

PLAN DIRECTOR DTI

Alboraia

solucionesturísticas
consultoria & marketing



GENERALITAT
VALENCIANA



INVAT-TUR



ALBORAIA
AJUNTAMENT

ÍNDICE

1.	Introducción	3
2.	Actividades realizadas.....	5
3.	Autodiagnóstico de Alboraya como DTI.....	7
3.1.	Gobernanza	8
3.2.	Sostenibilidad	12
3.3.	Accesibilidad	20
3.4.	Innovación	24
3.5.	Conectividad	27
3.6.	Inteligencia	30
3.7.	Información turística	34
3.8.	Marketing online	38
3.9.	Evolución de la actividad turística	42
3.10.	Conclusiones del Autodiagnóstico	45
4.	Plan Director DTI-CV de Alboraya	48
4.1.	Actuaciones del Plan Director DTI-CV	50
4.2.	Cronograma del Plan Director DTI-CV	63



1.INTRODUCCIÓN

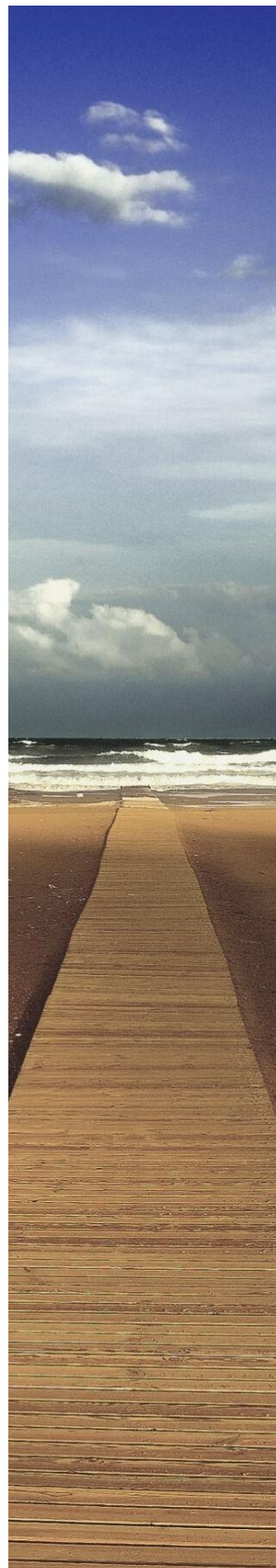
La decisión de Alboraya de implantar la metodología de Destino Turístico Inteligente viene a reforzar la puesta en marcha de una estrategia integral en el destino a través de la mejora de la competitividad del sector empresarial, mejorar el aprovechamiento de los recursos turísticos, adecuar los productos actuales a las nuevas tendencias de la demanda turística, promover la creación de productos turísticos, mejorar la eficiencia de la promoción y comercialización, y optimizar los procesos de gestión del destino.

Para llevar a cabo el proceso de transformación de Alboraya en un Destino Turístico Inteligente se ha utilizado como referencia el modelo DTI-CV definido por Turisme Comunitat Valenciana, en concreto, el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT-TUR) para facilitar a los destinos de la Comunitat Valenciana su transformación en Destinos Turísticos Inteligentes. El modelo dispone de diversas herramientas como el Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes, la Guía de implantación de Destinos Turísticos Inteligentes, manuales especializados en sostenibilidad, gobernanza o accesibilidad y aplicaciones informáticas como el Cuadro de Mando de Redes Sociales o el Autodiagnóstico DTI.

Este proceso de redacción del PDTI se realiza en paralelo con el del Plan Estratégico de Turismo como vía para alinear ambos documentos y por ende los trabajos asociados a su redacción. El Plan Estratégico de Turismo plantea la propuesta de argumentos de producto, mercados y principales acciones de puesta en valor del destino, mientras que el PDTI establecerá las soluciones en materia de sostenibilidad, accesibilidad, tecnología y gobernanza con las que facilitar una mejor evolución como destino turístico.

El Autodiagnóstico es una aplicación informática que permite a los destinos turísticos realizar una autoevaluación a partir de unos indicadores asociados al Modelo DTI-CV, compararse con el modelo de resultados estándar definido por el INVAT-TUR y servir de base al desarrollo de un plan de acción.

El Plan Director de Alboraya de Destino Turístico Inteligente está alineado con el Plan Estratégico de Turismo y constituyen de manera conjunta las herramientas sobre las que se apoya Alboraya para llevar a cabo la evolución y mejora de su gestión turística de acuerdo a la nueva coyuntura social, económica, sanitaria y comportamiento turístico.





2. ACTIVIDADES REALIZADAS

- ✓ Para la elaboración del diagnóstico y recomendaciones del Plan Director de Alboraya Destino Turístico Inteligente se ha seguido un proceso participativo con el conjunto de agentes involucrados en la actividad turística del municipio que ha contemplado las siguientes actividades:

- ✓ Divulgación y sensibilización sobre el concepto DTI a los agentes del sector público y privado relacionados con el turismo en Alboraya.

En este sentido, el objetivo principal de esta actividad ha sido involucrar al conjunto de agentes relacionados (directa e indirectamente) con el turismo en Alboraya a través de sesiones de difusión y sensibilización sobre el concepto de Destino Turístico Inteligente y el modelo de referencia DTI-CV de la Comunitat Valenciana.

A tal efecto se han celebrado durante el mes de abril y julio de 2021, 5 mesas de trabajo de diagnóstico y contraste con más de 70 actores locales entre técnicos, empresarios, profesionales del sector, colectivos sociales y culturales, así como con representantes institucionales de la corporación municipal.

- ✓ Análisis-diagnóstico de la situación actual de Alboraya respecto de los indicadores y criterios del modelo de Destino Turístico Inteligente definido por la Comunitat Valenciana en el marco del proyecto DTI-CV.

Este trabajo se ha realizado conjuntamente por los técnicos municipales procedentes de Urbanismo y Movilidad, Medio Ambiente, Seguridad e Informática coordinados por el área de Turismo de Alboraya.

- ✓ Identificación de actuaciones y elaboración del Plan Director Alboraya DTI de manera coordinada con el Plan Estratégico de Turismo y de forma consensuada con los agentes implicados.

Etapas de elaboración del Plan Director-CV de Alboraya





3. AUTODIAGNÓSTICO DE ALBORAYA COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

El autodiagnóstico se ha realizado empleando la aplicación informática del INVAT·TUR disponible en su web y cuyo contenido procede del Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes y la Guía de implantación de Destinos Turísticos Inteligentes.

