

TRABAJO FIN DE MÁSTER



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA
EMPRESA

Máster Universitario en Innovación y Marketing Turístico

Diagnóstico del estado actual de Elche para su transformación en una Smart Destination

Autor:

Francisco Más Pérez

DNI: 74243071-Z

Directora:

Dra. María Dolores Gil Quiles

Murcia, julio de 2017

TRABAJO FIN DE MÁSTER



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA
EMPRESA

Máster Universitario en Innovación y Marketing Turístico

Diagnóstico del estado actual de Elche para su transformación en una Smart Destination

Autor:

Francisco Más Pérez

DNI: 74243071-Z

Directora:

Dra. María Dolores Gil Quiles

Murcia, julio de 2017



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
SAN ANTONIO

DIRECCIÓN DEL TRABAJO FIN DE MASTER

NOMBRE DEL ALUMNO	
Apellidos: Más Pérez	Nombre: Francisco
DNI: 74243071Z	Titulación: Máster en Innovación y Marketing turístico
Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Empresa	
Título del trabajo: Diagnóstico del estado actual de Elche para su transformación en una Smart Destination	

D^a. M^a Dolores Gil Quiles como Directora del trabajo reseñado arriba, acredito su idoneidad y otorgo el V.^o B.^o a su contenido para ir a Tribunal de Trabajo fin de Master

En Guadalupe (Murcia), a 05 de julio de 2017

Fdo.: M^a Dolores Gil Quiles

⁽¹⁾ Si el trabajo está dirigido por más de un Director tienen que constar y firmar ambos.



Vicerrectorado de Investigación
Campus de Los Jerónimos. 30107 Guadalupe (Murcia)
Tel. (+34) 968 27 88 22 • Fax (+34) 968 27 85 78 - C. e.: tercerciclo@pdi.ucam.edu

INDICE

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN.....	13
2. OBJETIVOS.....	15
3. METODOLOGÍA.....	16
4. CONCEPTUALIZACIÓN Y ESTADO DEL ARTE DE LA SMART DESTINATION...	19
4.1. IMPULSO PÚBLICO A LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES	19
4.2. NORMALIZACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES.....	21
4.3. SMART CITY	22
4.4. DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	24
4.5. EJES DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	26
4.5.1. Eje de Innovación	27
4.5.2. Eje de Tecnología.....	28
4.5.3. Eje de Accesibilidad.....	30
4.5.4. Eje de Sostenibilidad	32
4.6. ACTUACIONES EN LOS PROYECTOS PILOTO	34
5. DISEÑO DEL CUADRO DE MANDO E IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE INDICADORES INTELIGENTES EN EL DESTINO TURÍSTICO DE ELCHE.....	37
5.1. INDICADORES RELATIVOS A LA GOBERNANZA DEL DESTINO TURÍSTICO DE ELCHE	45
5.2. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE LA INNOVACIÓN EN ELCHE.....	56
5.3. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE TECNOLOGÍA EN ELCHE	63
5.4. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE LA ACCESIBILIDAD EN ELCHE	72
5.5. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE LA SOSTENIBILIDAD EN ELCHE ...	80
6. CONCLUSIÓN.....	92
7. BIBLIOGRAFÍA.....	95

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Comparativa de los indicadores de PNE 178502, INVAT·TUR y experiencias piloto.....	38
Figura 2. Análisis de los indicadores de la gobernanza en Elche.....	45
Figura 3. Porcentaje de intención de volver a visitar Elche en 2015	55
Figura 4. Análisis de los indicadores de la innovación en Elche.....	56
Figura 5. Guía de las Aventuras de Ili Palmir	61
Figura 6. Análisis de los indicadores de la tecnología en Elche	63
Figura 7. Análisis de los indicadores de la accesibilidad en Elche	72
Figura 8. Análisis de los indicadores de la sostenibilidad en Elche	80
Figura 9. Comparativa de visitantes 2015/2016	84
Figura 10. Comparativa de la ocupación hotelera 2015/2016	85

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace décadas, España es líder en el sector turístico al situarse entre los primeros puestos en llegadas de turistas internacionales y en ingresos generados por el turismo. Por tanto, España juega un papel destacado en turismo dentro del contexto internacional.

Así pues, para seguir manteniendo el liderazgo, los destinos deben adaptarse a los nuevos cambios que se están produciendo en los escenarios turísticos. En este aspecto, estamos asistiendo a un nuevo tiempo de transición y de movimiento constante con cambios muy profundos producidos por la innovación y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (en adelante TIC).

En consecuencia, ha surgido un nuevo escenario turístico digital con un nuevo turista habituado a las TIC, más informado, exigente y conectado a Internet. De esta forma, el turista actual ya no es el mismo que hace unas décadas puesto que ha cambiado su comportamiento y su forma de relacionarse. Así pues, busca nuevas experiencias y sensaciones que experimentar durante su estancia en el destino y usa Internet y los dispositivos móviles durante todo el ciclo del viaje.

Ante todos estos cambios y con el fin de adaptarse el destino a ellos, surge el **Destino Turístico Inteligente** (en adelante DTI) o también denominado **Smart Destination**. Este nuevo paradigma, que está dando sus primeros pasos, representa un innovador modelo de gestión turístico capaz de satisfacer las necesidades del mercado turístico actual y, a la vez, poder anticiparse satisfactoriamente al futuro inmediato.

Cabe señalar que no se trata de una moda pasajera ni de una utopía en la gestión, el enfoque Smart Destination ha venido para quedarse. Prueba de ello, ha sido la reciente celebración del I Congreso Mundial de la OMT sobre Smart Destinations en Murcia en el mes de febrero del presente año.

En este aspecto, paulatinamente está adquiriendo la importancia que merece y la concienciación por parte de los destinos turísticos. De hecho, sin el apoyo expreso de la gobernanza resulta bastante complicado la implementación del Destino Turístico Inteligente.

De igual forma, el éxito del DTI se fundamenta en la vertebración e interacción de sus cuatro pilares que son la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad. Todos ellos se interrelacionan formando un único modelo de destino más eficiente y cohesionado pensando siempre en la satisfacción final del visitante.

Por todo ello, al ser consciente de que el tradicional modelo de gestión turística comienza a generar los primeros signos de debilidad ante un entorno cada vez más competitivo, resulta ahora el momento oportuno de incorporar el nuevo enfoque de Smart Destination en la política turística local de Elche con el fin de generar una ventaja competitiva y diferenciarse de sus competidores.

En consecuencia, el presente trabajo brinda una magnífica oportunidad para investigar en profundidad el nuevo paradigma de Smart Destination para, a continuación, poder aplicar los conocimientos adquiridos y realizar, así, un pormenorizado diagnóstico del estado actual del destino de Elche para su posible conversión en un Destino Turístico Inteligente.

2. OBJETIVOS

El objetivo general que persigue el presente trabajo se centra en analizar, diagnosticar y evaluar la situación actual en la que se encuentra el destino turístico de Elche de cara a su transformación en Smart Destination.

De igual forma, para la consecución del objetivo general se llevarán a cabo los siguientes objetivos específicos:

- Identificar y seleccionar los principales parámetros llevados a cabo en los proyectos piloto del DTI.
- Elaborar un listado de indicadores inteligentes de los diferentes ámbitos que componen el DTI.
- Analizar y medir el nivel de inteligencia actual del destino turístico de Elche.
- Determinar el grado de compromiso y voluntad de las autoridades ante la implantación de un DTI.
- Identificar las barreras y oportunidades para el desarrollo del DTI en Elche.
- Obtener una visión global del destino de Elche a partir de la compilación de los indicadores inteligentes.

3. METODOLOGÍA

En primer término, debido a la manifiesta necesidad de información, el presente trabajo surge, en parte, de la investigación y análisis de la producción científica existente y disponible de los Destinos Turísticos Inteligentes. Sobre esta premisa se ha construido el marco teórico con la utilización de fuentes de información secundarias como son las diferentes publicaciones accesibles a través de Internet y, especialmente, interesantes por su alto grado de actualidad y su profundización en el conocimiento y descripción de los DTI. Entre estas, figuran artículos de revistas académicas especializadas, papeles de trabajo y páginas web de organismos oficiales. Además, cabe precisar el escaso estudio científico dada la relativa novedad del tema tratado y el alto grado de experimentalidad de los proyectos pilotos llevados a cabo en los destinos turísticos.

Para ello, en el proceso de búsqueda de la información se ha determinado las fuentes, es decir, se ha establecido la información que se ha necesitado y de qué forma conseguirla. De este modo, se ha recurrido a diversas fuentes secundarias para la obtención de los diferentes indicadores que conforman los distintos ámbitos del DTI. Cabe destacar que se han utilizado una variedad de fuentes de organismos tanto nacionales como internacionales al no existir, por el momento, una norma o documento único y completo de indicadores por los que se rigen los destinos turísticos inteligentes.

En consecuencia, del conjunto extraído de la información parcial de los diferentes documentos y fuentes, se han desglosado y clasificado los indicadores entre la gobernanza y los cuatro ejes de estudio que son la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad. Además de todo ello, se ha recabado información de los principales proyectos piloto del DTI a nivel nacional que han despuntado o se han especializado en algún ámbito del DTI con el fin de transformar dicha información en indicadores cuantificables para el objeto de estudio de este trabajo.

Para finalizar esta parte, **se ha confeccionado un cuadro de mando con un listado de indicadores propio**, fruto del proceso anterior de búsqueda, con el fin de lograr alcanzar los objetivos planteados en este trabajo. Por todo ello, se ha primado la obtención de indicadores cuantitativos frente a los cualitativos con el objeto de poder medir y obtener datos fiables y comparables en el tiempo. Para el correcto diagnóstico de la situación actual de Elche se han analizado un total de **81 indicadores** que van a permitir identificar las debilidades y fortalezas en cada uno de los ejes que establece el DTI.

En último término, se procede a la **recogida de la información** precisa con el fin de nutrir de datos a los parámetros establecidos anteriormente. En este aspecto, cabe precisar que el modelo de gestión del DTI requiere un enfoque transversal por las múltiples disciplinas que lo componen. Ahora bien, para la obtención de parte de la información, en el inicio de la compilación, se ha utilizado una fuente primaria como es la entrevista para el conocimiento de ciertos datos. Por ello, se han realizado tres entrevistas presenciales y guiadas a través de un cuestionario escrito en el que se le preguntaba a los profesionales sobre las distintas áreas de actuación del DTI.

De este modo, para conocer la percepción que el ente turístico local tiene del enfoque Smart Destination y averiguar las iniciativas actuales en marcha, se ha entrevistado a la coordinadora del Organismo Autónomo de Turismo de Visitelche, al asesor de Participación Ciudadana y al técnico de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Elche. Las tres entrevistas se han realizado en sus respectivos despachos los días 12, 16 y 19 de mayo con una duración no superior a una hora. Para algunos datos e información de los que no se disponían en el momento, se han facilitado posteriormente vía e-mail.

De igual forma, se han realizado cinco entrevistas telefónicas con una duración más breve que las anteriores con el fin de recabar información y datos en determinadas áreas del Ayuntamiento y que no precisaban de una reunión física. A través de un cuestionario breve, se ha entrevistado telefónicamente a la técnico de Promoción Económica, la Community Manager de Visitelche, el

técnico auxiliar de servicios turísticos de Visitelche, la técnico de las Oficinas Municipales de Atención al Ciudadano (en adelante OMAC) y el técnico de Movilidad Urbana. Las distintas entrevistas han tenido lugar a final de mayo y, cuando no ha sido proporcionado inmediatamente el dato que se precisaba, se han comprometido para, posteriormente, facilitarlo vía e-mail.

Asimismo, para la compilación de los datos de los indicadores se ha recabado información adicional de las distintas áreas del Ayuntamiento tales como de la oficina de turismo, marketing y nuevas tecnologías turísticas, instalaciones y servicios turísticos, participación ciudadana, transparencia, movilidad urbana, medio ambiente, bienestar social, administración electrónica, innovación, etc.

Además, dada la naturaleza del fenómeno a tratar, en algunos aspectos concretos no es suficiente con recurrir a los datos secundarios resultando necesario obtener información de primera mano. Por ello, como complemento a la revisión documental y estadística, se ha acudido a la investigación exploratoria con el método de la observación para extraer conclusiones.

Así pues, se ha contado con la observación natural y directa cuando se ha visitado los diferentes museos y monumentos para constatar el estado actual en el que se encuentran y recabar información para cada uno de los ejes del DTI. Para su constatación, se ha apoyado de instrumentos como el registro de imágenes y de anotaciones, en el mismo momento, con un cuaderno de notas.

De igual modo, se ha realizado el mismo procedimiento para evaluar la accesibilidad y el grado actual de mantenimiento de las diferentes rutas turísticas ofertadas en el destino. La evaluación se ha realizado en dos domingos de abril aprovechando que esos días los museos y monumentos municipales de Elche son gratuitos. La duración de cada periodo ha sido en torno a las tres horas de duración. Al mismo tiempo, se han contabilizado las calles peatonales del centro histórico.

4. CONCEPTUALIZACIÓN Y ESTADO DEL ARTE DE LA SMART DESTINATION

En primer lugar, para comprender el concepto de Smart Destination o Destino Turístico Inteligente, resulta interesante conocer qué se entiende en concreto por destino turístico. Así pues, el **destino turístico** se concibe como "el ámbito geográfico donde se desarrolla la actividad turística. Es por tanto el lugar, distinto de la residencia habitual, a donde los visitantes se desplazan por motivos personales, profesionales o de negocios, constituyendo el marco general donde se realiza la experiencia turística" ONTSI (2015: 21).

Por su parte, Blanco (2015: 92) establece que "los destinos turísticos de hoy ya no son los del siglo XX por lo que no pueden seguir siendo gestionados de la misma forma y con el mismo diseño institucional". En consecuencia, la aparición del paradigma Smart Destination es fruto de la adaptación de esos mismos destinos turísticos tradicionales a los nuevos escenarios turísticos.

4.1. IMPULSO PÚBLICO A LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

En 2012, el entonces Ministerio de Industria, Energía y Turismo¹ junto con la Secretaría de Estado de Turismo apostó firmemente por los Destinos Inteligentes como nuevo paradigma de gestión turística ante la necesidad de adaptar los tradicionales destinos turísticos a las nuevas demandas del mercado turístico. Muchos de ellos eran destinos turísticos de larga tradición turística, es decir, destinos maduros que no gozaban de la misma atracción que habían adquirido antaño y que comenzaban a entrar en un proceso de declive patente ante la falta de un modelo de gestión turística acorde a los nuevos tiempos.

¹ Ahora denominado Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

Por todo ello, cabe destacar la especial importancia que adquiere el **Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015** (en adelante PNIT) puesto que es el primer plan nacional que menciona por primera vez el concepto de Destino Inteligente y establece una serie de directrices para impulsar su desarrollo. Así pues, el PNIT se articula en seis ejes generales siendo el Eje 3 el correspondiente a la "Oferta y Destinos" y ocupando un peso destacado dentro de todo el plan.

En consecuencia, el Destino Turístico Inteligente alcanza una destacada relevancia al ser considerado una de las 28 medidas que conforman el plan. En concreto, la Medida 11 se refiere a los Destinos Turísticos como "Innovación en la Gestión de Destinos". A su vez, estas medidas se desmenuzan en acciones para su consecución y puesta en marcha. De las 104 acciones que existen en el PNIT, son cuatro las referidas al DTI: a) definición del concepto de Destino Inteligente, b) implantación de pilotos demostrativos, c) definición de un nuevo modelo de oficina de información turística (la Oficina de Turismo del Siglo XXI) y d) plan de acción para favorecer la coordinación y transferencia tecnológica entre las Comunidades Autónomas.

Así pues, la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (en adelante **SEGITTUR**) se ha encargado de desarrollar y poner en práctica estas cuatro acciones del Plan Nacional Integral de Turismo referentes a los Destinos Inteligentes.

SEGITTUR², dependiente del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, se encuentra adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo. Es la responsable de impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español, tanto en el sector público (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes) como en el sector privado (apoyo a emprendedores, nuevos modelos de gestión sostenible y más competitivo y exportación de tecnología española).

² <http://www.segittur.es/es/conocenos/descripcion/index.html>

4.2. NORMALIZACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

En 2013, SEGITTUR promueve la creación del Subcomité de Normalización de los Destinos Turísticos Inteligentes organizado por AENOR con el objetivo de normalizar los requisitos, indicadores y métricas aplicables a un destino turístico para que sea considerado un destino inteligente³. De este modo, lo que se persigue es fijar unas pautas comunes para crear un modelo homogéneo en todo el país.

