollo tecnológico de los negocios, puesto que el rápido desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones y la innovación de los sistemas digitales, representa una revolución en la que el turista y visitante ha adquirido un nuevo protagonismo, con una mayor capacidad de optar a más oferta y con mayor poder de decisión en el tiempo y en el espacio, que requiere un nuevo planteamiento por parte de nuestras empresas, transformando y combinando su modelo presencial, al nuevo modelo digital.

Por otro lado, conforme plantea el Proyecto 1 Smart City: Plan de Formación en Competencias, en todo momento hay que seguir llevando a cabo actuaciones de formación para poder ofrecer el mejor servicio posible y conseguir la mayor satisfacción del turista y visitante. La exigencia de un mayor nivel de competitividad en un mercado cada vez más complejo, especialmente en el ámbito digital, hacen que sea crucial el desarrollo de un Plan Formativo específico, tanto para personas empleadas y directivas del sector público, como para la empresa, que facilite la adaptación a las necesidades reales del sector.

Para ello, se recomienda identificar la diferente oferta formativa existente y canalizarla a través del Portal Web del Patronato, para facilitar esta capacitación del sector. En paralelo en este proceso, se identificarán aquellas carencias detectadas y se propondrá un plan formativo específico (capacitación digital, idiomas, marketing online...).

ACTUACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio de identificación de oferta y necesidades formativas. ▪ Diseño del Plan Formativo. ▪ Ejecución del plan formativo. ▪ Programas de formación continua para personas empleadas del sector público (Proyecto 1 Smart City: Plan de Formación en Competencias).
PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Patronato Municipal de Turismo, Concejalía de Nuevas Tecnologías y agentes del sector.

FICHA Nº 22. PARTE 2/2

PROYECTO MOTOR PM22: PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL SECTOR (sigue)			
AGENTE PRINCIPAL:	Patronato Municipal de Turismo y Playas en colaboración activa con la Concejalía de Nuevas Tecnologías.		
COSTES APROXIMADOS:	Estudio: 15.000-18.000 €. Ejecución del Plan Formativo, pendiente del Estudio.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Fondos propios del Ayuntamiento de Alicante. 		
OBJETIVO GENERAL:	Mejorar la capacitación del sector turístico de Alicante.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> Compilar y facilitar el acceso a la oferta formativa al sector turístico. Identificar necesidades formativas del sector turístico público y privado. Conseguir un sector capacitado que ofrezca valor al Destino. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2024		Fin: Junio de 2024 ¹⁹
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de oferta formativa. Necesidades de oferta formativa identificada. Nº de empresas/personas inscritas en cursos de formación/tutorización. 		
RELACIÓN CON LOS ODS	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  </div> </div>		

¹⁹ Una vez realizado el Estudio, continuado a lo largo de la Estrategia Turística

5.4.3. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

A continuación, se especifica el cronograma estimado de ejecución de la **Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027**, que debe ser la base su seguimiento por parte del Grupo Motor y su posterior reporte al Patronato:

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	PERIODO TEMPORAL																				
		2023				2024				2025				2026				2027				
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
E1: GOBERNANZA	PM01: Grupo Motor y de Seguimiento.																					
	PM02: Foro interdepartamental.																					
	PM03: Coordinación interadministraciones.																					
	PM04: Gestión de proyectos europeos.																					
	PM05: Comunicación y sensibilización de Residentes y Turistas.																					
	PM06: Ayudas al sector.																					
E2: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE	PM07: Restauración ambiental del Destino.																					
	PM08: Adaptación al cambio climático.																					
EJE 3: DESTINO ACCESIBLE Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE	PM09: Movilidad sostenible.																					
	PM10: Alicante, Destino accesible.																					
	PM11: Alicante, Destino energéticamente eficiente.																					
EJE 4: TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO	PM12: Consolidación como DTI.																					
	PM13: Integración y mejora de herramientas tecnológicas.																					
	PM14: Promoción y marketing digital.																					
	PM15: Alicante, destino de teletrabajadores y nómadas digitales.																					
EJE 5: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	PM16: Desarrollo de un plan operativo anual.																					
	PM17: Consolidación de segmentos maduros.																					
	PM18: Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas.																					
	PM19: Articulación y facilitación de la comercialización de la oferta en el Destino.																					
	PM20: Alicante, Destino de Calidad.																					
	PM21: Alicante, Destino seguro.																					
	PM22: Programa de capacitación del sector.																					