Modelo DTI-CV del INVAT·TUR: ámbitos e indicadores

Gobernanza

10 indicadores

Sostenibilidad

15 indicadores

Accesibilidad

6 indicadores

Innovación

6 indicadores

Conectividad

5 indicadores

Inteligencia

8 indicadores

Información turística

9 indicadores

Marketing online

8 indicadores

Evolución turística

5 indicadores

9 Ámbitos

72 indicadores



Fuente: Guía de implantación de Destinos Turísticos Inteligentes (INVAT·TUR)

3.1 Gobernanza

La gobernanza es el ámbito fundamental en la implantación y mantenimiento de la estrategia DTI-CV puesto que representa el compromiso del destino con esta estrategia y porque el análisis de las decisiones y acciones de manera coordinada y conjunta pasa a ser un factor habitual en la gestión del destino.

Dentro el ámbito de la gobernanza Alboraya debe definir su Plan Estratégico de Turismo, cuantificar un presupuesto específico e impulsar la Comisión interdepartamental para coordinar y analizar las acciones entre todos los agentes turísticos. Esta cuestión tal como se ha comentado en la introducción esta solventada al estar ya redactado en paralelo el Plan Estratégico de Turismo. También debe mantener e incrementar acciones transversales que beneficien al destino como la implantación de SICTED o la realización de campañas de sensibilización concienciar a la sociedad residente y a los turistas sobre la importancia de la actividad turística y su sostenibilidad.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Gobernanza

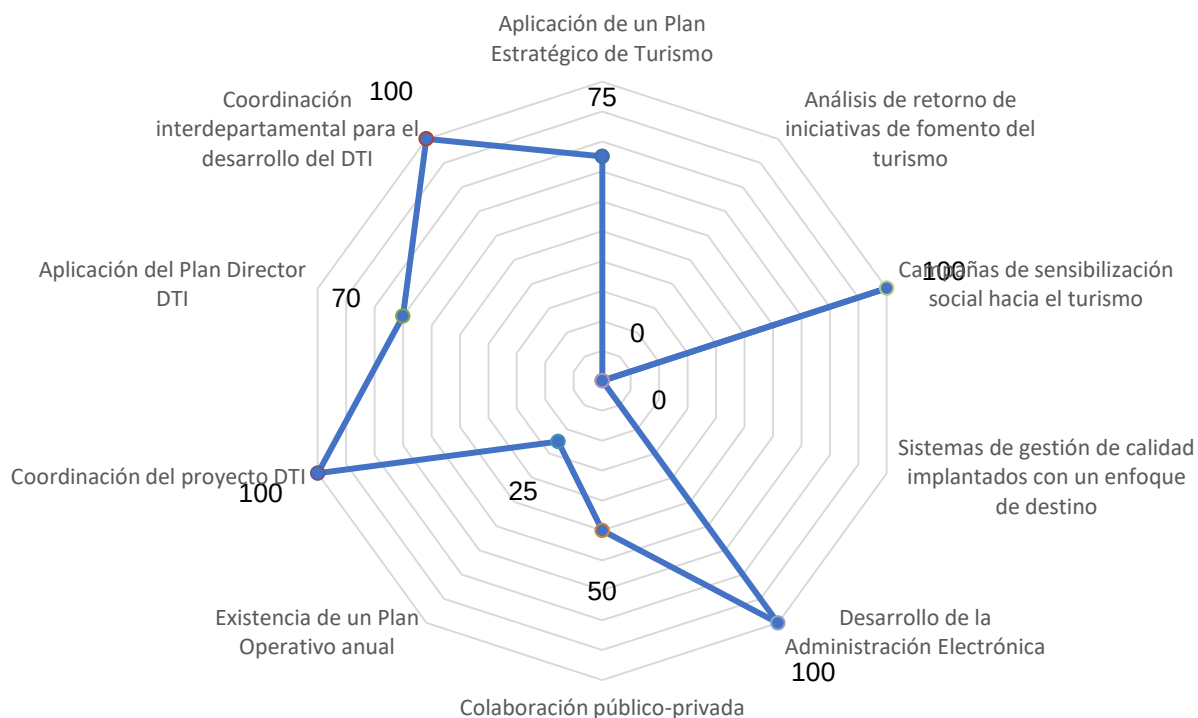
GOB01	Aplicación de un Plan Estratégico de Turismo
GOB02	Coordinación interdepartamental para el desarrollo del DTI
GOB03	Aplicación del Plan Director DTI
GOB04	Coordinación del proyecto DTI
GOB05	Existencia de un Plan Operativo anual
GOB06	Colaboración público-privada
GOB07	Desarrollo de la Administración Electrónica
GOB08	Sistemas de gestión de calidad implantados con un enfoque de destino
GOB09	Campañas de sensibilización social hacia el turismo
GOB010	Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo

El resultado del ámbito de la gobernanza del modelo DTI-CV obtenido por Alboraya es positivo con un 62%. Alboraya ha llevado a cabo las primeras medidas para estructurar la planificación turística y organizar la gestión mediante la Comisión interdepartamental que dará lugar, a medio plazo, a la Smart Office del destino. En este sentido, se ha definido el Plan Estratégico de Turismo para los próximos años a partir del cual se establece un Plan Operativo de Marketing anual con dotación presupuestaria específica, se ha realizado una campaña de sensibilización “De bona gana” y acciones de colaboración público-privada como las jornadas gastronómicas “La ruta de la tapa de Alboraya” y la edición de la Guía “La Ruta de la Horchata” aunque deben intensificarse.

La incorporación de datos y fuentes de información para el análisis y toma de decisiones de las iniciativas o campañas, tanto para su ejecución como su retorno, es una tarea pendiente que, de manera paulatina, se incluye en las funciones de la Comisión.

Gráfico de los resultados de los indicadores del ámbito de Gobernanza

Gobernanza



Autodiagnóstico de indicadores

GOB01 Aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	Puntuación	Evaluación
Fecha de aprobación del plan < 5 años	25%	Sí
Disponibilidad del plan en la web municipal	25%	No
Participación pública asociada al plan	25%	Sí
Existencia de un sistema de indicadores de control y seguimiento del plan	25%	Sí

Evaluación:

El destino cuenta con un Plan Estratégico de Turismo que se ha elaborado en 2021. En la elaboración han colaborado técnicos de las diferentes áreas del Ayuntamiento, asociaciones empresariales, empresarios individuales y plataformas ciudadanas mediante mesas de trabajo. Dentro del Plan se han definido indicadores de control y seguimiento. Sin embargo, el Plan no se encuentra actualmente en la web municipal.