Para ello, en abril de 2016 se hace pública la primera Norma, la UNE 178501 y, actualmente, se está confeccionando el segundo Proyecto de Norma, el PNE 178502. Ambas son normas pioneras a nivel internacional puesto que sientan las bases, la hoja de ruta y los indicadores para el nuevo modelo de gestión de los destinos turísticos en el siglo XXI.

La Norma UNE 178501:2016 *Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes. Requisitos* establece una gestión de los procesos de un Destino Turístico Inteligente. La dinámica de esta gestión consiste, por un lado, en determinar y desarrollar objetivos según una estrategia de mejora continua definida y, por el otro lado, en efectuar los ajustes necesarios para alcanzarlos. Esta norma, además de ser pionera en el mundo en su categoría, certifica la actividad del ente gestor.

Actualmente, se encuentra en proyecto de elaboración la futura **Norma UNE 178502 *Indicadores y Herramientas de los Destinos Turísticos Inteligentes*** y cuya previsión es que salga a la luz al final de 2017. Esta norma permitirá la medición del progreso y su comparación medida en base a unos criterios comunes. Para ello, se emplearán una serie de indicadores que tendrán por objeto proporcionar información sobre los objetivos y parámetros ligados a las actividades o los procesos implantados. Esta norma se dirigirá a los destinos que tienen voluntad de convertirse en destinos turísticos inteligentes.

³ <http://www.destinosinteligentes.es/norma/>

De esta forma, los indicadores y los cuadros de mando son herramientas que devienen necesarias para una correcta gestión del Destino Turístico Inteligente. En este aspecto, los indicadores permiten tener una visión global del mismo a partir de la compilación de evidencias para lograr identificar oportunidades de mejora en ámbitos concretos.

La Norma UNE 666175: 2003 define al indicador como "un dato o conjunto de ellos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad". Igualmente se le puede llamar medidor de gestión pues se trata de información sobre un proceso que está definido y registrado y que permite indicar su eficacia y eficiencia.

4.3. SMART CITY

La Ciudad Inteligente (Smart City) se puede definir como "la visión holística de una ciudad que aplica las TIC para la mejora de la calidad de vida y la accesibilidad de sus habitantes y asegura un desarrollo sostenible económico, social y ambiental en mejora permanente" AENOR (AEN/CTN 178). En este aspecto, cabe señalar que el **Plan Nacional de Ciudades Inteligentes de 2015** se ampara en esta definición propuesta por AENOR.

Por su parte, Giffiger et al. (citada en INVAT-TUR, 2015: 7) establecen "seis características fundamentales de las Smart Cities como son la economía, la sociedad, la gobernanza, la movilidad, el medio ambiente y la calidad de vida". De igual modo, la Red Española de Ciudades Inteligentes (en adelante RECI) constituida en 2012, ha creado cinco grupos de trabajo (Innovación Social; Energía; Medio Ambiente, Infraestructuras y Habitabilidad; Movilidad Urbana; y Gobierno, Economía y Negocios), incluyendo el Turismo y el Ocio en el grupo de trabajo de Innovación Social.

En definitiva, una Smart City agrupa las necesidades orientadas a mejorar la calidad de vida, la sostenibilidad y la gestión eficiente de los servicios usando, para ello, la tecnología con el fin de conectar todos los sistemas de una ciudad como son el transporte, la energía, el agua, las telecomunicaciones, etc.

Si bien, como queda reflejado en el Plan Nacional Integral de Turismo, los Destinos Turísticos Inteligentes guardan un estrecho vínculo con las Ciudades Inteligentes, existen una serie de características que definen a la Smart Destination y la diferencian de la Smart City, SEGITTUR (2015: 32):

- El DTI viene impulsado por el sector turístico, tanto público como privado.
- El público objetivo es el turista, no el ciudadano; aunque el residente también se ve beneficiado.
- Los límites geográficos pueden coincidir o no con los de un municipio.
- La interacción va mas allá de la propia estancia en la ciudad. En los DTI comienza antes de que el visitante llegue al destino, continúa durante su estancia y se prolonga hasta después de la marcha.
- Los DTI están ligados al incremento de competitividad del mismo y a la mejora de la experiencia del turista.

Por todo lo anteriormente expuesto, puede considerarse que el modelo de Smart Destination deriva del concepto de Smart City. Así pues, de este tratamiento diferenciado surge el concepto de Destino Turístico Inteligente que se aborda en el siguiente epígrafe.

4.4. DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

El Destino Turístico Inteligente (Smart Destination) se define como "un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente" SEGITTUR (2015: 32).

La aparición de los Destinos Inteligentes coincide con "un contexto de cambio estructural en el turismo (impacto de las tecnologías de la información y la comunicación, nuevos patrones de comportamiento de la demanda, aparición de nuevos modelos de negocio, mayor sensibilidad ambiental, etc.) que requiere nuevos enfoques de gestión" Ivars, Solsona y Giner (2016: 330).

Por tanto, el Destino Turístico Inteligente supone una evolución del modelo turístico tradicional que incorpora la experiencia adquirida en años de desarrollo turístico y, a la vez, es capaz de hacer frente a los retos que exige el entorno actual. Este nuevo modelo de gestión turística del que nuestro país es pionero y referente a nivel mundial pretende "mejorar el posicionamiento de España como destino turístico internacional" SEGITTUR (2015: 34).

Como se profundizará en el siguiente epígrafe, la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad son los cuatro pilares en los que se vertebra el DTI estando, a su vez, sustentados por la Gobernanza. De acuerdo con López de Ávila y García (2013: 62), "la consideración conjunta de estos factores que constituyen la base de un destino turístico inteligente generará una serie de ventajas competitivas, que no sólo revertirán en beneficio del sector turístico, sino que impactarán en otros sectores contribuyendo a incrementar las rentas en el territorio".

Así pues, debido a los diferentes ámbitos que abarca el Destino Turístico Inteligente, resulta necesario gestionar de forma óptima su complejidad,

heterogeneidad y su transversalidad. Por ello, se requiere "la actuación conjunta de la empresa privada, las administraciones públicas, las entidades de formación y las entidades de I+D+i" López de Ávila y García (2013: 62).

El DTI otorga una especial atención al visitante situándolo como un factor destacado de su política turística. Por ello, resulta necesario generar sistemas inteligentes integrales con el objetivo de "mejorar su integración e interacción con el destino (antes, durante y después del viaje), creando elementos que faciliten la interpretación del entorno, agilicen la toma de decisiones e incrementen la calidad de su experiencia vacacional y de ocio" López de Ávila y García (2013: 61). En consecuencia, el objetivo final de un Destino Inteligente es "mejorar la experiencia turística del visitante, a lo largo de todo el ciclo de viaje de su visita, desde la preparación del viaje hasta su recuerdo" ONTSI (2015: 59).

Si bien, como se ha visto anteriormente, el Plan Nacional Integral de Turismo fomenta la implantación de los Destinos Inteligentes, SEGITTUR se encarga de gestionar los proyectos y llevarlos a término.

De esta forma, SEGITTUR ha establecido una **hoja de ruta** con una serie de pasos para la implantación de un DTI. En primer lugar, cabe destacar que los proyectos de los Destinos Turísticos Inteligentes comienzan con una auditoría al destino sobre los cuatro ejes estratégicos más la gobernanza, de la que se obtiene un **diagnóstico** sobre su situación de partida para su posterior conversión en un DTI. A continuación, tras la evaluación del resultado del diagnóstico, se realiza un **plan de acción** que es una hoja de ruta sobre las mejoras que debe acometer el destino en los cuatro ámbitos de actuación de cara a poder ser certificado como Smart Destination.

A pesar de ello, Ivars et al. (2016: 337) plantean que el modelo de gestión del DTI puede producir en algunos destinos dificultades de aplicación ya que "no todos los destinos tienen capacidad suficiente desde el punto de vista económico, técnico y humano para afrontar un proyecto que integre los

cuatro ámbitos mencionados. En consecuencia, se impone la necesidad de promover un enfoque flexible y adaptable a las peculiaridades de cada destino". Igualmente, SEGITTUR (2015: 62) es consciente de las limitaciones de cada municipio al afirmar que "cada destino tendrá que evaluar su situación y fijar una estrategia adaptada a sus necesidades, capacidades y recursos".

4.5. EJES DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Los cuatro ejes o pilares sobre los que se asienta un Destino Turístico Inteligente son la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad. Además de los cuatro ámbitos señalados, SEGITTUR (2015) establece que la Gobernanza debe tener un papel relevante al ser el ente gestor del DTI. Por consiguiente, la Gobernanza es el gran paraguas en torno al cual se articula un DTI para tomar sus decisiones, sus estrategias y gestionar sus recursos y sus presupuestos. Así pues, engloba todo ese conjunto de ejes que interactúan dentro del entorno del Destino Turístico Inteligente.

Por su parte, Durán (2013: 15) define la Gobernanza como "una práctica de gobierno susceptible de medición, que tiene por objeto dirigir eficazmente al sector turismo en los distintos niveles de gobierno, mediante formas de coordinación, colaboración y/o cooperación eficientes, transparentes y sujetas a la rendición de cuentas, que permitan realizar las metas de interés colectivo que comparten las redes de actores que inciden en el sector, con el fin de lograr soluciones y oportunidades, con base en acuerdos sustentados en el reconocimiento de interdependencias y responsabilidades compartidas".

La Gobernanza incide especialmente para que el Gobierno y la Administración se muestren abiertos y accesibles a la ciudadanía, SEGITTUR (2015). En este sentido, se considera relevante que cualquier ciudadano tenga acceso a toda la información disponible relativa a la organización y el

funcionamiento de la ciudad. Además, se incluyen todas las actuaciones que facilitan la participación a la ciudadanía en la toma de decisiones, el acceso a servicios públicos y sociales, un gobierno transparente y la modernización de la administración pública.

4.5.1. Eje de Innovación

El **Plan de Turismo Español Horizonte 2020** diseñado para el periodo 2008-2012 menciona, por primera vez, a la innovación y al conocimiento como un aspecto esencial de la política turística española. Este mismo Plan define a la innovación como "todo cambio basado en el conocimiento que genera valor". En esta misma línea, en el informe COTEC (2016) se desprende que la innovación es un cambio, de algo nuevo, pero un cambio que inexorablemente nos debe conducir a obtener un mayor éxito en el mercado.

El Manual de Oslo (2005) entiende por innovación "la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología".

En este aspecto, el Manual de Oslo (2005) recoge diferentes tipos de innovaciones como son de producto, proceso, organización y comercialización. Además, INVAT·TUR (2015: 85) añade que "la tecnología es una de las principales fuentes de innovación y suele participar en los diferentes tipos de innovación". Por su parte, el DTI favorece la innovación abierta al ayudar a la creación de clusters territoriales basados en la similitud del producto, INVAT·TUR (2015).

De igual modo, el informe COTEC 2016 establece diferentes grados en la innovación si bien puede ser incremental, con pequeños cambios pero que pueden ser muy impactantes, o radical, con transformaciones completamente diferentes a las que existían. En este aspecto, SEGITTUR (2015: 43) recuerda que "la innovación surge en muchas ocasiones como respuesta a necesidades concretas, para resolver problemas del día a día".

Por tanto, la innovación supone una ventaja competitiva para el DTI por lo que debe estar presente en los demás ámbitos del destino. Igualmente, se convierte en un factor clave para la reinención constante de los destinos turísticos ante un entorno volátil, incierto, complejo y cambiante, Romero (2017). En consecuencia, la innovación deviene necesaria ante una industria turística cada vez más fragmentada, compleja y competitiva, al mismo tiempo que dependiente de la tecnología y de los nuevos actores que establecen nuevas reglas en el mercado turístico.

4.5.2. Eje de Tecnología

La tecnología se encuentra íntimamente relacionada con los demás ámbitos del DTI ya que permite a la gobernanza tomar decisiones inteligentes, potenciar la innovación y mejorar la accesibilidad y la sostenibilidad. De esta forma, SEGITTUR (2015: 35) afirma que "si bien la gobernanza es el alma de los DTI, la tecnología es su sistema nervioso" al convertirse en un factor de competitividad e introducirse en todos los eslabones de la cadena de valor turística.

Por otro lado, Ivars et al. (2016: 330) evidencian que "el viajero ha modificado la forma de relacionarse con el destino. Las TIC han impactado de manera notoria en el ciclo del viaje, desde su organización hasta la experiencia posterior". Gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se han vencido viejas barreras de comunicación y ahora el

destino puede interactuar directamente con el visitante antes, durante y después del viaje.

En este aspecto, el visitante está más informado ya que accede a la información en cualquier momento y la comparte a través de las redes sociales. Así pues, se puede considerarlo un turista inteligente ya que posee un "mayor conocimiento, es más exigente, está conectado y comparte los datos" Ivars et al. (2016: 331). Como resultado, los avances tecnológicos han configurado un nuevo escenario turístico en el que los destinos deben adaptarse a los nuevos hábitos del turista digital.

De esta forma, para emprender un proyecto de conversión de un destino turístico en un destino inteligente, es preciso estar en condiciones de hacer un uso intensivo de la tecnología, de modo que sea factible mejorar la gestión del destino y la calidad de la visita del turista. Según SEGITTUR (2015), el reto consiste en integrar los avances de las TIC en el destino para dotarlo de inteligencia y proveerlo de información suficiente con el fin de facilitar la toma de decisiones y aumentar la satisfacción del visitante con el destino.

Asimismo, SEGITTUR ha impulsado en los DTI la implantación de un Sistema de Inteligencia Turística (SIT) que permite recolectar los datos extraídos de diferentes fuentes, procesarlos y volcarlos a una base de datos en tiempo real con el fin de tomar decisiones informadas y no en meras intuiciones. De hecho, "un destino es más inteligente cuantas más decisiones informadas se puedan tomar a partir de los datos que provea" INVAT·TUR (2015: 75). Por ello, este sistema permite al gestor del DTI desarrollar las acciones oportunas en base a los datos obtenidos.

El desarrollo del Sistema Inteligente viene de la mano de la aparición de un nuevo modelo de gestión de la información como es el Big Data capaz de analizar grandes cantidades de datos de diversas fuentes en tiempo real. Por otra parte, con la plataforma Open Data se pretende facilitar al ciudadano la información pública de una forma abierta, fácil y accesible para todos. Con ello,

"el destino inteligente asume que los datos e información pública deben ser abiertos y puestos a disposición del sector privado para su reutilización y generación de nuevos servicios y productos de valor añadido" ONTSI (2015: 60).

4.5.3. Eje de Accesibilidad

Según el artículo 2.k del Real Decreto Legislativo 1/2013, la **accesibilidad universal** es "la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos, instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible".

Igualmente, en el artículo 2.i del citado Decreto, se refiere a la **normalización** como "el principio en virtud del cual las personas con discapacidad deben poder llevar una vida en igualdad de condiciones, accediendo a los mismos lugares, ámbitos, bienes y servicios que están a disposición de cualquier otra persona".

En materia de accesibilidad, España es uno de los pocos países en el mundo que posee normas de accesibilidad. De este modo, la accesibilidad universal queda recogida en la Norma UNE 170001-1: 2007 y hace que esta sea reconocida como sinónimo de buena calidad. Asimismo, el Sistema Integral de Calidad Turística en el Destino (en adelante SICTED) también integra criterios de accesibilidad en sus respectivos preceptos.

Por su parte, AENOR⁴ establece que "la accesibilidad universal garantiza a todas las personas, con independencia de su edad o discapacidad,

4

https://www.aenor.es/aenor/certificacion/resp_social/accesibilidad_universal.asp#.WTZ6DevyiM
8

las mismas posibilidades de **acceso** a cualquier parte del entorno construido y al uso y disfrute de los servicios en ellos prestados con la mayor autonomía posible en su utilización".

En consecuencia, "un DTI debe facilitar el acceso a todos los ciudadanos, utilizando para ello todos los mecanismos necesarios" INVAT·TUR (2015: 45). En este aspecto, un destino debe entender la accesibilidad como universal y no solo para personas con algún tipo de discapacidad sino para todas las personas ya que en algún momento de la vida se pueden ver necesitados de esa accesibilidad.

Por ello, la accesibilidad no es exclusiva de las personas con discapacidad, sino que también la pueden necesitar las personas mayores, las familias con niños, personas con enfermedades o que hayan tenido un accidente. Además, es preciso destacar que todo el mundo, en la medida que envejece, va mermando sus capacidades con lo que más tarde o más temprano la accesibilidad deviene necesaria para todos.

Para considerar un destino accesible, la OMT (2014) establece que tiene que cumplirse en todas las etapas del proceso del ciclo del viaje tanto en la parte física como en la tecnológica. Por tanto, los requisitos de accesibilidad se deben contemplar en todos los servicios que se desarrollan. En este sentido, resulta importante desarrollar tecnología accesible pero también mejorar la información sobre accesibilidad en el entorno turístico, es decir, que el destino proporcione información sobre sus condiciones de accesibilidad.