Periodo estudio, implantación o de alta intensidad
Periodo de desarrollo continuado

5.4.5. PRESUPUESTO ESTIMADO DEL PLAN

A continuación, se especifica el presupuesto estimado que sería necesario para la correcta puesta en marcha de la **Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027** que puede oscilar entre **6,98 y los 10,87 millones de euros aproximadamente**, si se llevan a cabo todas las actuaciones planteadas y siempre a expensas de añadir estudios y presupuestos con mayor detalle:

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	PRESUPUESTO ESTIMADO
E1: GOBERNANZA	PM01: Grupo Motor y de Seguimiento.	Sin presupuesto o muy bajo
	PM02: Foro interdepartamental.	Sin presupuesto o muy bajo
	PM03: Coordinación interadministraciones.	Sin presupuesto o muy bajo
	PM04: Gestión de proyectos europeos.	50.000-60.000 €/año.
	PM05: Comunicación y sensibilización de Residentes y Turistas.	15.000-18.000 €/año
	PM06: Ayudas al sector.	250.000-500.000 €/año
	Subtotal	1.575.000-2.890.000 €
E2: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE	PM07: Restauración ambiental del Destino.	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
	PM08: Adaptación al cambio climático.	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
	Subtotal	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
EJE 3: DESTINO ACCESIBLE Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE	PM09: Movilidad sostenible.	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
	PM10: Alicante, Destino accesible.	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
	PM11: Alicante, Destino energéticamente eficiente.	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
	Subtotal	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
EJE 4: TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO	PM12: Consolidación como DTI.	Costes altos, pendientes de estudios de detalle
	PM13: Integración y mejora de herramientas tecnológicas.	15.000-18.000 €
	PM14: Promoción y marketing digital.	15.000-18.000 €/año
	PM15: Alicante, destino de teletrabajadores y nómadas digitales.	15.000-18.000 €/año
		165.000-198.000 €

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	PRESUPUESTO ESTIMADO
EJE 5: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	PM16: Desarrollo de un plan operativo anual.	Sin presupuesto o muy bajo
	PM17: Consolidación de segmentos maduros.	1.000.000-1.500.000 €/año
	PM18: Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas.	Incluido en el Proyecto Motor Pm17: Consolidación de Segmentos Maduros
	PM19: Articulación y facilitación de la comercialización de la oferta en el Destino.	50.000-60.000 €
	PM20: Alicante, Destino de Calidad.	35.000-40.000 €/año
	PM21: Alicante, Destino seguro.	Presupuestos internos de los cuerpos de seguridad. Los costes de promoción incluidos en los Proyectos Motores PM17 y PM18
	PM22: Programa de capacitación del sector.	Estudio: 15.000-18.000 €. Ejecución del Plan Formativo, pendiente del Estudio
	Subtotal	5.240.000-7.778.000 €
	TOTAL PRESUPUESTO	6.980.000-10.866.000 €

5.4.6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

A continuación, se expone el Cuadro de Mandos de Indicadores Cuantitativos enfocado en todo momento hacia el seguimiento y evolución de la **Estrategia de Alicante como Destino Turístico Sostenible 2023-2027**. Los objetivos previstos deberán ser evaluados por el Grupo Motor y reportados a la Junta Rectora conforme al presupuesto disponible en cada anualidad, prioridades detectadas y espacios de oportunidad. Los indicadores han sido agrupados atendiendo a los diferentes Ejes Estratégico y Proyectos Motores planteados:

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	INDICADORES
E1: GOBERNANZA	PM01: Grupo Motor y de Seguimiento.	<ul style="list-style-type: none"> N.º de agentes intervinientes. N.º de reuniones/año. N.º de desviaciones/oportunidades relevantes detectadas. N.º de reportes al Patronato.
	PM02: Foro interdepartamental.	<ul style="list-style-type: none"> N.º de áreas intervinientes. N.º de reuniones/año. N.º de proyectos identificados. N.º de proyectos priorizados. N.º de reportes al Patronato.
	PM03: Coordinación interadministraciones.	<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones/año. N.º de proyectos/estrategias identificadas. N.º de proyectos priorizados. N.º de reportes al Patronato.
	PM04: Gestión de proyectos europeos.	<ul style="list-style-type: none"> % ejecución de actuaciones por Ejes. Seguimiento periódico de gastos. Nº de incidentes gestionados.
	PM05: Comunicación y sensibilización de Residentes y Turistas.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de actuaciones planteadas. Nº de agentes participantes. Nivel de satisfacción (turistas/residentes).
	PM06: Ayudas al sector.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo o no de la nueva línea de ayudas. Presupuesto destinado/ejecutado. Nº y tipología de gastos subvencionables planteados. Nº de solicitudes realizadas/ejecutadas. Impacto generado por las ayudas.