GOB02 Coordinación Interdepartamental para el desarrollo del DTI	Puntuación	Resultado
Existencia y funcionamiento de una comisión técnica o grupo de trabajo que integre, al menos a los responsables técnicos de las áreas de turismo, informática, urbanismo y medio ambiente	100%	Sí

Evaluación:

Con motivo de la redacción del Plan Estratégico y la elaboración del Plan Director se ha constituido una comisión interdepartamental del Ayuntamiento con representantes de Urbanismo, Medio Ambiente y Playas, Turismo, Informática, Promoción Económica, Deportes y Organización y Calidad.

GOB03 Aplicación del Plan Director DTI	Puntuación	Resultado
Disponibilidad del plan en la web municipal	30%	No
Participación pública asociada al plan	35%	Sí
Existencia de un sistema de control y seguimiento del plan	35%	Sí

Evaluación:

En la elaboración del Plan Director DTI han colaborado técnicos de las diferentes áreas del Ayuntamiento, asociaciones empresariales, empresarios individuales y plataformas ciudadanas. Dentro del Plan se han definido indicadores de control y seguimiento. Sin embargo, el Plan no se encuentra en la actualidad subido a la web municipal.

GOB04 Coordinación del proyecto DTI	Puntuación	Resultado
Existencia de una persona o ente coordinador del proyecto DTI	100%	Sí

Evaluación:

El técnico municipal de turismo es el encargado de la gestión y coordinación del proyecto DTI.

GOB05 Existencia de un Plan Operativo Anual	Puntuación	Resultado
Consignación presupuestaria en turismo con un mínimo nivel de detalle	25%	Sí
Disponibilidad del Plan en la web municipal	25%	No
Existencia de gastos e inversiones directamente asociadas al proyecto DTI	50%	No

Evaluación:

Existe un presupuesto anual para Turismo donde se explicitan las partidas y donde se pueden estimar los elementos vinculados al proyecto DTI. Sin embargo, no existen gastos e inversiones específicas de un área DTI ni está publicada en la web municipal.

GOB06 Colaboración público - privada	Puntuación	Resultado
Existencia de un ente mixto	25%	No
Existencia de un consejo municipal de turismo, con carácter consultivo	25%	No
Desarrollo de al menos tres iniciativas de cooperación público - privada que suponen aportación de fondos privados	25%	Sí
Existencia de un foro online abierto que fomente el crecimiento y la participación en la gestión turística local, o al menos una newsletter periódica de comunicación con el sector	25%	Sí

Evaluación:

En el destino no existe un ente mixto ni un consejo municipal de turismo. Respecto a las iniciativas de cooperación público-privada existen ejemplos representativos como las jornadas gastronómicas “La ruta de la tapa de Alboraya”, la edición de la Guía “La Ruta de la Horchata” o la campaña concienciación de consumo de producto local “De bona gana”. Desde el departamento de turismo se envían newsletters periódicas para informar de las iniciativas y proyectos.

GOB07 Desarrollo de la Administración Electrónica / Abierta	Puntuación	Resultado
Funcionamiento real de un portal de transparencia municipal	100%	Sí

Evaluación:

Existe un plan de transparencia municipal

<https://alboraya.transparencialocal.gob.es/>

GOB08 Sistemas de gestión de calidad implantados con un enfoque de destino	Puntuación	Resultado
Adhesión al Sistema Integral de Calidad Turística en Destino, SICTED	100%	No

Evaluación:

Aunque el destino ha implantado diferentes sistemas de gestión de calidad no está adherido al SICTED.

Evaluación:

Se ha realizado la campaña de sostenibilidad turística “De bona gana”, sobre la importancia del consumo de producto local, de proximidad, saludable y sostenible dirigida tanto a residentes como turistas.

GOB10 Análisis de retorno de iniciativas de fomento de turismo	Puntuación	Resultado
Medición del impacto de las acciones de promoción y desarrollo del turismo en destino	1 acción: 25% 2 acciones: 50% 3 acciones: 100%	No

No se han realizado acciones de medición del impacto de las acciones de promoción turística en el destino.

3.2 Sostenibilidad

La sostenibilidad es el ámbito del modelo DTI-CV con mayor número de indicadores. Este ámbito atraviesa la totalidad del destino y, dentro de las diferentes dimensiones de la sostenibilidad, tiene un enfoque eminente medioambiental.

Es preciso que el destino se planifique urbanísticamente desde un primer momento bajo criterios de sostenibilidad con el objetivo de una movilidad óptima. El abastecimiento y suministro de energía y agua, así como la recogida de residuos debe seguir criterios de eficiencia y reutilización.

Igualmente, el compromiso con la sostenibilidad se materializa tanto en las políticas municipales sobre el destino como con las empresas locales con certificaciones ambientales y con la población residente mediante campañas de sensibilización y adecuación de zonas verdes.

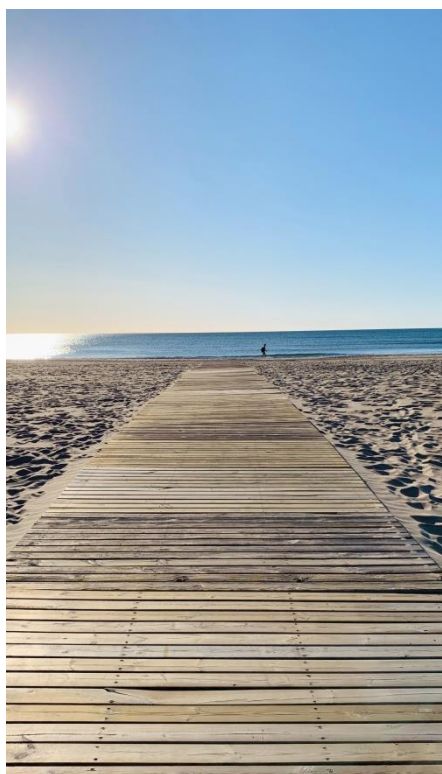
La adhesión a códigos éticos existentes es un indicador que, en función de su naturaleza, actúa sobre las tres dimensiones habituales de la sostenibilidad: ambiental, social y económica.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.