De acuerdo con la OMT (2014), un destino, para convertirse en DTI, tiene que salvar tres tipos diferentes de impedimentos como son las barreras arquitectónicas del entorno, las barreras de información y comunicación y las barreras actitudinales o de sensibilización. Por consiguiente, el DTI debe garantizar una accesibilidad física, visual, auditiva, cognitiva y digital para el disfrute de todos sus visitantes.

Por todo ello, el turismo accesible tiene que pasar desapercibido a través del diseño adaptado de los diferentes elementos en cuestión que hacen que se pueda llegar a cualquier persona, INVAT·TUR (2015). En consecuencia, la inteligencia de accesibilidad en un DTI depende de la integración de los diferentes elementos en el entorno.

4.5.4. Eje de Sostenibilidad

La Organización Mundial del Turismo⁵ define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

La sostenibilidad constituye uno de los requisitos clave en la conversión de un destino turístico a uno inteligente ya que favorece la regeneración y el respeto del entorno natural, la cohesión social, la educación y la integración cultural. Por tanto, "el desarrollo sostenible del turismo ha de contribuir a la sostenibilidad medioambiental, la socio-cultural y la económica de un destino turístico" López de Ávila y García (2013: 64).

En este aspecto, cuando se habla de sostenibilidad se tiende a pensar en el ámbito medioambiental vinculado a la gestión eficiente de los recursos naturales. Sin embargo, para que un destino logre alcanzar un equilibrio sostenible cabe remarcar que la sostenibilidad debe englobar otras áreas como la sociocultural entendida como la calidad de vida de los turistas y residentes y la económica ligada a la competitividad, SEGITTUR (2015).

De acuerdo con INVAT·TUR (2015: 19), "la calidad ambiental condiciona la experiencia turística en el destino". Este hecho puede suponer un factor

⁵ <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

diferencial para el destino y desarrollar nuevas modalidades de turismo relacionadas con este enfoque sostenible. Por ello, los entes públicos deben cuidar al máximo este aspecto para satisfacer las expectativas de los turistas.

Dentro de la sostenibilidad ambiental se engloban todas las actuaciones que hacen referencia al desarrollo de planes de protección ambiental, reducción de la contaminación atmosférica, edificación sostenible, sistemas de generación de energía, polución, gestión sostenible de servicios y recursos, prevención en la generación de residuos, etc.

Cada vez existe una mayor concienciación con respecto a la sostenibilidad. De hecho, en muchas ocasiones son los mismos visitantes quienes exigen unas mínimas garantías de sostenibilidad. En este sentido, "las certificaciones de destino garantizan un compromiso del destino con la sostenibilidad y facilitan notablemente la comunicación al convertirse en un atributo de la imagen del destino" INVAT·TUR (2015: 43).

Así pues, algunos destinos han apostado por la Agenda 21 Local. Otros destinos con playas se han distinguido con distintivos como las banderas azules y certificaciones ambientales como la ISO 14001. De igual forma, algo más reciente es la certificación Biosphere Destination que otorga un papel relevante a la sostenibilidad en los destinos. Por último, cabe mencionar los Criterios Globales de Turismo Sostenible (CGTS) que representan los compromisos mínimos que una organización de gestión turística sostenible debe cumplir.

4.6. ACTUACIONES EN LOS PROYECTOS PILOTO

Como se ha analizado anteriormente, una de las cuatro acciones del Plan Nacional Integral de Turismo para los Destinos Inteligentes es la de implantar pilotos demostrativos en los destinos turísticos con el fin de servir de modelo para la correcta implantación de los DTI. De este modo, SEGITTUR ha seleccionado a los siguientes doce destinos para formar parte del proyecto piloto de los Destinos Turísticos Inteligentes: El Hierro, Villajoyosa, Castelldefels, Palma de Mallorca, Las Palmas de Gran Canaria, Marbella, Murcia, Almería, Badajoz, Lloret de Mar, Jaca y Valle de Arán.

A continuación, se expone un resumen extraído de SEGITTUR (2015) y de los informes de consultoría⁶ para cada uno de los destinos. Cabe destacar que SEGITTUR ha escogido a estos destinos por su particularidad, bien por el tipo de turismo al que se dirigen, o bien por el grado de consolidación del destino. Además, todos ellos se han especializado en algún eje en particular.

Mallorca destaca por haber creado una Smart Office e impulsar diferentes apps como la de los sensores en los contenedores que avisan cuando están llenos. Con la creación y coordinación de la Smart Office se ha conseguido que todas las concejalías cooperen conjuntamente. Además, uno de los desarrollos tecnológicos más destacados es el contar con la playa más grande de Europa con wifi gratis.

En Badajoz se ha implementado un Sistema de Inteligencia Turística (SIT) cuyo objetivo es poder conectar diversas bases de datos, cruzar y procesar toda la información para, finalmente, obtener un cuadro de mandos con una serie de indicadores que permitan tomar decisiones al ente gestor del destino. Además, cuenta con programas de formación para los empresarios, emprendedores y ciudadanos.

⁶ <http://www.segittur.es/es/DTI/>

Villajoyosa es un destino que se ha especializado en materia de accesibilidad. El museo Vilamuseu se ha construido atendiendo a todos los parámetros que ha de poseer un museo para ser accesible. De hecho, es considerado un referente europeo en accesibilidad.

El Hierro se ha convertido en la primera Smart Island del mundo. Su singularidad es valorada por ser un referente energético al contar con la primera central hidroeléctrica y poder ser autosuficiente gracias a la generación de energía renovable. Además, ha desarrollado una app "el Hierro te sigue" donde se encuentran identificados todos los puntos wifi gratuitos de la isla lo que permite monitorizar al turista en tiempo real.

Las Palmas de Gran Canaria ha reactivado el turismo de compras al apostar por el proyecto "Comercio Inteligente" que ha llevado a cabo a través de la tecnología Beacon. También ha desarrollado un Sistema de Inteligencia Turística y un portal de datos en abierto.

Castelldefels es valorada por impulsar los mecanismos de colaboración público-privada. Además, ha desarrollado la aplicación Accesible Spain que permite al turista descubrir los recursos accesibles y con menores barreras arquitectónicas de la ciudad y también la app Spain Kids en el que se encuentra toda la información de los mejores sitios para disfrutarlos con la familia y los niños.

Marbella ha apostado por proyectos innovadores y tecnológicamente avanzados que dan respuesta a las necesidades del turista digital. De este modo, ha desarrollado la Agenda Digital, la Plataforma Electrónica Digital, el Sistema de Información Digital y el portal de Open Data con el fin de garantizar los mecanismos necesarios de transparencia en la información pública. Igualmente, está usando la tecnología Beacon en los principales puntos turísticos de la ciudad para ofrecer información adicional a los turistas que lo visiten a través de aplicaciones.

El Valle de Arán es el primer destino de montaña reconocido por sus prácticas sostenibles con el certificado Biosphere. Es, por tanto, un destino de referencia en materia de sostenibilidad y para la práctica de deportes de naturaleza.

Lloret de Mar cuenta con una web de promoción y un buen posicionamiento de la marca en las redes sociales. Por otra parte, la ciudad de Jaca ha apostado por un plan de movilidad urbana sostenible.

Almería ha remodelado el casco histórico con la peatonalización e implantación de puntos wifi gratuitos en todas las plazas. Además, ha implementado medidas sostenibles y tecnológicas en el campo de golf del municipio. Igualmente, ha desarrollado un widget para la comercialización de las experiencias del portal Spain.info en la web de promoción turística y ha elaborado un plan de capacitación para las PYMEs turísticas.

Murcia es el primer DTI que integra a toda una Región lo que implica un mayor esfuerzo de coordinación por parte de los entes para gestionar el destino. Además, destaca por haber desarrollado la innovadora plataforma de comercialización Hermes y el Sistema de Business Intelligence con la plataforma Nexo.

5. DISEÑO DEL CUADRO DE MANDO E IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE INDICADORES INTELIGENTES EN EL DESTINO TURÍSTICO DE ELCHE

El presente trabajo pretende realizar un diagnóstico del estado actual en el que se encuentra el destino turístico de Elche en base a unos indicadores inteligentes que se aplican en los Destinos Turísticos Inteligentes. Para ello, se procederá a confeccionar un cuadro de mando para obtener una visión rápida y global de la situación del destino de Elche. De esta forma, con el cuadro de mando se reagrupan y sintetizan los parámetros para presentarlos de una manera práctica y comprensible a través de un conjunto de indicadores asociados a la gobernanza y a los ejes de un DTI como son la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad.

Así pues, para la elaboración de un sistema de indicadores se han analizado tres fuentes principales de información como son: a) el borrador actual del futuro **PNE 178502: Indicadores y Herramientas de los Destinos Turísticos Inteligentes**; b) los indicadores que propone el Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes de **INVAT·TUR**; y c) el análisis de las **experiencias** llevadas a cabo en cada uno de los **proyectos piloto** de los DTI.

En este sentido, cabe puntualizar que INVAT·TUR ha desarrollado un modelo de DTI propio para la Comunidad Valenciana clasificándolo en cinco ámbitos interrelacionados como son la gobernanza, la innovación, la sostenibilidad, la conectividad y sensorización y el sistema de información. Sin embargo, el presente trabajo se ha regido por el modelo característico de los cuatro ejes (innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad) más la gobernanza que establece SEGITTUR.

Una vez analizados los indicadores de cada una de las tres fuentes mencionadas, se ha llevado a cabo una **recopilación de los diferentes indicadores y clasificación en la siguiente tabla de la figura 1** para su

óptima comparativa con el fin de seleccionar, posteriormente, los indicadores más adecuados al destino turístico de Elche.

Figura 1: Comparativa de indicadores de PNE 178502, INVAT-TUR y experiencias piloto en los distintos ámbitos del DTI

	PNE 178502	INVAT-TUR	EXPERIENCIAS
GOBERNANZA	<ul style="list-style-type: none"> -Plan Director DTI -Organigrama del Ente Gestor -Mesa de Coordinación -Participación Ciudadana -Promoción de la información -Transparencia en la contratación -Transparencia en la gestión -Satisfacción del turista 	<ul style="list-style-type: none"> -Plan Director DTI -Plan Operativo Anual -Coordinación interdepartamental -Smart Destination Office -Colaboración público-privada -Desarrollo Administración Electrónica y Abierta -Sistemas de gestión de calidad implantados -Calidad percibida por el turista 	<ul style="list-style-type: none"> -Aplicación Plan Director -Colaboración entre departamentos -Planes y actuaciones turísticas participativos -Implantación firma electrónica -Sugerencia de ideas para mejorar el destino -Presencia en redes nacionales -Portal de transparencia -Satisfacción y repetición de turistas

	PNE 178502	INVAT-TUR	EXPERIENCIAS
INNOVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Compromiso -Recursos Financieros -Inteligencia turística -Seguimiento y control de acciones -Implicación pública -Innovación empresarial -Nivel de emprendedurismo 	<ul style="list-style-type: none"> -Grado de incorporación de innovaciones -Fomento de la innovación -Desarrollo de proyectos innovadores -Innovación abierta 	<ul style="list-style-type: none"> -Presupuesto para la innovación turística -Liderazgo inteligente -Lanzamiento de nuevos productos y servicios innovadores -Innovación en la promoción turística -Fomento de innovación -Apoyo al emprendedurismo

	PNE 178502	INVAT-TUR	EXPERIENCIAS
TECNOLOGÍA	-Conexión móvil	-Conectividad de calidad	-Cobertura móvil
	-Cobertura wifi gratuita en instalaciones municipales	-Wifi gratuito en lugares públicos	-Red wifi pública
	-Uso de herramientas Business Intelligence	-Sensorización	-Vídeos inspiradores
	-Open Data	-Automatización de la Oficina de Turismo	-Monitoreo de marca y medios
	-Visitas página web	-Analítica web y redes sociales	-Estrategia CRM y E-mail marketing
	-Seguidores en redes sociales	-Grado de actualización de la información digital	-Descargas de App
	-Oficinas turísticas virtuales	-Open Data	-Desarrollo de realidad virtual y aumentada
	-Aplicaciones turísticas	-Información turística virtual	-Códigos QR en material promocional y paneles
	-Geoposicionamiento	-Material promocional en formato digital	-Formación en TIC
	-Promoción online	-Canales de información 24h	-Tecnología Beacon
	-Accesibilidad web	-Plan de Social Media	-Desarrollo de la gamificación
		-Posicionamiento y acciones SEO	-Geomarketing
	-Marketing viral	-Pantalla táctil 24h	

	PNE 178502	INVAT-TUR	EXPERIENCIAS
ACCESIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> -Compromiso del destino -Contenidos web sobre accesibilidad del destino -Infraestructuras de transporte con plazas reservadas -Infraestructuras de transporte accesibles -Información en otros idiomas -Taxis accesibles -Plazas de aparcamiento en entornos turísticos -Itinerarios señalizados -Recursos turísticos accesibles -Recursos turísticos con aseos accesibles -Recursos turísticos con ayudas técnicas 	<ul style="list-style-type: none"> -Plan Accesibilidad Urbana -Recursos turísticos accesibles -Información sobre itinerarios accesibles -Servicio de información turística adaptado -Accesibilidad web -Promoción del destino accesible -Rutas de transporte accesible -Transporte público accesible -Información de plazas de aparcamiento accesibles -Material turístico accesible y multicanal -Formación del personal de la Administración 	<ul style="list-style-type: none"> -Plan integral de accesibilidad turística -Comunicación del destino accesible -Accesibilidad urbanística -infraestructuras urbanas accesibles -Plazas de aparcamiento reservadas -Idiomas en el transporte -Taxis adaptados -Aseos accesibles con cambiador de bebés -Oficina de turismo accesible -Planos con información accesible -Decálogo o manual de accesibilidad -Accesibilidad idiomática de la web -Habitaciones accesibles -Playas accesibles -Cumplimiento de accesibilidad web

SOSTENIBILIDAD	-Compromiso del destino	-Recursos turísticos con certificaciones ambientales	-Plan de acción de turismo sostenible
	-Protección del Patrimonio	-Certificación de sostenibilidad del destino	-Manual de buenas prácticas de sostenibilidad
	-Impacto en la comunidad local	-Desarrollo de productos turísticos sostenibles	-Protección de bienes inmateriales
	-Ocupación mensual de los alojamientos	-Promoción de la sostenibilidad	-Contribución al PIB
	-Empleo turístico	-Acciones de sensibilización para locales y turistas	-Estacionalidad turística
	-Plan de adaptación al cambio climático	-Plan urbanístico sostenible	-Puesta en valor del comercio y artesanía local y productos de km 0
	-Mapa de polución y ruido	-Movilidad urbana	-Energías renovables
	-Carril bicicleta	-Contaminación atmosférica y acústica	-Alumbrado eficiente
	-Puntos de uso de bicicleta	-Eficiencia energética	-Ahorro energético
	-Peatonalización urbana	-Recogida y tratamiento de residuos	-Medida de la humedad
	-Sensorización aparcamiento público	-Depuración y reutilización del agua	-Paneles dinámicos de guiado a aparcamientos
	-Depuración de aguas y reciclaje	-Gestión eficiente de edificios públicos	-Grado de biodiversidad
	-Zonas verdes	-Vehículos eléctricos o híbridos municipales	-Gestión de residuos sólidos
	-Espacios naturales protegidos	-Nivel de ocupación mensual	-Certificación ambiental de las playas
	-Calidad aguas playa	-Impacto comunidad local	-Regeneración de arena
			-Puntos de recarga de vehículos eléctricos

Del análisis extraído de la tabla de la figura 1 se desprende que existen numerosos indicadores posibles que se pueden aplicar en un DTI siendo todos ellos válidos. Sin embargo, para el presente trabajo se han seleccionado **aquellos más rentables** para el destino turístico de Elche, es decir, aquellos para los cuales la importancia de la información que representan justifican el esfuerzo necesario para su obtención. Del mismo modo, se han considerado los indicadores **que aporten valor** y no sean redundantes para el destino de Elche.

En consecuencia, los criterios que han primado a la hora de establecer un sistema de indicadores para Elche se han basado en: a) **la facilidad de la obtención de los datos**, es decir, en la posibilidad real de obtener el dato y analizar la información; b) **la utilidad y pertinencia** del indicador; y c) **la rentabilidad de obtención** del parámetro. De igual forma, en la medida de lo posible, se han priorizado los indicadores cuantitativos frente a los cualitativos.