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	INDICADORES
E2: TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE	PM07: Restauración ambiental del Destino.	<ul style="list-style-type: none"> • M2 de espacios naturales intervenidos. • M2 y lineales de recorridos peatonales conseguidos. • Número y tipologías de nuevas especies vegetales implantadas.
	PM08: Adaptación al cambio climático.	<ul style="list-style-type: none"> • Realización del Plan de Actuación en materia de cambio climático. • M2 de espacios naturales intervenidos. • Grado de disminución de la escorrentía. • Consumo de agua por habitante. • Disminución de pérdidas de agua (unidades y porcentaje).

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	INDICADORES
<p>EJE 3: DESTINO ACCESIBLE Y EFICIENTE ENERGÉTICAMENTE</p>	<p>PM09: Movilidad sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • M2 de espacios naturales intervenidos. • M2 y lineales de recorridos peatonales conseguidos. • Nº de plazas de aparcamiento creadas/modificadas. • Grado de disminución del tráfico de acceso al Castillo. • Nº de puntos de recarga eléctrica creados. • Uso de los puntos de recarga eléctrica. • Nº de usuarios del bus eléctrico. • Nº de vehículos eléctricos de movilidad personal implantados. • Nº de usuarios de los vehículos eléctricos de movilidad personal. • Nº de visitantes al Castillo de Santa Bárbara.
	<p>PM10: Alicante, Destino accesible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • M2 y lineales de pavimentos e itinerarios podotáctiles. • Nº de recursos accesibles instalados (por tipo de diversidad). • Incremento del grado de satisfacción del visitante con discapacidad y/l su acompañante en las encuestas turísticas.
	<p>PM11: Alicante, Destino energéticamente eficiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • M2 de espacios intervenidos. • Nº y tipología de elementos implementados (cristales, ventanas, aislamiento, sustitución bombillas, calderas...). • Consumo energético por tipología (eléctrica, hidrocarburos, alternativa...). • Ahorro energético tras la intervención por tipología. • Datos sobre la valoración y percepción de la experiencia del turista.

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	INDICADORES
EJE 4: TRANSICIÓN DIGITAL DEL DESTINO	PM12: Consolidación como DTI.	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de avance y desarrollo de Alicante como Destino Turístico Inteligente en base a los indicadores del Plan Director de Turismo Inteligente de Alicante.
	PM13: Integración y mejora de herramientas tecnológicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Licitación del estudio de integración. • Ejecución del servicio. • N° y tipología de herramientas identificadas. • N° y tipología de fuentes de datos identificadas.
	PM14: Promoción y marketing digital.	<ul style="list-style-type: none"> • N° y tipología de publicaciones. • Principales temáticas y tono.
	PM15: Alicante, destino de teletrabajadores y nómadas digitales.	<ul style="list-style-type: none"> • N° y tipología de agentes participantes. • N° y tipología de actuaciones desarrolladas. • N° y procedencia de los nómadas captados.

EJES ESTRATÉGICOS	PROYECTOS MOTORES	INDICADORES
EJE 5: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	PM16: Desarrollo de un plan operativo anual.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de las actuaciones priorizadas. Grado de avance y desarrollo de la Estrategia en base al Cuadro de Mando o Control.
	PM17: Consolidación de segmentos maduros.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de acciones de promoción y marketing. Nº y tipología de acciones comerciales. Nº de visitantes por motivos de sol y playa. Grado de satisfacción del turista de sol y playa.
	PM18: Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de acciones de promoción y marketing. Nº y tipología de acciones comerciales. Nº de visitantes por segmento. Grado de satisfacción del turista por segmento.
	PM19: Articulación y facilitación de la comercialización de la oferta en el Destino.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de empresas adheridas. Nº y tipología de productos consumidos. Nº de clientes adheridos al sistema de fidelización. Impacto generado por el sistema.
	PM20: Alicante, Destino de Calidad.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de servicios y empresas adheridas. Nº y tipología de servicios y empresas distinguidas. Nº y tipología de actuaciones de promoción realizadas. Impacto generado por los sistemas.
	PM21: Alicante, Destino seguro.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de delitos. Nº y tipología de actuaciones y servicios puestas en marcha. Nº y tipología de actuaciones de promoción realizadas.
	PM22: Programa de capacitación del sector.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de oferta formativa. Necesidades de oferta formativa identificada. Nº de empresas/personas inscritas en cursos de formación/tutorización.



Alicante
City & Beach

ESTRATEGIA DE ALICANTE COMO DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE 2023-2027



AYUNTAMIENTO DE ALICANTE



**Agenda
Urbana
Alicante**

Proyecto Impulsado por el Patronato de Turismo y Playas de Alicante

Noviembre de 2022