Tabla de indicadores del ámbito de Sostenibilidad

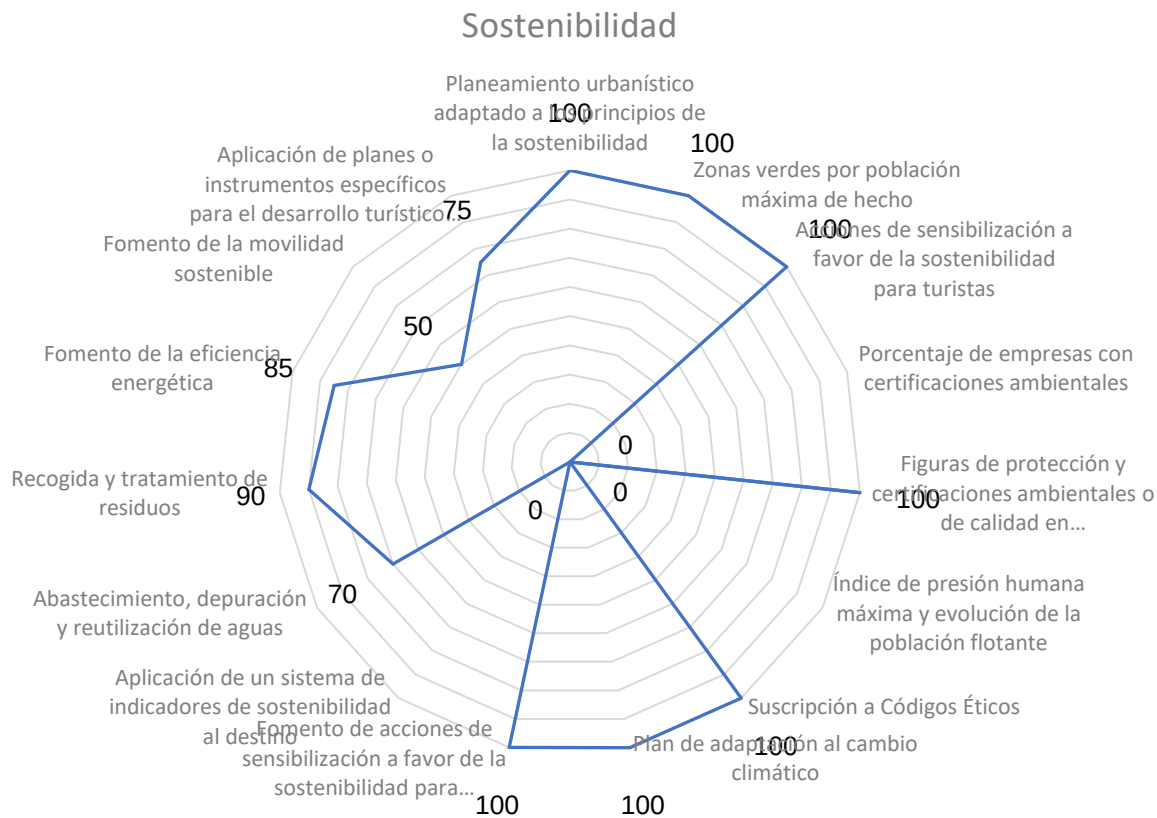
SOST01	Planeamiento urbanístico adaptado a los principios de la sostenibilidad
SOST02	Aplicación de planes o instrumentos específicos para el desarrollo turístico sostenible
SOST03	Fomento de la movilidad sostenible
SOST04	Fomento de la eficiencia energética
SOST05	Recogida y tratamiento de residuos
SOST06	Abastecimiento, depuración y reutilización de aguas
SOST07	Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino
SOST08	Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes
SOST09	Plan de adaptación al cambio climático
SOST10	Suscripción a Códigos Éticos
SOST11	Índice de presión humana máxima y evolución de la población flotante
SOST12	Figuras de protección y certificaciones ambientales o de calidad en recursos/atractivos turísticos
SOST13	Porcentaje de empresas con certificaciones ambientales
SOST14	Acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para turistas
SOST15	Zonas verdes por población máxima de hecho



En el ámbito de sostenibilidad del DTI-CV, Alboraya ha obtenido un resultado de 71,33%. Esta alta puntuación se obtiene por el plan de ordenación urbana de acuerdo con criterios de sostenibilidad y mediciones de impacto ambiental. También, Alboraya se ha unido a iniciativas para frenar el cambio climático, ha lanzado campañas de sensibilización ciudadana como “El quinto contenedor” y “No alimentes el monstre” y cuenta con figuras de protección ambiental y zonas verdes en su término municipal.

Aunque las acciones realizadas por Alboraya son positivas es recomendable mejorar la movilidad de transporte público, impulsar la certificación de sistemas ambientales en las empresas locales y continuar con el aumento de la recogida selectiva de residuos, la eficiencia energética como muestran los puntos carga instalados y plantearse la reutilización del agua depurada. Se ha previsto, igualmente, incorporar indicadores de sostenibilidad, entre ellos, el índice de presión humana, dentro del sistema de control de gobernanza del destino.

Gráfico de los resultados de los indicadores del ámbito de Sostenibilidad



Autodiagnóstico de indicadores

SOST01 Planeamiento urbanístico adaptado a los principios de la sostenibilidad	Puntuación	Resultado
Fecha de aprobación del plan inferior a un periodo de 8 años	20%	Sí
Plan disponible en la web municipal	20%	Sí
Participación pública asociada al plan	20%	Sí
Estudio de paisaje vinculado al plan	10%	Sí
Estudio ambiental y territorial estratégico vinculado al plan	10%	Sí
Clasificación de nuevos suelos urbanos y urbanizables adaptada a la Estrategia Territorial Valenciana	20%	Sí

Evaluación:

El destino completa este indicador puesto que dispone de un Plan General de Ordenación Urbana revisado en 2019 con participación pública, publicado en la web municipal y cuyo contenido incluye un estudio del paisaje, un estudio ambiental y territorial estratégico y, además, cuenta con una clasificación de nuevos suelos urbanos y urbanizables adaptada a la Estrategia Territorial Valenciana

<https://www.alboraya.es/es/urbanismo>

SOST02 Aplicación de planes o instrumentos específicos para el desarrollo turístico sostenible	Puntuación	Resultado
Fecha de aprobación de la Agenda 21 Local o certificación inferior a 4 años	25%	Sí
Participación pública asociada a la agenda o certificación	25%	No
Disponibilidad de agenda o documentos asociados a la certificación en la web municipal	25%	Sí
Existencia de un plan de acción	25%	Sí

Evaluación:

Alboraya cuenta con la aplicación de un plan desarrollo sostenible como participante del Pacto de las Alcaldías, a partir del cual se ha elaborado un plan específico para el destino disponible en la página web aunque no ha utilizado procesos participativos con la población.