Así pues, en base a los criterios expuestos, se ha procedido a seleccionar los indicadores más adecuados de la tabla anterior para el destino turístico de Elche. Algunos de los parámetros mostrados en la tabla se han excluido por condiciones como el tamaño, las características u otras consideraciones. En otros casos, se ha estimado oportuno fusionar diversos indicadores relacionados entre sí. A su vez, se ha considerado pertinente añadir algún indicador que faltaba y que resultaba relevante para el destino o, incluso, modificar alguno de ellos con el fin de adaptarlos al destino de Elche.

Finalmente, con el objetivo de facilitar la recogida y seguimiento de los indicadores propuestos, **se ha establecido un sistema de indicadores en base a un cuadro de mando**. Para ello, se ha diseñado un cuadro de mando en el que se ha incluido: **a) los indicadores a medir organizados por ejes; b) el nivel o grado de implantación en el destino; y c) los datos o alguna consideración** de los indicadores.

Una vez diseñado un sistema de indicadores sencillo y útil, concentrado en un total de **81 indicadores** relevantes, pragmáticos y que se pueden emplear fácilmente en cualquier destino de sus mismas características, se ha procedido a **aplicarlos al destino de Elche** en los siguientes subepígrafes formados por la gobernanza, la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad.

El análisis de los siguientes indicadores permitirá al destino visualizar las diferencias entre los resultados deseados y los reales lo que posibilitará identificar las posibles áreas de mejora y establecer, en su conjunto, los requisitos mínimos en cada uno de los ejes para evaluar de forma holística el recorrido que le queda a Elche hasta llegar a ser una Smart Destination.

5.1. INDICADORES RELATIVOS A LA GOBERNANZA DEL DESTINO TURÍSTICO DE ELCHE

Figura 2. Análisis de los indicadores de la Gobernanza en Elche

INDICADORES GOBERNANZA ELCHE	Nivel / Grado				Datos o Consideración
	Nulo	Bajo	Medio	Alto	
G1. Naturaleza de la entidad jurídica			X		OALTE
G2. Aplicación Plan Director de Turismo				X	2016-2018
G3. Aplicación de Planes Operativos Anuales			X		4 objetivos
G4. Apuesta por líneas estratégicas del DTI	X				Solo tecnología
G5. Existencia de estructuras de colaboración público-privada				X	3
G6. Existencia de procedimientos de coordinación interdepartamental		X			
G7. Presencia en redes nacionales e internacionales			X		RECI y SICTED
G8. Sistemas de gestión de calidad turística				X	45 empresas
G9. Administración electrónica y abierta			X		
G10. Transparencia en la contratación turística				X	Mesa de contratación
G11. Participación Ciudadana en los planes y actuaciones turísticos		X			Presupuesto Participativo
G12. Satisfacción del turista con el destino				X	92,9%
TOTAL	1	2	4	5	

Fuente: Elaboración propia.

G1. Naturaleza de la entidad jurídica.

En 2001, el Ayuntamiento de Elche constituye el **Organismo Autónomo Local de Turismo** pasando, en 2012, a denominarse Visitelche. Según el Estatuto de Visitelche (2016: 2) "se constituye como una entidad administrativa con personalidad jurídica pública, patrimonio y tesorería propios, y con plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines y autonomía de gestión".

Por tanto, el disponer de la figura de un Organismo Autónomo Local se entiende como un indicador favorable para la gobernanza del destino ya que esta forma jurídica facilita la agilidad y flexibilidad en la gestión turística como así lo corrobora la coordinadora de Visitelche durante la entrevista.

G2. Aplicación de un Plan Director de Turismo.

Visitelche cuenta con el **Plan Director de Turismo 2016-2018** (en adelante PDT) plenamente vigente y que surge con el fin de construir una oferta turística basada en la singularidad y la diversidad de sus atractivos. En este punto, se ha valorado positivamente la existencia y aplicación de un Plan Estratégico en materia turística. De igual modo, se constata que el PDT es accesible para cualquier profesional o ciudadano interesado puesto que se puede consultar en la página web del Ayuntamiento de Elche⁷.

G3. Diseño y aplicación de Planes Operativos Anuales.

Con el fin de conseguir los objetivos marcados en el Plan Director de Turismo se ha ayudado de **Planes Operativos Anuales** a través de cuatro grandes áreas que son: a) Congresos y eventos; b) Marketing y promoción; c) Producto, instalaciones y servicios turísticos; d) Información, formación y

⁷ <http://www.elche.com/micrositios/ayuntamiento/cms/menu/normativas-municipales/otra-normativa/planes-y-programas/>

calidad. En base a esto, se ejecutará el calendario de iniciativas particulares previsto para cada ejercicio.

Estos Planes Operativos Anuales (en adelante POA) quedan recogidos en fichas técnicas en las que se refleja la actividad así como los objetivos a alcanzar y que, como resultado, permiten un seguimiento más detallado en la ejecución de las acciones. Por todo ello, en este parámetro se evalúa favorablemente el diseño, la concreción y la aplicación de los Planes Operativos Anuales.

G4. Apuesta por las líneas estratégicas del Destino Turístico Inteligente.

El Plan Director de Turismo, entre sus objetivos, menciona la promoción de la accesibilidad y convertir a Elche en un referente nacional en contenido digital de destino. Sin embargo, en ningún momento se apuesta por la innovación o la sostenibilidad. De ello, se desprende que en el actual plan no se abordan las líneas estratégicas que establecen los Destinos Turísticos Inteligentes. En consecuencia, no se puede considerar que sea un Plan Director DTI y que se cumpla este parámetro.

G5. Existencia de estructuras de colaboración público-privada.

El Plan Director de Turismo busca servir de eje motivador para involucrar a todos los agentes relacionados con el turismo de Elche. Además, para el PDT la unión ha de ser la base de las acciones del turismo teniendo en cuenta a todos los agentes implicados en el sector turístico. Igualmente, para lograr el máximo consenso, Visitelche consultará a todos los sectores públicos y privados que tienen que ver con el turismo. Dentro de las estrategias del PDT se impulsa el compromiso público-privado a favor de la marca Elche Oasis

Mediterráneo. Con ello, desde el principio, se demuestra el interés existente por forjar una estrecha colaboración público-privada.

Según el Estatuto de Visitelche, los Órganos de Gobierno están constituidos por la Presidencia y/o la Vicepresidencia y el Consejo Rector. Actualmente, la Presidencia recae en la Concejalía de Turismo y Playas.

El **Consejo Rector** es el órgano de máxima representatividad política e institucional de Visitelche con atribuciones de gobierno. Está compuesto por la presidenta de Visitelche, los diferentes grupos políticos locales, la Agencia Valenciana de Turismo (AVT), la Diputación de Alicante, la Asociación de Empresas Turísticas de Elche (AETE), la Institución Ferial Alicantina (IFA) y por otros miembros potestativos.

Asimismo, Visitelche cuenta con la **Asamblea General**, un órgano de carácter consultivo, de asesoramiento, de información y propuesta de Visitelche, que ejercerá su función en todas las actividades relacionadas con la promoción turística, la mejora de la imagen de la ciudad y la calidad del producto turístico. Está representado, además de los miembros del Consejo Rector, por un representante de los siguientes colectivos o asociaciones: la Asociación de Comerciantes, la Asociación para el Desarrollo Rural del Campo de Elche (ADR), la Federación de Asociaciones de Vecinos de Elche, la Ruta Outlet, la Asociación de Taxistas, la Fundación del Deporte, el Patronato del Misteri, el Patronato del Palmeral, la UNED, la Fundación la Alcudia, el Museo de Pusol, IES Tirant lo Blanc, AENA, INVAT.TUR, Parque Natural el Hondo, AVECAL, UMH y por otros miembros potestativos.

De igual forma, la **Mesa de Calidad Turística** de Elche, creada en 2012, está basada en el órgano colegiado del ente gestor e integrado por representantes de los sectores público y privado participantes.

En consecuencia, la existencia de estructuras de colaboración público-privada como son los órganos del Consejo Rector, la Asamblea General y la

Mesa de Calidad Turística se valoran muy favorablemente como requisitos mínimos en el DTI.

G6. Existencia de procedimientos de coordinación interdepartamental.

El Plan Director de Turismo de Visitelche reconoce que para que el plan sea práctico y realista hay que tener en cuenta la operatividad del mismo y la transversalidad de las acciones propuestas. A pesar de ello, el PDT no evidencia su coordinación con otros planes locales.

Si bien, en el Ayuntamiento de Elche no existe una Mesa de Coordinación Interdepartamental para la gestión integral del destino o también denominada "**Smart Destination Office**" para coordinar y centralizar todas las actuaciones Smart que se plantean para la consecución de un Destino Inteligente, sí que se realizan reuniones periódicas, comisiones, grupos de trabajo, etc., con otros departamentos que tienen intereses en común y en los que están obligados a entenderse.

De esta forma, para conseguir ser Capital Verde Europea en 2030, el Ayuntamiento de Elche está convocando diferentes Mesas de Coordinación Interdepartamental. Igualmente, para el Plan de Accesibilidad (2012-2016) se ha creado una Comisión Técnica con representantes de cada una de las áreas municipales implicadas, encontrándose entre ellas turismo.

Por otra parte, en su estrategia también se busca optimizar las relaciones con las distintas administraciones turísticas como son las municipales, la provincial (con la Diputación de Alicante), la autonómica (con la AVT) y la nacional. Así pues, el objetivo de este indicador garantiza correctamente la adecuada coordinación entre los responsables de cada una de las áreas del Ayuntamiento afectadas por los objetivos del PDT.

G7. Presencia en redes nacionales e internacionales.

Desde 2012, Elche es miembro de la Red Española de Ciudades Inteligentes (RECI) formada actualmente por 79 ciudades inteligentes. Según la Red RECI, se trata de una propuesta de futuro motivada por la necesidad de las ciudades de apostar por la innovación y el desarrollo de las nuevas tecnologías para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Igualmente, en 2012, Elche se adhiere a la Red Destinos SICTED suscribiendo así el Protocolo de Adhesión para Destinos correspondiente. El Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED) está promovido por el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

En este punto, se puede afirmar que Elche está adherida a dos redes nacionales de gran envergadura. Sin embargo, en base a la información facilitada, Elche no cuenta con redes destacables a nivel internacional. En conjunto, el parámetro reúne los requisitos mínimos para resultar adecuado.

G8. Sistemas de gestión de calidad turística.

Elche es un destino SICTED desde 2012 siendo Visitelche el organismo responsable de la gestión SICTED en la ciudad. Se trata de un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos dirigido a las empresas y servicios turísticos de los mismos. Este método de gestión está basado en la mejora continua y tiene como finalidad última la satisfacción del cliente.

Actualmente, Visitelche cuenta con 45 empresas distinguidas y repartidas en dieciséis oficinas entre las que se pueden destacar las cuatro oficinas de turismo en Elche, el Centro de Visitantes, las playas, el Centre de Congressos Ciutat d'Elx, restaurantes y cafeterías, museos y centros de interés visitable, empresas de transporte turístico, empresas de turismo activo,

empresas de alojamiento y taxis. Así pues, se puede verificar que Visitelche apuesta firmemente por la calidad siendo este indicador positivo para la evaluación de este ámbito del destino.

G9. Administración electrónica y abierta.

El Ayuntamiento se está iniciando con la implantación de la Administración Electrónica y la firma electrónica aunque todavía queda mucho por desarrollar. Si bien facilita a los ciudadanos el trámite para la realización de la firma electrónica, actualmente, no tiene una aplicación práctica en la administración local al no encontrarse desarrollada la Administración Electrónica.

Por otro lado, desde la página web del Ayuntamiento de Elche⁸ se facilita la descarga de documentos de la normativa municipal (bandos, reglamentos, ordenanzas fiscales y no fiscales), la legislación básica, impresos y formularios, documentos del pleno y de la Junta de Gobierno.

Asimismo, en el apartado web del "Buzón de la Ciudadanía"⁹ existe un sistema vía online de gestión y tramitación de sugerencias, demandas y quejas municipales para cualquier ciudadano o turista que lo estime para la mejora de la ciudad o del destino.

Desde el 2016 se ha creado un portal web de Transparencia¹⁰ promovido por la Concejalía de Transparencia al considerar que todas las personas tienen derecho a la información pública. Desde el portal se está trabajando para hacer más transparente la acción del Gobierno Municipal y la gestión pública. De esta forma, se han impulsado mecanismos de transparencia en la gestión como la constancia de los sueldos públicos, el

⁸ <http://www.elche.com/micrositios/ayuntamiento/>

⁹ <http://www.elche.com/micrositios/omac/cms/menu/buzon-de-la-ciudadania/>

¹⁰ <http://transparencia.elche.es/>

desglose de los presupuestos, el registro de los regalos a los concejales, los gastos de viajes y manutención, etc.

Por todo ello, este indicador garantiza la transparencia y la apertura de la información al encontrarse recogido en un portal de la transparencia y en otros apartados web del Ayuntamiento. En cuanto a la Administración Electrónica, se encuentra apenas desarrollado.

G10. Transparencia en la contratación turística.

La página web del Ayuntamiento de Elche¹¹ cuenta con un apartado de transparencia con información, a disposición del ciudadano, sobre el Organismo Autónomo Local de Visitelche. En él, se halla información pública y disponible para su consulta acerca de la plantilla de personal de Visitelche, los estatutos, el perfil del contratante y el presupuesto general y desglosado de los gastos e ingresos anuales.

Para mejorar la información publicada y garantizar el acceso a toda la actividad contractual del organismo, se ha publicado el Perfil del Contratante en la Plataforma de Contratación del Sector Público del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. De igual modo, son de dominio público los contratos menores que se encuentran aglutinados para su consulta por trimestres.

Asimismo, resulta posible consultar los procedimientos de adjudicación en abierto, restringido y negociado con publicidad convocados por la **Mesa de Contratación** de Visitelche. La Mesa está compuesta por la Presidenta de Visitelche y diferentes vocales que corresponden a los distintos grupos políticos locales lo que favorece la transparencia en la contratación.

¹¹ <http://www.elche.com/micrositios/ayuntamiento/cms/menu/sociedades-municipales-entidades-participadas-y-organismos-autonomos/>

En su apuesta por la transparencia en la contratación se proporciona en la web del Ayuntamiento¹² toda la información acerca de los expedientes, el estado actual, el tipo de procedimiento y de contrato, el presupuesto de licitación (con el IVA excluido), la fecha límite de presentación de ofertas y la fecha de formalización del contrato.

Así pues, este indicador garantiza la transparencia en la contratación pública de Visitelche al cumplir con todos los elementos detallados para una valoración positiva.

G11. Participación Ciudadana en los planes y actuaciones turísticas.

El Plan Director de Turismo incluye a la participación ciudadana para lograr los objetivos marcados. A pesar de ello, la participación ciudadana en la elaboración de los planes y actuaciones turísticas es testimonial ya que solo tiene voz a través de la Asamblea General que es un órgano consultivo donde quedan representados los principales colectivos y asociaciones relacionadas con el turismo. En este aspecto, los ciudadanos quedan representados de forma muy genérica por la Federación de Asociaciones de Vecinos.

Con respecto a las actuaciones turísticas, existe un instrumento de participación denominado "Presupuesto Participativo" donde el ciudadano puede proponer y destinar una parte del presupuesto a infraestructuras, equipamientos y recursos turísticos. De hecho, se han aprobado propuestas de señalización turística y monumental, rehabilitación del patrimonio, acondicionamiento de espacios naturales, accesibilidad de los parques, etc.

El Ayuntamiento de Elche ha desarrollado la aplicación móvil "Elche Conectada"¹³ donde el ciudadano o turista puede sugerir ideas para mejorar y

¹² <http://www.elche.com/micrositios/perfil-del-contratante-turismo/>

¹³ <https://www.gorilapp.com/proyectos/elche-conectada/>

rehabilitar la ciudad o el destino. Asimismo, en el "Buzón del Ciudadano" el turista o ciudadano puede transmitir sus ideas y sugerencias de mejora sobre la ciudad o el destino.

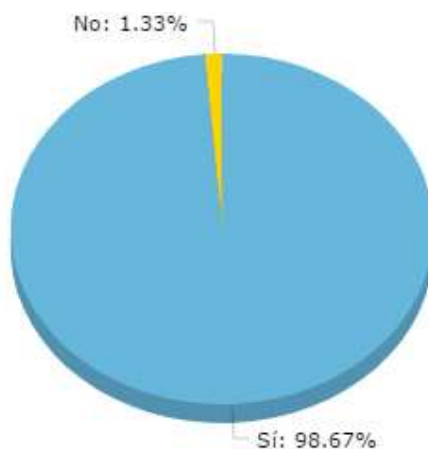
Por todo ello, este parámetro garantiza parcialmente la capacidad del destino para integrar a la ciudadanía en la formulación y desarrollo de planes, iniciativas y actuaciones turísticas.