<https://www.alboraya.es/es/medio-ambiente/page/plan-accion-clima-energia>

SOST03 Fomento de la movilidad sostenible	Puntuación	Resultado
Existencia de un plan municipal de movilidad	25%	Sí
Transporte público adaptado a la demanda turística (horarios demandados por turistas, rutas de recursos; paneles en tiempo real; información turística, etc.)	25%	No
Porcentaje significativo de calles peatonales o semipeatonales	25%	Sí
Existencia de un carril bici con una longitud significativa	25%	No

Evaluación:

El destino cuenta con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), las rutas de transporte urbano que comunica los puntos de interés turístico son reducidas, ha fijado un porcentaje significativo de calles peatonales y posee un carril bici superior a cinco kilómetros, aunque no representa una longitud significativa.

SOST04 Fomento de la eficiencia energética	Puntuación	Resultado
Existencia de una red eléctrica inteligente (smart grid) con contadores inteligentes para la gestión y dispositivos de almacenamiento cercanos a los lugares de consumo	20%	Sí
Reducción de consumo del alumbrado público (leds, etc.)	20%	Sí
Edificios públicos con certificado de sistemas de gestión energética	15%	No
Fomento de energías alternativas (plantas fotovoltaicas o de un tipo impulsado por el ayuntamiento)	10%	Sí
Existencia de un punto de recarga eléctrica de automóviles y bicicletas eléctricas	10%	Sí
Incorporación de vehículos con energía alternativa a la flota de servicios municipales	5%	Sí
Transporte público impulsado por energías alternativas	20%	Sí

Evaluación:

Alboraya tiene más de 200 contratos eléctricos de alumbrado y edificios. Iberdrola ha instalado contadores inteligentes que suministran información de consumo a la empresa y al Ayuntamiento para poder hacer uso de las curvas de consumo y optimizar su rendimiento. Ha extendido la instalación de bombillas led en su alumbrado para reducir el consumo un 40-50%, ha impulsado energía solar fotovoltaica en alumbrado público y en edificios públicos (Central policía, Campo de fútbol, Hogar del Jubilado), dispone de dos puntos de recarga eléctrica en Patacona y el Polígono, el 90% del parque público de automóviles es eléctrico, el transporte público es híbrido y existe una concesión de motos eléctricas.

SOST05 Recogida y tratamiento de residuos	Puntuación	Resultado
Sensorización de la recogida de basura (vehículos, papeleras, contenedores, etc.)	20%	Sí
Cálculo de la población flotante mensual a partir de los residuos generados	10%	No
Evolución positiva del volumen de residuos recogidos de manera selectiva respecto al año anterior	70%	Sí

Evaluación:

Alboraya dispone de sensores volumétricos instalados en contenedores de residuos y se ha producido un incremento en el volumen de residuos recogidos de manera selectiva de un 33% aproximadamente.

SOST06 Abastecimiento, depuración y reutilización de aguas	Puntuación	Resultado
Reducción del % de pérdidas en red respecto al año anterior	30%	Sí
Cálculo de la población flotante a partir del agua consumida	10%	Sí
Evolución positiva del aumento del agua depurada respecto al año anterior	30%	Sí
Evolución positiva del volumen de agua reutilizada	30%	No

Evaluación:

El destino ha logrado reducir las pérdidas en la red de aguas en un 10%, ha realizado un aumento anual en el volumen de agua depurada de un 8% aproximadamente y estima un aumento de la población de un 18% de media durante los meses de mayo a septiembre. Sin embargo, el destino no reutiliza el agua depurada.

SOST07 Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	Puntuación	Resultado
Existencia del sistema de indicadores	25%	No
Actuación periódica del sistema	25%	No
Publicación del sistema de indicadores en la web municipal	25%	No
Incorporación del sistema de programa europeo ETIS	25%	No

Evaluación:

El destino no aplica un sistema de indicadores sustentando en la sostenibilidad del destino por lo que no existen ni publicaciones ni actualizaciones. La incorporación del sistema europeo ETIS tampoco se aplica, por lo que no cumple con los criterios del indicador.

SOST08 Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes	Puntuación	Resultado
Realización de una, dos o tres campañas de sensibilización a favor de la sostenibilidad de residentes.	1 Campaña: 33% 2 Campañas: 66% 3 Campañas : 100%	100%

Evaluación:

Se fomenta el desarrollo de acciones de sensibilización para residentes a favor de la sostenibilidad como, por ejemplo, la campaña “No alimentos al monstre” de reducción de residuos de toallitas higiénicas, la acción de concienciación sobre la basura marina en colaboración con el Oceanogràfic, la campaña de limpieza de la playa Patacona y suelta al mar de una tortuga o la campaña “Quinto contenedor” de reciclaje.

SOST09 Plan de adaptación al cambio climático	Puntuación	Resultado
Existencia del plan	50%	Sí
Adaptación del plan al contexto territorial y turístico	25%	Sí
Disponibilidad del plan en la web municipal	25%	Sí

Evaluación:

Alboraya cuenta con la aplicación de un plan de adaptación al cambio climático como participante del Pacto de las Alcaldías, a partir del cual se ha elaborado un plan específico para el destino y el turismo disponible en la página web

<https://www.alboraya.es/es/medio-ambiente/page/plan-accion-clima-energia>

SOST10 Suscripción a Códigos Éticos	Puntuación	Resultado
Suscripción al código ético del turismo u otros	100%	Sí

Evaluación:

El destino está adherido al Código Ético del Turismo Valenciano, por lo que se cumple con la totalidad de este indicador.

SOST11 Índice de presión humana máxima y evolución de la población flotante	Puntuación	Resultado
El cálculo de presión humana máxima sumando la capacidad de la oferta residencial y turística en todas las modalidades de alojamiento	50%	No
Estimación de la población flotante mensual calculada a partir de consumo de agua y generación de residuos	50%	No

Evaluación:

El destino no realiza los cálculos requeridos en materia de presión humana máxima y población flotante mensual para el cumplimiento del indicador.

SOST12 Figuras de protección y certificaciones ambientales o de calidad en recursos/atractivos turísticos	Puntuación	Resultado
El porcentaje de recursos principales del municipio (playas, parques naturales, monumentos, etc.) que cuenten con una figura o certificación constituye el valor final del indicador	100%	Sí

Evaluación:

Alboraya cuenta con diferentes figuras de protección y certificación de sus recursos turísticos: norma Q, Qualitur y sistema de gestión ISO 14001 en playas.