G12. Satisfacción del turista con el destino.

Desde la Oficina de Turismo de Elche cada año se realizan encuestas al turista para conocer el grado de satisfacción hacia el destino de Elche. Según los datos facilitados por la Oficina de Turismo, ante la pregunta: "**¿ha satisfecho este municipio sus expectativas?**" en 2015 un **92,9%** de turistas estaban satisfechos con el destino. Si se lleva a cabo una comparativa del acumulado de datos desde el 2008 al 2015, el 89,5% de los turistas quedaron satisfechos con el destino.

De igual modo, como se muestra en el gráfico de la figura 3, ante la pregunta: "**¿tienen intención de volver a visitar el municipio de Elche?**", en 2015 un **98,67%** de los turistas contestaron afirmativamente. Si se efectúa una comparativa del acumulado de datos desde el 2008 al 2015, el 88,61% de los turistas tenían intención de volver. Por todo ello, se aprecia que durante el periodo de todos estos años el porcentaje ha sido también muy elevado.

Figura 3: Porcentaje de intención de volver a visitar Elche en 2015



Fuente: Oficina de Turismo de Elche (consultada en mayo de 2017).

En este punto, tanto los indicadores de satisfacción del turista como de aquellos que tienen intención en repetir ponen de manifiesto una muy alta valoración hacia el destino. Con todo ello, se constata que los objetivos y acciones encaminadas a lograrlos se ajustan a las necesidades y expectativas de los turistas.

5.2. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE LA INNOVACIÓN EN ELCHE

Figura 4. Análisis de los indicadores de la innovación en Elche

INDICADORES INNOVACIÓN ELCHE	Nivel / Grado				Datos o Consideración
	Nulo	Bajo	Medio	Alto	
I1. Estrategia y compromiso con la innovación		X			
I2. Liderazgo innovador en turismo		X			22,22%
I3. Transferencia de conocimiento y colaboración con entidades público-privadas				X	INVATTUR, UA, EOI, CEEI, UMH
I4. Fomento de la innovación turística			X		
I5. Fomento de la innovación empresarial y del emprendedurismo			X		32% emprend. 45% innovación
I6. Innovación en productos turísticos				X	9 innovaciones
I7. Innovación en promoción y comercialización turística				X	
TOTAL	0	2	2	3	

Fuente: Elaboración propia.

I1. Estrategia y compromiso con la innovación.

Visitelche no ha llevado a cabo una política de medición de la innovación. En consecuencia, no se conoce el grado de incorporación de procesos de innovación en la organización turística municipal. Además, tampoco cuenta con un ente de gestión de la innovación. Por otra parte, en el Ayuntamiento existe un área de Innovación Tecnológica y que, actualmente, se encuentra enfocada a las telecomunicaciones.

El plan de presupuestos de 2015 de Visitelche que aparece en la página web del Ayuntamiento no especifica la partida destinada a la innovación. Se ofrece información más genérica y no tan específica. Por tanto, en este aspecto, no se dispone de información para medir los recursos financieros destinados a la innovación ya que se trata de un factor clave para medir la implantación de la innovación en el destino.

Si bien Visitelche no ha desarrollado un plan específico de innovación turística, sí que apuesta de forma indirecta por la innovación al realizar desde el 2012 diferentes tipos de innovación en sus productos y servicios. Por ello, se puede deducir que desde Visitelche se apoya y se estimula parcialmente la generación de ideas innovadoras.

En conclusión, desde el año 2012, Visitelche tiene un compromiso intermitente con la innovación y, al mismo tiempo, se puede constatar que en los últimos años existe una intención y estrategia de innovación en la promoción online.

I2. Liderazgo innovador en turismo.

Con respecto a la categoría profesional de la plantilla de trabajadores, Visitelche está formado por 4 técnicos medio (siendo uno de ellos la coordinadora de Visitelche), 3 técnicos auxiliares, 7 auxiliares de turismo y 4 ayudantes de servicios múltiples. En total, la plantilla está formada por 18 trabajadores lo que representa un 22,22% de liderazgo innovador. Cabe añadir que los grupos con una categoría inferior a la de técnico gozan de una alta cualificación académica superior a la exigida para su categoría.

Por otra parte, debido a la situación de crisis que ha sufrido el país, en estos últimos 8 años no ha habido un aumento del empleo en ninguna categoría profesional a pesar del trepidante desarrollo tecnológico en materia de turismo lo que ha propiciado un mayor volumen de trabajo. Así pues, no ha

habido un aumento del empleo de alta cualificación e intensivo en conocimiento para el desarrollo de las nuevas actividades de alto valor añadido. En consecuencia, por los datos analizados, en este punto Visitelche no cumple satisfactoriamente este parámetro.

I3. Transferencia de conocimiento y colaboración con otras entidades público-privadas.

Visitelche mantiene diferentes acuerdos de colaboración entre universidades, empresas y centros de investigación para potenciar la I+D+I en todos los procesos de gestión turística del destino. De este modo, la Universidad de Alicante, el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) y la Universidad Miguel Hernández de Elche colaboran en la realización de informes, investigaciones, publicaciones y estudios relacionados con Elche.

Igualmente, Visitelche forma parte del Consejo Asesor Técnico del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT·TUR) donde se encuentran representados los principales agentes públicos y privados del turismo de la Comunidad Valenciana. De la misma forma, cuenta con la participación de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y con el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Elche (CEEI Elche).

Por todo ello, la existencia de canales de interlocución con los agentes públicos y privados favorece un entorno de innovación mediante la transferencia de conocimiento y la colaboración público-privada y pública-pública.

I4. Fomento de la innovación turística.

La innovación se fomenta a través de premios, cursos de formación, concursos, congresos, etc. En este aspecto, Visitelche ha promovido un

concurso de tapas denominado "Destápate" para fomentar la innovación en la restauración. Los cursos de formación son organizados en Elche por el Centro de Desarrollo Turístico (CDT).

En 2012 se realizó la I edición del congreso "Thinking Capitals Congress" con el que se impulsaba la imagen de las Smart City y el fortalecimiento de iniciativas innovadoras e inteligentes. Igualmente, en 2014 se convocó la II edición convirtiéndose, durante unos días, Elche en la "capital de las ciudades que piensan". Así pues, con la realización de congresos y ponencias específicas se consigue crear un polo de atracción de expertos en el que se fomenta las últimas tendencias e innovaciones en el sector.

En este punto se ha valorado positivamente el fomento de premios, cursos de formación, concursos y congresos que apuestan por la innovación.

I5. Fomento de la innovación empresarial y del emprendedurismo.

La Concejalía de Promoción Económica fomenta en su página web¹⁴ la innovación empresarial a través de los premios "**Emprendedor del mes**". Estos premios son llevados a cabo por la Oficina Municipal del Emprendedor (en adelante OME) que se encarga de la difusión de la cultura emprendedora, el fomento del espíritu emprendedor, y la promoción de la creación y consolidación de nuevas empresas. Por otra parte, la Universidad Miguel Hernández de Elche cuenta con una fundación en la que se crean y apoyan **spin-offs**.

Con el fin de conocer el nivel de creación de la industria en torno al turismo en Elche, se ha medido el **grado de emprendedurismo** en el sector turístico en el año 2016. Así pues, del total de **proyectos empresariales** presentados en la Oficina Municipal del Emprendedor, el sector servicios

¹⁴ <http://www.elcheemprende.com/>

supone el 68%, de los cuales un **32%** están relacionados con el sector del turismo.

Del mismo modo, con el fin de estimar el nivel de innovación en los proyectos empresariales presentados en la OME de Elche, se ha procedido a medir el grado de **innovación empresarial en el sector turístico**. En 2016, un **45%** de los proyectos empresariales turísticos fueron innovadores y si se compara con el total de proyectos de todos los sectores, la innovación total empresarial en Elche fue de un 14,5%. Así pues, con respecto al total de sectores empresariales, se constata que el sector turístico local goza de un mayor grado de innovación.

Como resultado, el Ayuntamiento de Elche apoya y anima el emprendedurismo a través de los premios Emprendedor del mes, siendo el indicador de innovación empresarial y de emprendedurismo turístico positivo.

I6. Innovación en productos turísticos.

Elche es un destino multiproducto en el que, desde un primer momento, se impulsó el turismo cultural a través de la ruta monumental con la visita a los museos y monumentos. De igual forma, se promovió el turismo de naturaleza a través de una ruta del Palmeral y a los diferentes espacios naturales como son el Clot de Galvany, el Parque Natural del Hondo y de las Salinas.

El actual Plan Director de Turismo contempla una diversificación y estructuración de los productos turísticos. Así pues, en algunos productos consolidados se ha apostado por la innovación como es el caso del Palmeral en el que se ha creado una **ruta de las Palmeras Singulares** y un **sendero PR-CV 439** urbano del Palmeral.

Igualmente, resulta innovador la existencia de un **clúster** turístico de las empresas de calzado como vía más eficiente y sofisticada para el desarrollo

de productos turísticos. De esta forma, el turismo de compras se ha asentado a través de la **ruta outlet de calzado** en el Parque Empresarial Elche-Torrellano. Además, Elche forma parte del **Club de Producto** "los Castillos del Vinalopó" al favorecer un entorno innovador de las diferentes comarcas que lo constituyen.

Por otra parte, se ha procedido al lanzamiento de nuevos productos y servicios innovadores. En 2012, Visitelche desarrolla una innovación de producto con la creación de "**las Aventuras de Ili Palmir**" dirigido al público infantil. Como se aprecia en la figura 5, se trata de una ruta en la que se sigue una serie de pistas para encontrar unos dragones que anidan en el centro histórico. De este modo, se consigue un doble objetivo al poder recorrer los adultos los principales atractivos de la ciudad al mismo tiempo que los niños están entretenidos buscando a los dragones.

Como resultado, al crear este nuevo producto, se capta y estimula el turismo familiar, a la vez que se especializa en este tipo de segmento. Debido al éxito obtenido, en 2014 se lanza una segunda aventura en busca de los dinosaurios y en la que se visita el Museo Arqueológico y de Historia de Elche (MAHE) y el Museo Paleontológico de Elche (MUPE).

Figura 5: Guía de las Aventuras de Ili Palmir



Fuente: Visitelche (consultada en mayo de 2017).

En referencia a la innovación de servicios, desde 2012 la Oficina de Turismo de Elche ofrece diversos servicios como el alquiler de bicicletas (Llobielx), un servicio de visitas guiadas y la venta de recuerdos con la marca Visitelche. En definitiva, con todas las innovaciones de productos y servicios actuales que el destino de Elche ofrece se puede valorar favorablemente este indicador.

17. Innovación en promoción y comercialización turística.

La innovación en la promoción ha tenido mucho que ver con el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación. Así pues, desde 2012 Visitelche ha innovado a través de las redes sociales, el marketing viral, el posicionamiento SEO y SEM, el e-mail marketing, el uso del blog turístico, publicaciones con material audiovisual, etc. En 2016 se desarrolló una novedosa campaña de marketing online y viral denominada "Valeria ven a Elche" y que tuvo una gran repercusión mediática llegando a recibir diferentes premios por su creatividad e innovación.

Por otra parte, desde el portal de Visitelche y en la web de **Experiencias en Elche**¹⁵ se comercializa una variedad de productos relativos a la cultura, el Misteri d'Elx, naturaleza, gastronomía, ocio, etc., convertidos en paquetes turísticos experienciales.

Este indicador es evaluado positivamente por las innovaciones en materia de promoción online y de la comercialización de paquetes turísticos experienciables en el portal web.

¹⁵ <http://www.experienciasenelche.com/>

5.3. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE TECNOLOGÍA EN ELCHE

Figura 6. Análisis de los indicadores de la tecnología en Elche

INDICADORES TECNOLOGÍA ELCHE	Nivel / Grado				Datos o Consideración
	Nulo	Bajo	Medio	Alto	
T1. Existencia de una Red Wifi gratuita				X	147 puntos Wifi
T2. Uso herramientas Business Intelligence	X				
T3. Implantación Oficina Turística del s. XXI			X		
T4. Fomento del material turístico en formato digital				X	22 audioguías 22 signoguías 5 rutas, 2 planos 6 folletos Total: 57
T5. Actualización web de los contenidos				X	100%
T6. Canales de información en destino 24h		X			3 en el interior
T7. Comunicación turística virtual			X		
T8. Incorporación de códigos QR		X			33,33%
T9. Presencia de aplicaciones turísticas				X	4
T10. Realidad virtual, aumentada y Storytelling			X		2
T11. Formación permanente en TIC			X		10 cursos
T12. Automatización de la información			X		
T13. Analítica de las visitas a la página web y seguidores en las RR.SS.			X		Web: 1.351.491 Face: 21.909 Twitter: 11.602 Instagram: 4.918
T14. Web multidispositivo y accesibilidad			X		
T15. Plan de Comunicación online y de				X	

Social Media					
T16. Monitoreo de marca y medios	X				
T17. Posicionamiento online				X	1ª posición
T18. Estrategia CRM y de e-mail marketing			X		
T19. Acciones de Marketing Viral				X	
T20. Desarrollo de Gamificación y Geolocalización			X		Ili Palmir
TOTAL	2	2	9	7	

Fuente: Elaboración propia.

T1. Existencia de una Red Wifi gratuita.

Elche goza de una excelente cobertura wifi gratuita en instalaciones municipales y lugares públicos. Se inició en 2012 y, actualmente, está formada por una red con **147 puntos wifi** de gran capacidad situados en lugares estratégicos del término municipal ilicitano como bibliotecas, centros sociales, salas de estudio, plazas, 15 en playas, 19 en autobuses y uno en el tren turístico.

T2. Uso de herramientas de Business Intelligence.

Visitelche todavía no ha desarrollado un portal **Open Data** donde se ofrezca información estadística de los visitantes, encuestas realizadas a los mismos, datos de ocupación hotelera, etc y que esté disponible a disposición del ciudadano. De la misma forma, tampoco ha incorporado una plataforma **Big Data** para gestionar la información y mejorar la toma de decisiones.

En conclusión, no se ha iniciado un uso de herramientas y estrategias de Business Intelligence para tratar los datos turísticos y transformarlos en información útil para la toma de decisiones.

T3. Implantación de la Oficina Turística del siglo XXI.

A partir de 2012 se inició la implantación de la Oficina Turística del siglo XXI gracias al impulso de la Agencia Valenciana de Turismo puesto que la Oficina de Turismo de Elche está adherida a la Red Tourist Info de la AVT. Debido a la situación de crisis el nivel de implementación ha sido más lento de lo esperado. Sin embargo, este año se ha pedido una importante subvención para reformar y modernizar la Oficina de Turismo y, con ello, cumplir con los estándares que exigen los nuevos turistas. En conclusión, la valoración de este indicador resulta positivo.

T4. Presencia de material turístico en formato digital.

El objetivo del indicador T4 es analizar la presencia de material turístico en formato digital siendo capaz de generar procesos de inspiración y mejora de la experiencia turística. La página web de Visitelche contiene una **zona multimedia** donde el turista puede descargarse 2 planos turísticos, 6 folletos y publicaciones de Elche, 5 rutas en sus respectivos idiomas, 22 audioguías de los distintos recursos turísticos y 22 signoguías para visualizarlos. De todo ello se extrae que Visitelche fomenta el desarrollo de contenidos digitales.

T5. Grado de actualización de los contenidos de la página web.

En el parámetro T5 se ha comprobado el **alto grado** de actualización de los contenidos turísticos que se encuentran en su página web. En este aspecto,

cabe señalar que durante la búsqueda no se ha hallado ningún contenido desactualizado.

T6. Presencia de canales de información en destino las 24 horas.

El indicador T6 intenta conocer el grado de adaptación a las nuevas necesidades del turista como es la necesidad de información. Así pues, se analiza la presencia de pantallas de información en destino las 24 horas. En este aspecto, la Oficina de Turismo de Elche cuenta con una pantalla táctil en su interior pero no dispone de una pantalla táctil exterior para su uso las 24h.

T7. Comunicación turística virtual.

El turista actual se informa cada vez más a través de medios virtuales. Así pues, este indicador adapta los sistemas de información actuales a las nuevas exigencias de la demanda. Para la comunicación turística virtual e instantánea, la Oficina de Turismo responde a las demandas de información turística a través de las redes sociales y de la propia página web. Sin embargo, no dispone de otros mecanismos instantáneos como son el **whatsapp** o **Skype**.

T8. Incorporación de códigos QR.

El parámetro T8 mide la incorporación de los códigos QR en el material turístico y en los paneles de localización. En cuanto al material turístico, de las 6 publicaciones solo 2 tienen código QR lo que representa un **33,33%** de implantación. Sin embargo, ningún panel de localización contiene códigos QR.

T9. Presencia de aplicaciones turísticas.

El siguiente indicador valora el nivel de presencia de aplicaciones turísticas en destino, siendo **4 apps** las desarrolladas por Visitelche. La app del destino de Elche ha recibido más de mil descargas y es la única que está traducida al inglés, francés y alemán. La app Ili Palmir, destinada al público infantil, ha recibido más de 500 descargas. De igual modo, la aplicación "Destápate" que se realiza para el concurso de tapas, en la que los turistas pueden degustarlas en los bares y restaurantes, se ha descargado más de mil veces. Finalmente, la aplicación de Semana Santa para conocer los horarios y recorridos de todas las procesiones ha recibido más de 10.000 descargas.

T10. Realidad virtual, aumentada y Storytelling.

En las instalaciones del **Centro de Visitantes** se puede disfrutar de un audiovisual inspirador en el que se muestran los múltiples recursos turísticos de Elche a través de vivencias experienciales. De igual forma, el centro cuenta con dos gafas de realidad virtual en la que se muestran escenas del Misteri d'Elx, de la Dama de Elche, el Palmeral y de las playas. El destino de Elche no cuenta con ninguna acción desarrollada en materia de realidad aumentada. En conclusión, este parámetro valora positivamente el utilizar dos de las tres herramientas analizadas.

T11. Formación permanente en TIC.

El Ayuntamiento de Elche ofrece anualmente en su plan de formación **10 cursos** de informática y tecnologías de la información. Además, la Agencia Valencia de Turismo realiza para los informadores turísticos cursos sobre dicha materia en los Centros de Desarrollo Turístico (en adelante CDT).

T12. Automatización de la información.

Desde 2016 la AVT ha impulsado la recogida de datos de forma automática e instantánea a través de un nuevo programa informático. Para ello, la AVT ha facilitado la entrega de una tablet a la Tourist Info Elche con el fin de que los turistas puedan cumplimentar directamente las encuestas de satisfacción para su inmediato análisis. De igual forma, desde enero de 2016 se ha adoptado un nuevo programa estadístico en el cual se puede conocer al minuto diferentes variables de los visitantes. En consecuencia, este indicador analiza de forma favorable la aplicación de un sistema para automatizar la recogida de información turística en Elche.

T13. Analítica web y RR.SS.

La web de Visitelche fue visitada en 2016 por un total de **1.351.491** veces. De ellas, 1.160.309 se visitaron en castellano, 13.348 en valenciano, 123.496 en inglés y 54.338 en francés. De igual forma, Visitelche mantiene una presencia activa en las distintas redes sociales con **21.909** fans en Facebook, **11.602** seguidores en Twitter y **4.918** seguidores en Instagram. Todos estos datos muestran una presencia activa de Visitelche al generar interés en los contenidos de la página web y en la atracción de nuevos seguidores en las redes sociales.

T14. Web multidispositivo y accesible.

La web de Visitelche es multidispositivo ya que se encuentra adaptada a diferentes dispositivos móviles como el móvil o la tablet. Además, se trata de una web muy rápida en su carga. Por otra parte, se cumple con el mínimo del nivel "A" del Protocolo WAI de accesibilidad web del organismo internacional W3C. Por tanto, Visitelche supera los requisitos mínimos para este parámetro.

T15. Plan de Comunicación online y de Social Media.

Para tener un buen posicionamiento online Visitelche cuenta con un Plan de Comunicación online y dispone de herramientas TIC de gestión turística para la consecución de los objetivos marcados en dicho plan. A su vez, cuenta con un Plan de Social Media, con presencia en las principales redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest y Google+, con el que se promociona los productos y servicios turísticos ilicitanos y se interactúa con los visitantes.

T16. Monitoreo de marca y medios.

Este indicador pretende analizar los comentarios y tendencias del destino para conocer qué se dice de él y cuál es la motivación del visitante digital. En este sentido, Visitelche todavía no ha desarrollado acciones para conocer la imagen de marca que se tiene del destino por parte del turista. Por consiguiente, este indicador no reúne los requisitos mínimos.

T17. Posicionamiento online.

El **posicionamiento web** es fundamental para los ratios de conversión de un destino. Por ello, desde Visitelche se trabaja con acciones de **búsqueda y contenido SEO** para que la web turística de Elche aparezca entre los primeros resultados. Así pues, si escribimos en Google el nombre del destino "Elche" aparece en primer lugar la página web del Ayuntamiento de Elche y en segunda posición aparece la web turística de Visitelche.

El **Blog** turístico de Visitelche se actualiza con diversas entradas al mes en función de los eventos y noticias de interés. De esta forma, se informa a los usuarios permitiendo posicionar la web en los buscadores. Además, permite una explicación más extensa y detallada por lo que es un canal muy apropiado

para difundir noticias de interés para ser viralizadas a través de las redes sociales. El Blog se encuentra enlazado a la página web para generar tráfico y posicionarse en los buscadores.

T18. Estrategia CRM y de e-mail marketing.

El e-mail es un canal de comunicación estratégico para el destino. Para ello, Visitelche ha desarrollado una estrategia CRM y de e-mail marketing donde semanalmente se envía un newsletter con un listado de eventos y actividades que tienen lugar durante la semana a hoteles, agencias de viajes, restaurantes, medios de comunicación, etc. De igual forma, se envía información de acciones formativas y otras noticias de interés.

T19. Acciones de Marketing Viral.

Para cumplir este indicador, el destino debe tener al menos una campaña viral al año exitosa. En abril de 2016 Visitelche diseñó una estrategia de marketing innovadora que generó gran repercusión mediática en la red. Se diseñó una campaña viral con acciones innovadoras como un vídeo que se lanzó a las redes sociales pidiendo la colaboración ciudadana para localizar a Valeria e invitarla a conocer el Palmeral de Elche.

La campaña viral "**Valeria ven a Elche**" se trata de una concursante del programa televisivo de Antena 3 de Ahora Caigo que no supo responder bien a una pregunta sobre dónde se encontraba el Palmeral más extenso de Europa. **En 96 horas** se alcanzaron más de **2 millones** de personas en **Facebook** en el primer vídeo, con más de **740.000** reproducciones, **61.932** reacciones, comentarios y veces que se ha compartido y **1.414** nuevos "Me Gusta" a la página de Visitelche con un aumento del **10%**. En **Twitter**, la campaña fue en algunas ciudades "Trending Topic" y se llegó a casi **3 millones** de impresiones

del hastag **#ValeriaVenAEIche** con un **95%** más de visitas a la página web de Visitelche y un **60%** más de menciones.

T20. Desarrollo de Gamificación y Geolocalización.

Visitelche ha desarrollado una técnica de gamificación para niños llamada "**la Brújula de Ili Palmir**" que consiste en una aplicación móvil en la que se ayuda de la brújula para encontrar una serie de pistas que llevan a encontrar el dragón. A su vez tanto en esta aplicación como en la aplicación turística del destino se utiliza la funcionalidad de la geolocalización para visualizar los establecimientos de la zona como cafeterías, bares, restaurantes, tiendas, etc.

5.4. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE LA ACCESIBILIDAD EN ELCHE

Figura 7. Análisis de los indicadores de la accesibilidad en Elche

INDICADORES ACCESIBILIDAD ELCHE	Nivel / Grado				Datos o Consideración
	Nulo	Bajo	Medio	Alto	
A1. Compromiso con la accesibilidad			X		PAM
A2. Potenciación del turismo accesible		X			
A3. Accesibilidad urbana			X		97 semáforos 70 rampas 71 vados
A4. Transporte público accesible			X		3 plazas
A5. Rutas de transporte accesible			X		17 líneas
A6. Información accesible en paradas de autobús			X		
A7. Taxis accesibles		X			4,30%
A8. Itinerarios señalizados y accesibles			X		
A9. Accesibilidad física de los recursos			X		66,66% visitable 44,44% aseos
A10. Accesibilidad visual de los recursos		X			22 audioguías
A11. Accesibilidad auditiva de los recursos		X			22 signoguías
A12. Oficina de Turismo accesible			X		
A13. Formación del personal en accesibilidad		X			4 cursos
A14. Accesibilidad idiomática				X	16 idiomas web
A15. Accesibilidad en playas			X		
A16. Alojamiento accesible		X			1,95%

TOTAL	0	6	9	1	
-------	---	---	---	---	--

Fuente: Elaboración propia.

A1. Compromiso documental con la accesibilidad.

Existe un **Plan de Accesibilidad Municipal** 2012-2016 en el que, para la elaboración y actuación del Plan, se ha creado una **Comisión Técnica de Accesibilidad** con un representante de cada una de las áreas municipales implicadas, siendo turismo una de ellas. El Plan Director de Turismo menciona, entre sus objetivos, la promoción de la accesibilidad. No obstante, Visitelche no cuenta con un Plan Integral de Accesibilidad Turística propio.

A2. Potenciación del turismo accesible.

Visitelche no dispone de un plan de comunicación dirigido al turismo accesible para dar a conocer que se trata de un destino accesible. En las redes sociales tampoco se menciona los avances en materia de accesibilidad ni se informa de los recursos turísticos que son accesibles. En cambio, en la página web de Visitelche sí que se ofrece información sobre los recursos turísticos accesibles así como en el material turístico descargable.

A3. Accesibilidad urbana.

El indicador mide el nivel de accesibilidad urbanística en las vías y espacios públicos. En este aspecto, se constata que existen **71 plazas de aparcamiento** reservadas para personas discapacitadas en todo el término municipal y, en especial, en los principales recursos y entornos turísticos como en las playas donde existen 5 plazas reservadas.

Además, con el objetivo de adaptar los pasos de viandantes, se han incorporado por todo el término municipal **97 semáforos sonoros** para invidentes. Igualmente, se han contabilizado **70 rampas** en el centro histórico y alrededores, siendo 28 de nueva creación.

A4. Transporte público accesible.

El transporte público municipal se encuentra adaptado para personas con movilidad reducida y con discapacidad física. Cada autobús dispone de **3 plazas reservadas** para personas con sillas de ruedas o carritos de bebés. Además, disponen de **ayudas mecánicas** con una pequeña rampa para usuarios en silla de ruedas y de un **sistema acústico-sensorial** para el aviso de las paradas para las personas invidentes. En cuanto a la accesibilidad idiomática, la información que aparece en el transporte público está escrita en los dos idiomas oficiales que son el español y valenciano.

Por otra parte, **el tren turístico** dispone de uno de los seis vagones reservados para sillas de ruedas con capacidad para **2 plazas** y con rampa de acceso. Además, la información turística se ofrece a través de un audio en **3 idiomas** (español, inglés y francés).

A5. Rutas de transporte accesible.

Este indicador asegura la movilidad de los turistas con discapacidad entre las **16 líneas** de autobús urbano. Asimismo, el **tren turístico** ofrece para las personas con movilidad reducida una ruta turística completa por el centro histórico y por el palmeral. En cuanto al transporte intermodal, Elche dispone de un autobús con conexión directa al aeropuerto y también está conectada con un tren de cercanías para viajar a Alicante o Murcia.

A6. Información accesible en las paradas de autobús.

Este indicador mide las paradas que cuentan con información accesible, las líneas que llegan a ella y las pantallas con información del tiempo de llegada. El transporte público de Elche reúne con todos estos requisitos y, además, cuenta con una **aplicación móvil** "Bus Elche" que permite conocer las líneas y las paradas de autobús a través de un mapa urbano, calcular el itinerario más corto entre dos paradas, obtener el tiempo de espera del próximo autobús, las conexiones con otras líneas y muestra la ubicación de los puntos de interés turístico de la ciudad al permitir acceder a la información de cada punto de interés. Este indicador es positivo ya que garantiza la información en la parada y a través de la aplicación móvil.

A7. Taxis accesibles.

El indicador mide el número de taxis adaptados y accesibles sobre el número total de taxis. De esta forma, Elche cuenta con 4 taxis adaptados de un total de 93, es decir, un **4,30%** de los taxis son accesibles.

A8. Itinerarios señalizados y accesibles.

Elche es una ciudad plana por lo que los itinerarios propuestos no suponen una dificultad añadida para la movilidad. Además, **la ruta de las palmeras singulares y el sendero urbano del Palmeral PR-CV 439** se encuentran señalizados y son, casi en su totalidad, accesibles. **La ruta ecológica de los humedales** está bien señalizada y, en su mayor parte, es accesible. Cabe destacar que **la ruta por las dunas de la playa del Pinet** se encuentra en su tramo inicial adaptada con pasarelas de madera por encima de las dunas y que conectan a un mirador accesible de una de las salinas del Pinet.

Por otro lado, el itinerario señalado de las Aventuras de Ili Palmir cuenta con un sistema de guiado por geolocalización a través de la **aplicación móvil** "la Brújula de Ili Palmir". De igual forma, tanto la app del destino como la de tapas y la de Semana Santa disponen de un sistema de guiado por geolocalización.

A9. Accesibilidad física de los recursos turísticos.

Este indicador mide los lugares de interés turístico, es decir, los museos y monumentos que son accesibles con independencia de cualquier discapacidad física. Así pues, de los 18 recursos turísticos que son **visitables**, 12 son accesibles, lo que supone un **66,66%** de accesibilidad a los recursos turísticos. Por otro lado, de los 18 recursos turísticos, 8 disponen de aseos accesibles, lo que significa un **44,44% de aseos accesibles** en los recursos turísticos.

A10. Accesibilidad visual de los recursos turísticos.

La accesibilidad visual no está lo suficientemente desarrollada en los museos y monumentos de Elche ya que no disponen de guías en **braille** con contenidos interpretativos para las personas invidentes. Tan solo en el Museo Paleontológico existe escrito en braille el nombre científico de algún mineral y fósil y, a la vez, se puede tocar. Sin embargo, gracias a Visitelche se pueden descargar desde su página web **22 audioguías** relacionadas con los principales recursos turísticos.

En general, tampoco cuentan con maquetas tiflológicas de los principales monumentos de la ciudad para que las personas con incapacidad visual pueden interpretarlas correctamente. Tan solo dispone el Museo de la Festa de una maqueta de la Basílica de Santa María y el Museo del Palmeral de una maqueta con una casa tradicional de campo.

A11. Accesibilidad auditiva de los recursos turísticos.

Los audiovisuales que se proyectan en los distintos museos y monumentos no se encuentran subtitulados lo que dificulta el entendimiento para personas con problemas auditivos. Además, tampoco poseen aparatos con un sistema de bucle inductivo para audífonos. Sin embargo, gracias a Visitelche se puede descargar en su página web **22 signoguías** en las que se informa de los principales recursos turísticos.

A12. Oficina de Turismo accesible.

La oficina de información turística se encuentra adaptada a través de una rampa de acceso a la entrada y sus puertas se abren automáticamente. En su interior cuenta con un mostrador adaptado y una zona de autoservicio con material turístico parcialmente adaptado. Además, dispone de un aparato con un **sistema de bucle inductivo** para facilitar la comunicación a las personas con dificultad auditiva. Para superar un pequeño desnivel entre dos plantas hay instalado un montacargas para personas de uso interno.

Por otra parte, el folleto turístico genérico de Elche indica los recursos turísticos que son accesibles. Más allá de la indicación genérica no existen otros folletos con mayor detalle sobre accesibilidad. Tampoco existen guías accesibles de los locales de ocio, comercio, restaurantes, etc. Con respecto al número de recursos con ayudas técnicas, el visitante puede descargarse, a través de la página web de Visitelche o de la aplicación móvil del destino, 22 audioguías y 22 signoguías con contenido informativo de los principales recursos turísticos.

La Oficina de Turismo ha editado una **guía de lectura fácil** con contenidos con información simple, clara y con un lenguaje sencillo que evita los tecnicismos para las personas con **discapacidad cognitiva**. La guía de lectura fácil se encuentra disponible en 4 idiomas (español, valenciano, inglés y

francés). Sin embargo, la Oficina de Turismo no cuenta con ninguna alternativa para las personas con discapacidad visual total o parcial.

A13. Formación del personal en accesibilidad.

El Ayuntamiento de Elche, dentro de su plan de formación anual, ofrece a los departamentos con atención al público **4 cursos** de formación en materia de accesibilidad, de los cuales tres son de la lengua de signos (con un nivel básico, medio y avanzado) y, el restante, de accesibilidad universal y no discriminación. No obstante, el Ayuntamiento de Elche no cuenta con ningún decálogo o manual de accesibilidad sobre los diferentes tipos de discapacidad para que los empleados favorezcan la excelencia en el trato a la diversidad y el correcto mantenimiento de unos recursos accesibles e inclusivos.

A14. Accesibilidad idiomática.