SOST13 Porcentaje de empresas con certificaciones ambientales	Puntuación	Resultado
Se calculará el % de empresas turísticas certificadas sobre el total de empresas turísticas teniendo en cuenta el número y evolución para otorgar el 100%	100%	No

Evaluación:

El destino no dispone de datos relativos a este indicador.

SOST14 Acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para turistas	Puntuación	Resultado
Se considera necesario el desarrollo de una acción para obtener el máximo %	100%	Sí

Evaluación:

A las acciones descritas en el indicador SOST08 que también se dirigen a turistas se pueden añadir el taller concienciación medioambiental de Ecoembes o el taller de biodegradables para la sostenibilidad.

SOST15 Zonas verdes por población máxima de hecho	Puntuación	Resultado
El 100% se obtiene si el municipio dispone de 10 m2 de zona verde por cada persona que habita o se aloja en el municipio	100%	Sí

Evaluación:

Alboraya dispone de un área de protección del municipio con más de seis millones de metros cuadrados de zona verde.

3.3 Accesibilidad

El ámbito de accesibilidad del modelo DTI-CV busca que los destinos puedan ser disfrutados por cualquier persona, con independencia de su edad, sexo o sus discapacidades, permanentes o temporales.

La accesibilidad se dirige a los aspectos físicos como los recursos y atractivos turísticos, el servicio de información turística o el transporte público y a aspectos digitales como la Web.

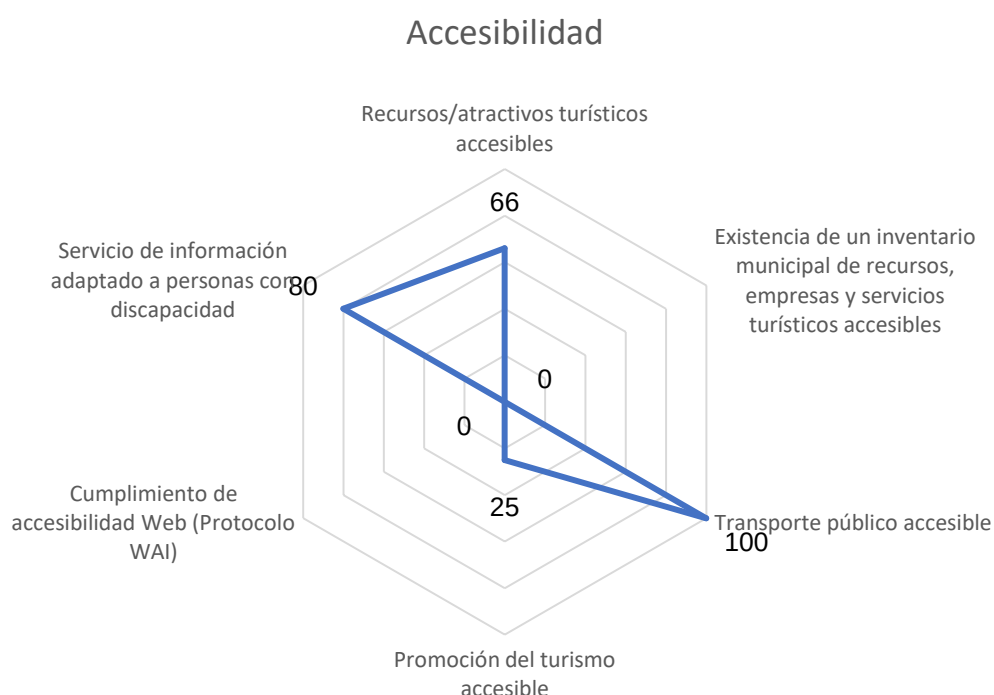
A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Accesibilidad

ACC01	Recursos/atractivos turísticos accesibles
ACC02	Servicio de información adaptado a personas con discapacidad
ACC03	Cumplimiento de accesibilidad Web (Protocolo WAI)
ACC04	Promoción del turismo accesible
ACC05	Transporte público accesible
ACC06	Existencia de un inventario municipal de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles

Alboraya obtiene un resultado de 45,17% en el ámbito de accesibilidad. Aunque se estima que 2/3 de los recursos turísticos, el servicio de información turística, así como el transporte público son accesibles se requiere la adaptación de la web turística municipal a normas de accesibilidad generalizadas como el protocolo WAI y la identificación detallada y posterior promoción de recursos, servicios y empresas turísticas accesibles, en especial, relacionadas con los principales productos turísticos de Alboraya: playas, horchata y huertas.

Gráfico de los resultados de los indicadores del ámbito de Accesibilidad



Autodiagnóstico de indicadores

ACC01 Recursos / atractivos turísticos accesibles	Puntuación	Resultado
Grado de accesibilidad de los recursos / rutas turísticas más visitados del destino por tercios del total	1/3: 33%	66%
	2/3: 66%	
	3/3: 100%	

Evaluación:

Los principales recursos de Alboraya son accesibles como, por ejemplo, las playas, el Museo de la Horchata o las huertas, aunque no se garantiza la accesibilidad del 100%.

ACC02 Servicios de información adaptados a personas con discapacidad	Puntuación	Resultado
Si se cuenta con una oficina adaptada en su interior o exterior	80%	Si
Si además existe personas con formación específica para atender a personas con necesidades especiales	20%	No

Evaluación:

La oficina de información turística es accesible para personas con necesidades especiales, aunque no se ha realizado formación específica.

ACC03 Cumplimiento de accesibilidad web (protocolo WAI)	Puntuación	Resultado
Web turística bajo el cumplimiento del protocolo WAI	Nivel A: 33% Nivel AA: 66% Nivel AAA: 100%	No

Evaluación:

La web del destino está en proceso de certificación AA pero aún no lo ha conseguido.

ACC04 Promoción del turismo accesible	Puntuación	Resultado
Si existe un guía de accesibilidad turística municipal online	35%	No
Si existe material promocional adaptado: audio guías, braille, etc.	25%	Sí
Si existen de campañas de sensibilización	25%	No
Si existen servicios de préstamo de apoyo en las oficinas	15%	No

Evaluación:

El destino carece de una guía municipal de recursos accesibles, servicio de préstamo de apoyos ni se han realizado campañas de sensibilización.

ACC05 Transporte público accesible	Puntuación	Resultado
Se mide el grado de accesibilidad del transporte público local. Por ejemplo, si en el municipio existe servicio de bus urbano y taxi, y ambos están adaptados, el porcentaje a cumplimentar sería 100%	100%	Sí

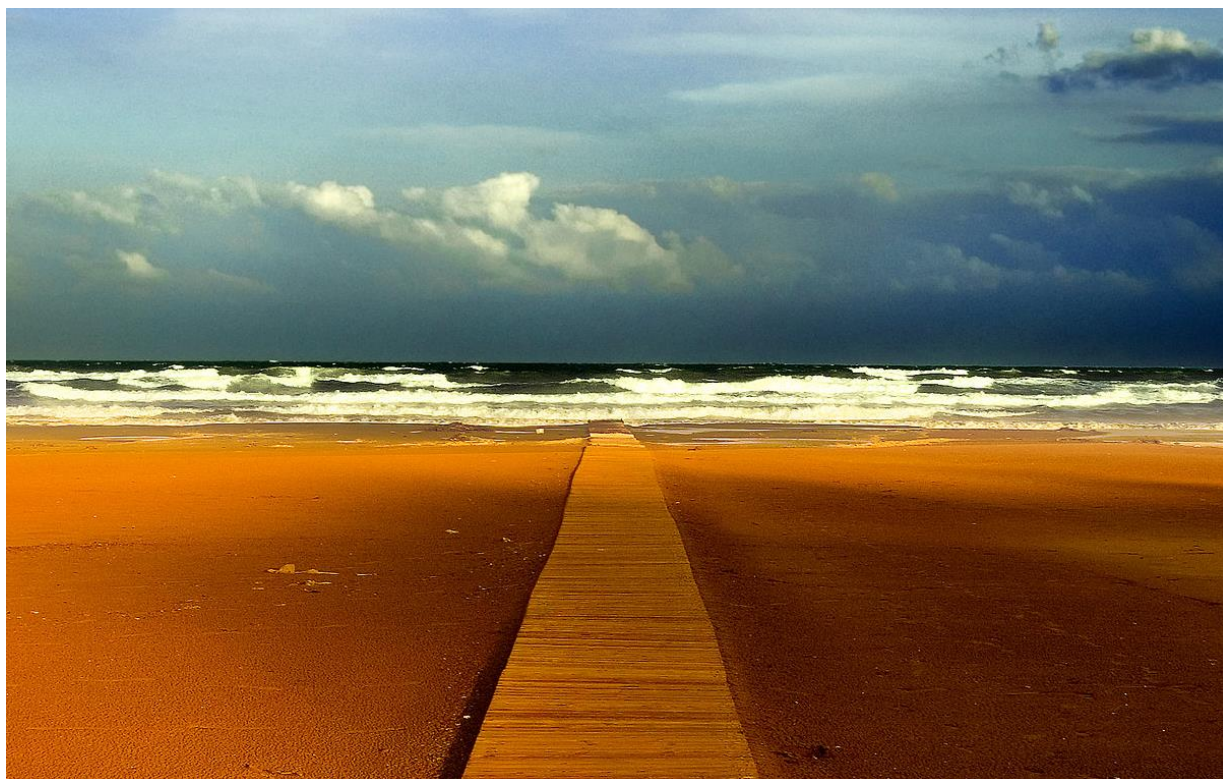
Evaluación:

El servicio de transporte público de autobús (no existen licencias de taxis) están adaptados en materia de accesibilidad.

ACC06 Existencia de un inventario municipal de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles	Puntuación	Resultado
Si existe un inventario de accesibilidad del destino	80%	No
Si además dispone de una web municipal	20%	No

Evaluación:

No se dispone de un inventario de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles del destino.



3.4 Innovación

Con este ámbito se pretende que la innovación se articule, por un lado, como un eje de competitividad del propio destino con su involucración en proyectos de innovación y, por otro lado, se adopten las políticas necesarias para el impulso de un ecosistema de innovación empresarial con asesoramiento a emprendedores, creación de viveros de empresas o convocatorias anuales de premios.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

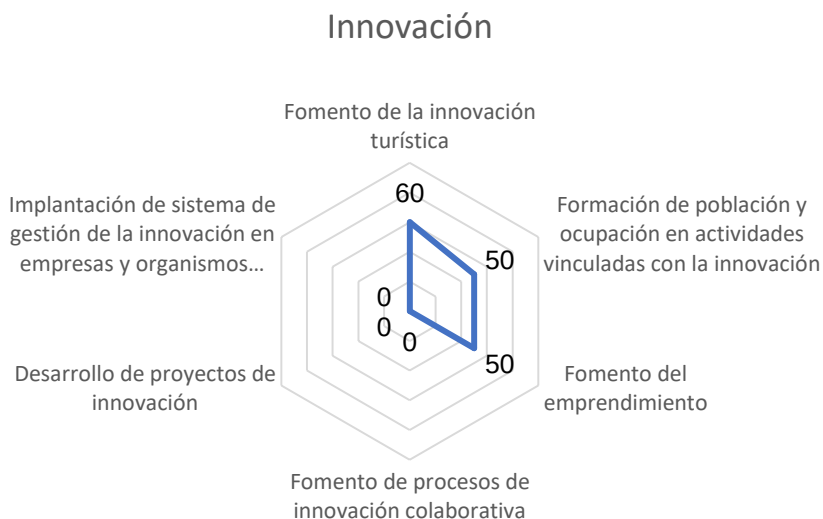
Tabla de indicadores del ámbito de Innovación

INN01	Fomento de la innovación turística
INN02	Implantación de sistema de gestión de la innovación en empresas y organismos públicos
INN03	Desarrollo de proyectos de innovación
INN04	Fomento de procesos de innovación colaborativa
INN05	Fomento del emprendimiento
INN06	Formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación

Alboraya obtiene un bajo resultado en el ámbito de la innovación con un 26,67%. Aunque otorga el premio 9 d'Octubre a las empresas innovadoras no tienen lugar foros de encuentro empresariales ni existe vivero de empresas. Tampoco cuenta con organizaciones que hayan obtenido certificaciones referidas a sistemas de innovación.

Sin embargo, Alboraya impulsa y acompaña el emprendimiento con cursos y formación como demuestra el crecimiento continuado del número de empresas en los últimos años, aunque no así el número de autónomos.