En el portal web de Visitelche se puede encontrar información turística en **16 idiomas**. Igualmente, la guía genérica de Visitelche se ofrece, tanto en formato digital como en papel, en **7 lenguas**. Las demás rutas turísticas se encuentran disponibles en los **4 idiomas** principales (español, valenciano, inglés y francés). Por tanto, Visitelche facilita la información idiomática para que el idioma no suponga una barrera.

A15. Accesibilidad en playas.

En el pliego de condiciones técnicas del servicio de vigilancia, seguridad y accesibilidad de las playas viene recogido que las **6 playas** que posee Elche deben disponer de socorristas cualificados y ofrecer una atención personalizada.

En referencia a la implementación de medidas de accesibilidad en equipamientos, infraestructuras y servicios en las playas, tanto la playa de la Marina como la de Arenales del Sol disponen de cinco aparcamientos reservados, pavimentos accesibles, áreas de descanso, rampas, pasarelas, dos zonas de baño adaptadas, sombrillas, dos aseos accesibles, vestuarios, duchas, lavapiés, sillas y muletas anfibias.

Visitelche no dispone de una guía de playas accesibles. Sin embargo, en su página web sí que aparece, aunque parcialmente, información sobre la accesibilidad de las playas. Además, en periodo estival se habilita en la página web de Visitelche información sobre el estado de las playas, los puntos accesibles de baño adaptado, el horario y periodo de funcionamiento de los aseos y del servicio de salvamento y socorrismo.

A16. Alojamiento accesible.

Este indicador mide el número de habitaciones accesibles que dispone el municipio de Elche. En este sentido, Elche cuenta con un total de 925 habitaciones de alojamiento reglado, de las cuales **18 habitaciones son accesibles**, es decir, representan un **1,95%** del total de la oferta de alojamiento.

5.5. INDICADORES RELATIVOS AL EJE DE LA SOSTENIBILIDAD EN ELCHE

Figura 8. Análisis de los indicadores de la sostenibilidad en Elche

INDICADORES SOSTENIBILIDAD ELCHE	Nivel / Grado				Datos o Consideración
	Nulo	Bajo	Medio	Alto	
S1. Compromiso con la sostenibilidad		X			
S2. Promoción del turismo sostenible		X			
Sostenibilidad Sociocultural					
S3. Número de turistas anuales			X		99.816
S4. Protección del Patrimonio Cultural				X	27 BIC
S5. Impacto en la comunidad local				X	17,85%
S6. Igualdad de género en Visitelche				X	50%
S7. Impacto universitario			X		13.936
Sostenibilidad Económica					
S8. Ocupación hotelera anual			X		62,94%
S9. Contribución del turismo a la economía		X			9,8% PIB
S10. Tasa de desempleo turística		X			53,5%
S11. Estacionalidad turística			X		4 meses
S12. Fomento de la artesanía, comercio y productos locales				X	
Sostenibilidad Ambiental					
S13. Plan de adaptación al cambio climático			X		
S14. Plan de eficiencia energética			X		PAES
S15. Alumbrado público eficiente			X		7.173 regulador 5% sensores

S16. Contaminación del aire y mapa de ruido			X		
S17. Depuración de aguas residuales				X	10.000.000 m ³
S18. Recogida de residuos sólidos			X		276.986,40 ton
S19. Plan de movilidad urbana sostenible			X		
S20. Peatonalización del centro histórico				X	16 calles peatón
S21. Movilidad urbana con bicicletas				X	35 puntos bici 33 km carril bici
S22. Puntos de recarga de vehículos eléctricos			X		19 puntos
S23. Aparcamiento público			X		1.032 plazas
S24. Espacios naturales protegidos				X	4
S25. Zonas verdes urbanas				X	3,8 millones m ²
S26. Calidad ambiental de las playas				X	83,33%
TOTAL	0	4	12	10	

Fuente: Elaboración propia.

S1. Compromiso con la sostenibilidad.

Entre los objetivos del Plan Director de Turismo no se menciona la sostenibilidad. Tampoco existe ningún Plan de acción de turismo sostenible con un dispositivo de seguimiento, control del desarrollo y evaluación. Elche tampoco dispone de ningún certificado de sostenibilidad del destino. A pesar de ello, el Ayuntamiento de Elche cuenta con un Consejo Municipal de Medio Ambiente.

S2. Promoción del turismo sostenible.

Visitelche apenas ha potenciado el turismo sostenible. Ello supone una oportunidad para desarrollar el producto y las acciones de marketing con un enfoque sostenible. Las acciones promocionales que se han llevado a cabo se han vinculado al Palmeral, a los Parques Naturales y a sus playas.

S3 - S7. Sostenibilidad Sociocultural.

El desarrollo sostenible ha de ser compatible con los valores de las personas y reforzar la identidad de la comunidad. Así pues, en el indicador **S3** se mide el **número de turistas anuales** que visitan Elche. En este aspecto, en 2016, la Oficina de Turismo registró **99.816 visitantes**.

En el indicador **S4** se valora la **protección del Patrimonio Cultural**. Elche cuenta con **27** elementos patrimoniales protegidos jurídicamente bajo la tutela de Bien de Interés Cultural (**BIC**). Además, el Misteri d'Elx, que es un bien inmaterial, fue declarado en 2001 Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). A su vez, el Misteri d'Elx está protegido por la ley 13/2005 de 22 de diciembre.

El parámetro **S5** mide la actividad turística y su **impacto en la comunidad local** a través del número de plazas hoteleras disponibles por cada 100 habitantes. Así pues, Elche posee 1785 plazas hoteleras lo que representa un impacto del **17,85%** en la comunidad local.

El indicador **S6** pretende garantizar la **igualdad de género en Visitelche**. De este modo, el porcentaje de hombres y mujeres que trabajan en el departamento de turismo es del **50%** con lo que se cumple la paridad de género. De los 22 trabajadores que trabajan en Visitelche, 11 son hombres y 11 son mujeres. Asimismo, la dirección y la concejalía están a cargo de mujeres.

En el parámetro **S7** se valora el **impacto universitario** con su dinamismo, creatividad y apertura de mentalidad. Elche dispone de **tres universidades** como son la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH), la Universidad Cardenal Herrera (CEU) y la Universidad a distancia (UNED) con un total de **13.936 universitarios**.

S8 - S12. Sostenibilidad Económica.

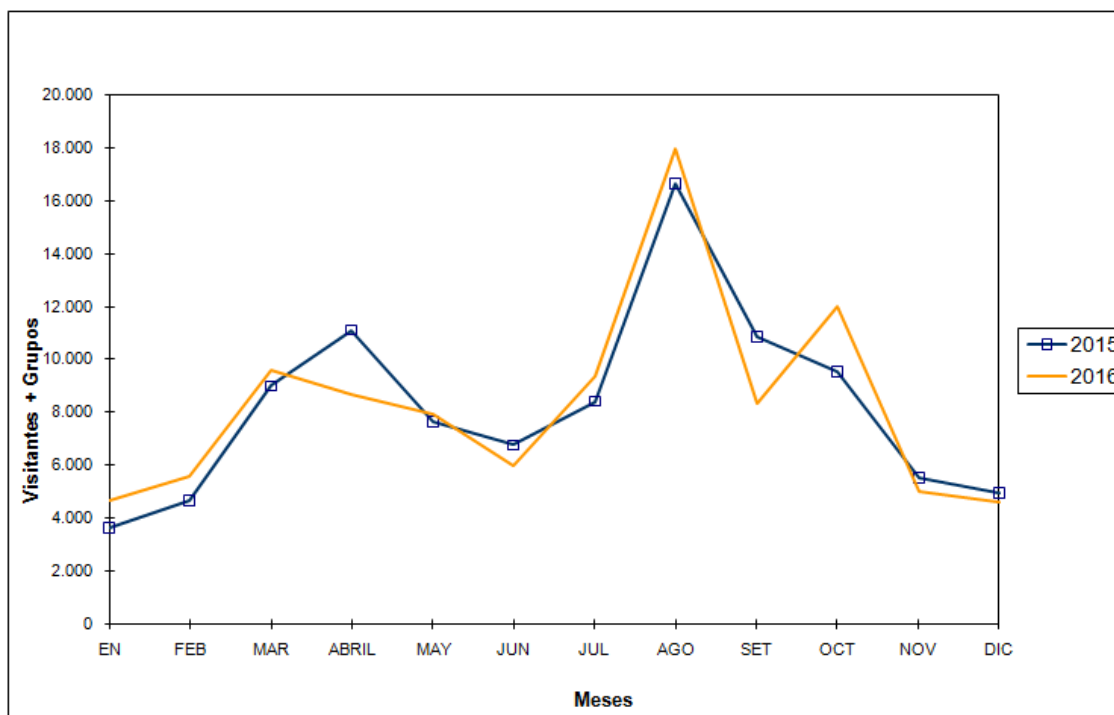
El desarrollo turístico ha de tener un impacto positivo en la economía del destino, ha de ser rentable, beneficiar al local y los recursos deben ser gestionados de manera que se conserven para las generaciones futuras. Así pues, el indicador **S8** mide la rentabilidad del destino a través del **índice de ocupación en alojamientos**. De este modo, en 2016, Elche registró una **ocupación hotelera anual del 62,94%**.

El parámetro **S9** mide la **contribución del turismo a la economía**. En este sentido, el sector turístico contribuye con un **9,8%** al PIB local. Mismamente, el indicador **S10** mide la **tasa de desempleo turística** siendo en Elche de un **53,5%**.

El indicador **S11** mide la **estacionalidad turística** del destino de Elche. Así pues, en la comparativa del gráfico de la figura 9 sobre los **visitantes** del 2016 con respecto al 2015 apenas se aprecian diferencias significativas entre los dos años manteniéndose una misma línea en la estacionalidad.

En consecuencia, se constata que la estacionalidad turística se concentra en los **cuatro meses de invierno de noviembre a febrero**. A partir de marzo o abril se produce un pequeño pico coincidiendo con el periodo de Semana Santa. Igualmente, cabe señalar que el mes con mayor flujo turístico del año en Elche es agosto coincidiendo con las fiestas patronales.

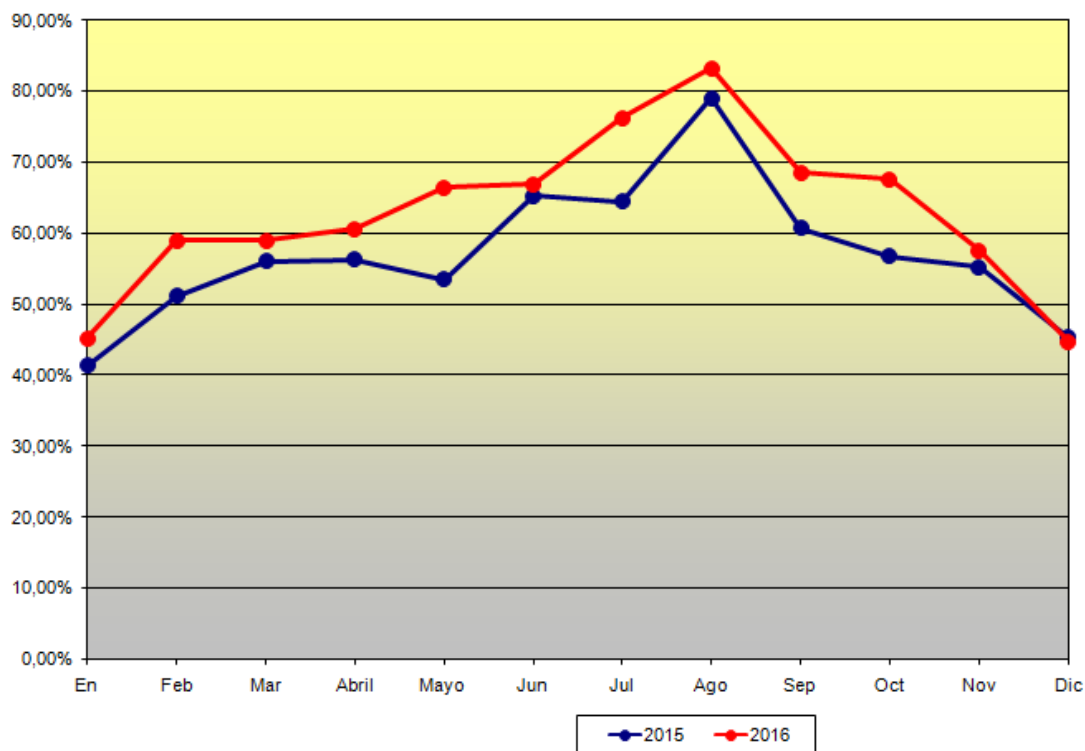
Figura 9. Comparativa de visitantes 2015/2016



Fuente: Oficina de Turismo de Elche (Consultada en junio de 2017).

En la comparativa del gráfico de la figura 10 sobre la **ocupación hotelera mensual** del año 2015 con respecto al 2016 se vislumbra que existe un mismo patrón de estacionalidad anual. Como en el gráfico anterior de visitantes, los meses de menor ocupación hotelera coinciden con los 4 meses de invierno desde noviembre a febrero. Igualmente, el pico del año con mayor ocupación hotelera coincide con el mes de agosto.

Figura 10: Comparativa de la ocupación hotelera 2015/2016



Fuente: Oficina de Turismo de Elche (Consultada en junio de 2017).

El indicador **S12** evalúa la **puesta en valor de la artesanía, el comercio y los productos locales**. De este modo, el Ayuntamiento estimula y apoya la artesanía de la palma blanca, las empresas de calzado locales, el comercio de proximidad, los mercadillos de los barrios con productos agrarios locales, el cultivo del dátil, el melón de los Carrizales y la denominación de origen de la granada Mollar.

S13 - S26. Sostenibilidad Ambiental.

S13. Plan de adaptación al cambio climático.

El Ayuntamiento de Elche se encuentra adherido al "**Pacto de los Alcaldes**" para el clima y la energía que promueve la Unión Europea. En el mismo, se pretende reducir las emisiones de gases del efecto invernadero en, al menos, un 40% de aquí a 2030 a través de una mejor gestión local de la energía basada en medidas de eficiencia, soluciones integradas inteligentes y promoción de las energías renovables.

S14. Plan de eficiencia energética.

Elche cuenta con un Plan de Acción para la Energía Sostenible (**PAES**) 2013-2020 que se encuentra adherido al de Pacto de Alcaldes. Entre las iniciativas para la eficiencia energética cabe destacar los edificios eficientes e inteligentes, el alumbrado público eficiente y el plan de mejora de la movilidad. Cada año, el Ayuntamiento destina una partida presupuestaria para el acondicionamiento térmico en edificios públicos para reducir el consumo de energía. Además, el Ayuntamiento forma parte del **proyecto Impulse** para la gestión y planificación de intervenciones en eficiencia energética en edificios públicos.

S15. Alumbrado público eficiente.

El Plan de eficiencia y optimización energética busca el ahorro energético del alumbrado público mediante la eliminación progresiva de lámparas de mercurio y su sustitución por el uso de la tecnología Led de bajo coste y consumo y con una calidad superior. Gracias al uso de la tecnología Led se ha producido un **ahorro en el consumo eléctrico municipal de 4.946.108,5 kwh** al año con lo que el consumo actual de energía al año es de 9.916.837,81 kwh.

Además, se pretende conseguir la autogestión del alumbrado público y el control de las desviaciones del alumbrado con el horario solar para lograr una iluminación más inteligente. Para ello, se ha instalado en **7.173 puntos de luz** del alumbrado vial un sistema para regular el flujo luminoso y disminuir los niveles lumínicos durante las horas centrales de la noche. Igualmente, se han instalado **409 interruptores** de horarios astronómicos para el control del encendido del alumbrado público con lo que, actualmente, se dispone de un **5%** de las instalaciones de alumbrado público. Todo ello supone un ahorro en la facturación eléctrica municipal de 355.301,11 euros.

S16. Contaminación del aire y mapa de ruido.

Desde 2014 Elche cuenta con un Plan de medición de la calidad del aire. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la media para un nivel aceptable de calidad en el aire se sitúa en 10 microgramos por metro cúbico superando Elche con **12 microgramos** el nivel aconsejable.

Por otra parte, existe un Plan Acústico Municipal (PAM) de 2014 y, actualmente, se encuentra en fase de borrador una nueva ordenanza de protección contra la contaminación acústica a través de un sonógrafo que registre el ruido en tiempo real. Elche ha clasificado, a través de un mapa acústico, el grado de contaminación en zonas críticas por el ruido del ocio que superan los 15 decibelios como son algunas calles del centro histórico y la plaza del Algeps.

S17. Depuración de aguas residuales.

En el término municipal de Elche existen **3 depuradoras** situadas en Algorós, Carrizales y Arenales del Sol que han permitido regenerar más de **10.000.000 metros cúbicos** para su reutilización. Una vez tratada el agua, se reutiliza para usos secundarios que no necesitan la calidad propia del agua

potable como fuentes ornamentales, el riego de jardines y cultivos en el campo de Elche y el baldeo de vías públicas.

S18. Recogida de residuos sólidos.

Urbaser es la empresa encargada de la gestión de la retirada de residuos con un total de **276.986,40 toneladas** en 2016. Por otro lado, Elche carece de instalaciones de incineración de residuos. Las instalaciones de tratamiento de los residuos urbanos pertenecen a un consorcio de municipios de la provincia de Alicante.

La instalación de contenedores subterráneos para la recogida selectiva de residuos supone una serie de ventajas como son mejorar la higiene y los olores respecto a los contenedores tradicionales, reducir el impacto visual y estético y ocupar un menor espacio en la superficie. Sin embargo, en muchos puntos del centro histórico resulta imposible implantarlos. Así pues, en 2015 se llevó a cabo una iniciativa para pintar y decorar los contenedores de vidrio del centro histórico con el fin de presentarlos más atractivos tanto al turista como al residente.

S19. Plan de Movilidad Urbana Sostenible.

El Ayuntamiento de Elche ha desarrollado en 2015 un Plan de Movilidad Urbana Sostenible a través de una serie de iniciativas. La Concejalía de Movilidad Urbana busca disminuir la contaminación y mejorar los espacios destinados a la movilidad ciudadana. Con ello, se pretende conseguir una mejora para el medio ambiente urbano y para la salud de las personas reduciendo los efectos globales de las emisiones al favorecer hábitos de movilidad más saludables.

S20. Peatonalización del centro histórico.

El Ayuntamiento de Elche pretende frenar el proceso de creciente motorización y uso privado de la movilidad de personas y mercancías en el centro urbano. Este espacio histórico representa en origen el 7,50% de los movimientos de la ciudad y, en destino, el 25,45% de los mismos.

Para ello, a lo largo de los años se han **peatonalizado 16 calles** del casco histórico con el fin de minorar el tráfico en el centro urbano, mejorar la calidad del aire y facilitar la movilidad a pie de los residentes y turistas. Además, los turistas cuentan con un **tren turístico** con capacidad para 60 personas que realiza un recorrido de unos 5 kilómetros por la ruta del Palmeral.

S21. Movilidad urbana con bicicletas.

Bicielx es un sistema de movilidad sostenible que empezó a funcionar en 2010. Este medio de transporte sostenible ayuda a reducir los niveles de ruido y de contaminación de la ciudad, contribuye a mejorar la utilización de espacios públicos urbanos y permite desplazarse con rapidez por la ciudad.

Actualmente, Elche cuenta con **33 km de carril bici** y se estima incrementar los kilómetros de carril bici disponibles para dotar al municipio de toda la infraestructura necesaria para fomentar el uso de las bicicletas. De esta forma, desde 2010 se han instalado **35 estaciones o puntos de uso de la bicicleta** por todo el casco urbano de Elche. En 2017 se han inaugurado 8 puntos más y también se prevé aumentar la disponibilidad de bicicletas públicas. Por otro lado, desde la Oficina de Turismo de Elche se creó en 2012 **Llobielx**, un servicio de alquiler de bicicletas sencillo y rápido para el turista.

S22. Puntos de recarga de vehículos eléctricos.

El Ayuntamiento de Elche mantiene activo un programa para impulsar la implantación de puntos de recarga eléctrica. En la actualidad, cuenta con **19 puntos de recarga para vehículos eléctricos** en lugares estratégicos de la ciudad como el parque empresarial, la UMH, el centro comercial del Aljub o en gasolineras.

A pesar de ello, el propio Ayuntamiento no cuenta en sus dependencias municipales con puntos de recarga eléctrica. Ello se debe a que el Ayuntamiento no ha introducido en su flota municipal vehículos eléctricos o híbridos ni en el transporte público ni en los servicios públicos. De igual modo, tanto la furgoneta como el tren turístico que dispone Visitelche son de gasoil.

S23. Aparcamiento público.

El centro de la ciudad tiene una capacidad de aparcamiento de **1032 plazas** repartidas entre 5 aparcamientos (Traspalacio, Gran Teatro, Porta de la Morera, Puente Rey Alfonso XII y Elx-Parc), estando todos ellos gestionados con sensores. Sin embargo, no se dispone de paneles dinámicos de guiado a los distintos aparcamientos.

S24. Espacios naturales protegidos.

El Palmeral de Elche fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000. Además, está protegido por el Plan especial de Protección del Palmeral de Elche de 2008 y, actualmente, se encuentra en proceso de un nuevo plan.

Por otra parte, Elche cuenta con 2 Parques Naturales que son el Hondo y las Salinas de Elche-Santa Pola. A su vez, figuran en el listado del RAMSAR

y están clasificados como Zona de Especial Protección (ZEPA). El Clot de Galvany está protegido bajo la figura de paraje natural municipal. Así pues, Elche cuenta con 4 espacios protegidos.

S25. Zonas verdes urbanas.

Elche cuenta con **3,8 millones de metros cuadrados** siendo la segunda ciudad con más zonas verdes de la Comunidad Valenciana por detrás de Valencia. Ello supone contar con **20 m² de espacios verdes por habitante** muy por encima de los 12 m² que recomienda la Unión Europea. Esto es debido a que Elche posee el Palmeral más extenso de Europa con una gran extensión de superficie en el centro histórico formado por 67 huertos de palmeras siendo el 75% de los huertos de titularidad pública.

S26. Calidad ambiental de las playas.

Elche cuenta con 6 playas de las cuales **5** disponen de **Bandera Azul**, lo que supone que un **83,33%** de las playas gozan de certificación ambiental. La calidad de las aguas de baño es excelente ya que en ningún día del año las playas ilicitanas han permanecido cerradas por contaminación. De la misma forma, el Ayuntamiento no interviene en la regeneración de la arena de las playas ya que siempre se ha regenerado de forma natural.

6. CONCLUSIÓN

En el presente trabajo de investigación se ha estimado realizar un diagnóstico con el fin de conocer el grado actual de implantación en el que se encuentra el destino turístico de Elche con respecto al nuevo paradigma de gestión turística que representa el Destino Turístico Inteligente. Para ello, se ha confeccionado un cuadro de mando y se han evaluado **81 indicadores** inteligentes distribuidos entre la gobernanza y los cuatro ejes que conforman el DTI que son la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad. Como resultado, se detallan, a continuación, las siguientes conclusiones de cada una de las áreas.

En el ámbito de la **gobernanza** se han analizado **12 indicadores** de los cuales cuatro reúnen un grado medio de aceptación y otros cinco gozan de un alto nivel de implantación en el destino de Elche. Entre estos últimos, cabe destacar la aplicación de un Plan Director de Turismo, la existencia de estructuras de colaboración público-privadas, la implantación de sistemas de gestión de calidad turística, la transparencia en la contratación turística y la satisfacción del turista con el destino.

Por otra parte, se han identificado tres parámetros que no cumplen con los requisitos mínimos de un DTI. Así pues, para corregir dicha desviación, se deberían potenciar los procedimientos de coordinación interdepartamental, la participación ciudadana en los planes y actuaciones turísticas y la generación de líneas estratégicas propias del DTI dentro del Plan Director de Turismo. Como resultado, excepto en estos tres últimos indicadores, se puede establecer que Elche reúne los requisitos mínimos en el ámbito de la gobernanza.

En el eje de la **innovación** se ha medido un total de **7 parámetros** de los cuales dos cuentan con un nivel medio de desarrollo y tres con un excelente estado de implementación. Entre estos últimos, cabe citar el alto grado de transferencia de conocimiento y colaboración con entidades público-privadas y

la innovación en productos, promoción y comercialización turística. A pesar de ello, se debería fortalecer tanto la estrategia y compromiso con la innovación como el liderazgo innovador en turismo. En consecuencia, la evaluación de este eje del DTI resulta positivo para el destino de Elche.

Con respecto al ámbito de la **tecnología** se han valorado **20 parámetros**, encontrándose nueve de ellos en un nivel medio de desarrollo y otros siete en un estado más avanzado de implantación. Entre ellos, cabe distinguir la existencia de una potente red wifi gratuita, el fomento del material turístico en formato digital, la actualización de los contenidos de la web, la presencia de aplicaciones turísticas, el plan de comunicación online y de social media, un destacado posicionamiento online y las acciones de marketing viral llevadas a cabo en el destino de Elche.

Sin embargo, Elche no se ha iniciado en el uso de herramientas Business Intelligence ni en el monitoreo de marca y medios. Así pues, si Elche pretende convertirse en un DTI ambas herramientas deberían introducirse en los próximos años. De igual modo, habría que añadir paneles de información en destino las 24 horas e incrementar la presencia de los códigos QR. Salvo los citados puntos a mejorar, Elche dispone de la infraestructura tecnológica necesaria para ofrecer servicios inteligentes al turista.

En el ámbito de la **accesibilidad** se ha evaluado un total de **16 indicadores** de los cuales nueve se encuentran implantados de forma aceptable. Cabe mencionar que solo la accesibilidad idiomática se encuentra valorada con un nivel alto. En consecuencia, sería conveniente impulsar la excelencia en los indicadores con un grado medio de desarrollo.

De la misma forma, seis parámetros se hallan débilmente implantados. Entre las oportunidades de mejora, Elche debería potenciar el turismo accesible, la accesibilidad visual y auditiva de los recursos turísticos, la accesibilidad en el alojamiento, la formación del personal en accesibilidad e incrementar el número de taxis accesibles. En consecuencia, si realiza las

recomendaciones señaladas, Elche podría disfrutar de un buen reconocimiento y posicionarse como un referente en accesibilidad.

Por último, en el ámbito de la **sostenibilidad** se han analizado **26 indicadores** de los que doce han adquirido un grado medio de implementación. Entre los diez parámetros que gozan de un alto nivel de desarrollo cabe destacar el elevado grado de protección del patrimonio cultural, la igualdad de género en el personal de Visitelche, el bajo impacto en la comunidad local, el fomento de la artesanía, el comercio y los productos locales, la depuración de las aguas residuales, la peatonalización del centro histórico, la movilidad urbana con bicicletas, los espacios naturales protegidos, las zonas verdes urbanas y la calidad ambiental de las playas.

Por otra parte, de los 26 indicadores existentes apenas cuatro poseen un grado bajo de implantación. En este sentido, sería aconsejable mejorar el compromiso de Visitelche con la sostenibilidad, la promoción del turismo sostenible, la contribución del turismo a la economía y la tasa de desempleo turística. Por todo lo demás, el eje de la sostenibilidad es, sin duda, el que mejor desarrollado se encuentra.

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos en cada uno de los ámbitos se puede obtener una **visión global** de la situación actual en la que se encuentra Elche. De esta forma, **el 76,54% de los indicadores analizados poseen un nivel medio-alto de implantación en el destino de Elche** frente al 19,75% con un nivel de desarrollo bajo y un 3,71% que no se han implementado.

En conclusión, el actual destino turístico de Elche se encuentra lo suficientemente capacitado para iniciar su conversión hacia un Destino Turístico Inteligente.

7. BIBLIOGRAFÍA

Blanco, J. (2015). *Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes. Estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital*. (1ª ed.). Madrid: Altran. 2015.

COTEC (2016). Informe sobre la innovación en España. Extraído el 30 de mayo de 2017, de <http://cotec.es/pdfs/COTEC-informe-2016.pdf>

Durán, C. (2013). *Gobernanza para el sector turismo y su medición*. Programa de Estadísticas y CST de la OMT. Extraído el 28 de mayo de 2017, de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ipgovernancepapersp.pdf>

Fundación Telefónica (2011). *Smart Cities: Un primer paso hacia el Internet de las cosas*, Madrid, Fundación Telefónica-Ariel. Extraído el 3 de mayo de 2017, de <http://www.smartcities.es/2011/12/19/smart-cities-un-primer-paso-hacia-la-internet-de-las-cosas-informe-de-la-fundacion-telefonica-para-descarga-pdf/>

INVAT·TUR (2015). *Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*. Extraído el 9 de abril de 2017, de <http://invattur.gva.es/estudio/manual-operativo-para-la-configuracion-de-destinos-turisticos-inteligentes/>

INVAT·TUR (2016) VIII Barómetro de Redes Sociales de los Destinos Turísticos de la Comunidad Valenciana. Extraído el 6 de junio de 2017, de <http://invattur.gva.es/estudio/viii-barometro-de-redes-sociales-y-destinos-turisticos-de-la-comunitat-valenciana/>

Ivars, J. A. (2013). Destinos turísticos inteligentes. En: Solsona, J. y Pardellas, X. (dir.). *La actividad turística española en 2011*. Madrid: Ramón Areces. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 473-476.

Ivars, J. A., Solsona, F. J., y Giner, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62 (2), 327-346. Extraído el 28 de abril de 2017, de <http://dag.revista.uab.es/article/view/v62-n2-ivars-solsona-giner/285-pdf-es>

López de Ávila, A., y García, S. (2013). Destinos Turísticos Inteligentes. *Economía Industrial*, (395), 61-69. Extraído el 20 de abril de 2017, de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ DE AVILA y GARCIA.pdf>

Luque, A. M., Zayas, B., y Caro, J. L. (2014). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: Conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*, (10), 1–25.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2008). *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Extraído el 10 de mayo de 2017, de http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa

%C3%B1ol_Horizonte_2020.pdf

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2012). Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015. Extraído el 27 de abril de 2017, de <http://www.minetad.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Paginas/que-es-PNIT.aspx>

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015). Plan Nacional de Ciudades Inteligentes. Extraído el 4 de mayo de 2017, de <http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/plan-nacional-ciudades-inteligentes.aspx>

OCDE y EUROSTAT (2005). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (3ª ed.). Extraído el 28 de mayo de 2017, de <http://www.oecd.org/science/inno/2367580.pdf>

ONTSI (2015). TIC y Turismo: Situación, políticas y perspectivas. Extraído el 2 de abril de 2017, de <http://invattur.gva.es/estudio/tic-y-turismo-situacion-politicas-y-perspectivas/>

Organización Mundial del Turismo (2001). Código ético mundial del turismo. Extraído el 26 de mayo de 2017, de http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf

Organización Mundial del Turismo (2013). Recomendaciones de la OMT para un turismo accesible para todos. Extraído el 26 de mayo de 2017, de <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/updateofthe2005unwtogeneralassemblyrecommendationsonaccessibletourismforall.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2014). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo I: Turismo Accesible. Definición y contexto. Extraído el 26 de mayo de 2017, de <http://www.tur4all.com/documents/2.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2015). Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística. Extraído el 28 de mayo de 2017, de <http://www.tur4all.com/documents/1.pdf>

Plan Director de Turismo de Visitelche (2016). Extraído el 6 de mayo de 2017, de <http://www.elche.com/media/tinyimages/file/PlanDirectorVisitelche2016-1018.pdf>

PNE 178502: Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes.

Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre. Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. BOE (289) de 3 de diciembre de 2013.

Romero, C. (2017). Innovación en el sector turístico. Extraído el 20 de mayo de 2017, de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Ponencia-Innovacin-en-el-sector-turstico-Carlos-Romero.pdf>

SEGITTUR (2014). Destinos turísticos inteligentes. Extraído el 18 de abril de 2017, de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>

SEGITTUR (2015). *Libro Blanco de Destinos Turísticos Inteligentes: Construyendo futuro*. Ed. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Madrid. 207 pp. Extraído el 15 de abril de 2017, de <http://www.agendadigital.gob.es/planesactuaciones/Bibliotecaciudadesinteligentes/Material%20complementario/Informe-destinos-turisticos-inteligentes.pdf>

Troitiño, L. y García, M. (2016, octubre). *Territorios y Ciudades Inteligentes: Retos para convertirse en "Smart Heritage Destination"*. Comunicación presentada en el IX Congreso Internacional de Turismo y Tecnología de la Información y la Comunicación (TURITEC), Málaga, España.

Unión Europea (2017). El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles. Extraído el 14 de abril de 2017, de http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_es

UNE 66175: 2003. Sistemas de gestión de la calidad. Guía para la implantación de sistemas de indicadores.

UNE 170001-1: 2007. Accesibilidad universal. Parte 1: Criterios DALCO para facilitar la accesibilidad al entorno.

UNE 178501: 2016. Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos.

Páginas web

www.aenor.es Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).

www.destinosinteligentes.es Página oficial de Destinos Turísticos Inteligentes.

www.elche.es Página oficial del Ayuntamiento de Elche.

www.invattur.gva.es Página oficial del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT·TUR).

www.segittur.es Página oficial de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).

www.smartoffice.palma.cat Página oficial de la Smart Office del Ayuntamiento de Palma de Mallorca.

www.visitelche.com Página oficial de turismo del Organismo Autónomo Local de Elche.