Gráfico de los resultados de los indicadores del ámbito de Innovación



Autodiagnóstico de indicadores

INN01 Fomento de la innovación turística	Puntuación	Resultado o No
Si el municipio dispone de un vivero de empresas	25%	No
Se hacen, al menos de forma bianual, concurso de ideas por parte del Ayto. / ente gestor	15%	No
Se premian, al menos de forma bianual, las empresas más innovadoras por parte del Ayto. / ente gestor	15%	Sí
Se ofrecen en el destino todos los años cursos de formación en relación con el turismo por entidades públicas o financiadas públicamente	15%	Sí
Se ofrece ayuda y asesoramiento a emprendedores a través de algún programa u organismo	30%	Sí

Evaluación:

El Ayuntamiento del destino concede el premio 9 d'Octubre a las empresas innovadoras, se ofrecen anualmente cursos de formación para el sector turístico y existe un Punto de Atención al Emprendedor (PAE) que integra proyectos turísticos.

https://www.elperiodic.com/alboraya/alboraya-conmemora-octubre-entrega-premios-destacados_643653

<https://labora.gva.es/es/ciudadania/busque-formacio/general>

<http://www.ayuda-emprendedores.es/valencia/alboraya>

INN02 Implantación de sistema de gestión de la innovación en empresas y organismos públicos	Puntuación	Resultado o
Si hay, al menos, 2 empresas y organismos con sistemas de certificación de gestión de innovación suma el 100%, si no 0%	100%	No

Evaluación:

No existe un número considerable de empresas u organismos certificados en gestión de innovación en el destino.

INN03 Desarrollo de proyectos de innovación	Puntuación	Resultado o
Si el municipio participa en la actualidad en, al menos, 2 proyectos de innovación suma el 100%, si no 0%	100%	No

Evaluación:

El destino no participa en el desarrollo de proyectos de innovación en la actualidad.

INN04 Fomento de procesos de innovación colaborativa	Puntuación	Resultado
Se llevan a cabo en el destino encuentros entre empresarios, instituciones, centros de investigación / universidades y/o distintas áreas municipales, al menos, una vez al año con finalidad innovadora	50%	No
Se llevan a cabo en el destino eventos que puedan fomentar la innovación en turismo abiertos a distintos tipos de público, al menos, una vez al año	50%	No

Evaluación:

El destino no planifica eventos dirigidos a impulsar la innovación turística y la colaboración público-privada.

INN05 Fomento del emprendimiento	Puntuación	Resultado
Si hay un porcentaje significativo de emprendedores suma el 50 %. Debe haber un 10% de empresarios sobre la población activa en el último trimestre disponible	50%	No
Creación estable de empresas en los últimos 3 años	50%	Sí

Evaluación:

Este indicador consigue esta valoración ya que la creación de empresas se ha mantenido estable en los últimos 3 años: 2017 (952), 2018 (960), 2019 (970).

INN06 Formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación	Puntuación	Resultado
Hay un elevado nivel de formación de la población local: El 20% o más de la población adulta cuenta con estudios universitarios: suma el 50% del indicador, si no 0%	50%	Sí
Elevado porcentaje de personas trabajando en actividades creativas: suma un 25%, si no 0%	25%	No
Elevado porcentaje de personas trabajando en actividades de media y alta tecnología e I+D: suma el restante 25%, si no 0%	25%	No

Evaluación:

Dentro de este indicador, el 27,7% de la población de Alboraya cuenta con estudios universitarios, pero no se han obtenido datos para indicar qué porcentaje pertenece a actividades creativas o tecnológicas.

http://www.argos.gva.es/bdmun/pls/argos_mun/DMEDB_MUNDATOSINDICADORES.DibujaPagina?aNmunId=46013&aNIndicador=2&aVLengua=C

3.5 Conectividad

El ámbito de la conectividad se enfoca en la posibilidad de acceder a internet mediante red Wi-Fi en el destino, bien sea en sus empresas y servicios públicos o en los principales puntos de interés turístico. La conexión a internet en el destino debe ser de calidad en términos de velocidad.

Se incorpora también un indicador relativo a la instalación de sensores en el destino con diferentes objetivos como control energético, control de aforos, movilidad, etc.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Conectividad

CO01	Conectividad de calidad a la red de las empresas turísticas del destino con latencia
CO02	Conectividad en oficinas de información turística
CO03	Conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos
CO04	Wi-Fi de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios
CO05	Sensorización del destino

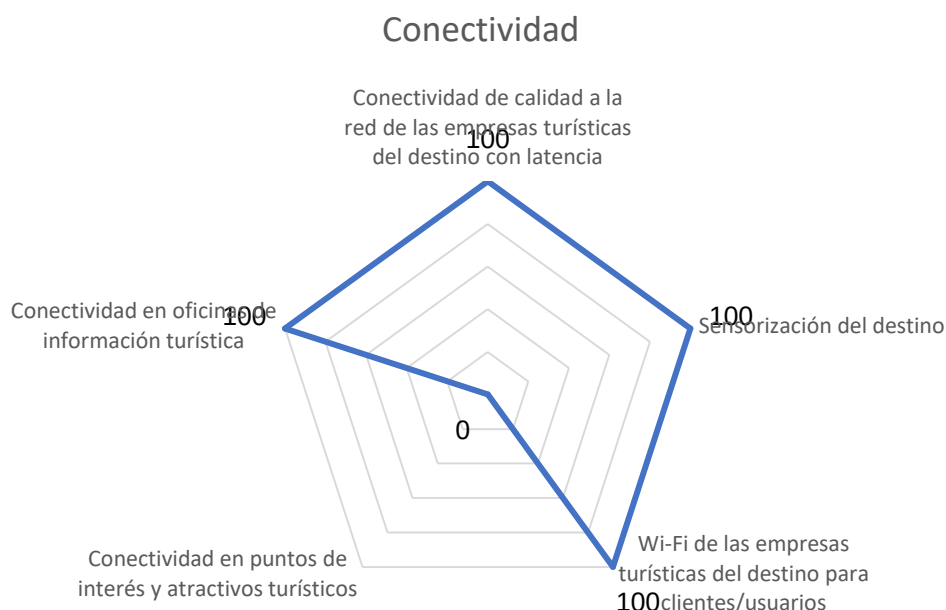
El resultado del ámbito de conectividad ha sido el más alto de Alboraya con un 80%. El destino obtiene la máxima puntuación en la calidad de la conexión a Internet, la conectividad en las oficinas de información y en las empresas turísticas locales.

Aunque la sensorización de Alboraya logra el máximo valor de acuerdo con el modelo DTI-CV, debería incrementar las tipologías de ámbitos donde se encuentran, por ejemplo, en lo referido a la obtención de información del comportamiento de los turistas.

El principal problema dentro de la conectividad es la ausencia de puntos de interés, recursos y atractivos turísticos que no poseen conexión WiFi.



Gráfico de resultados de indicadores del ámbito de Conectividad



Autodiagnóstico de indicadores

CO01 Conectividad de calidad a la red de las empresas turísticas del destino con latencia	Puntuación	Resultado
El municipio dispone de una conectividad elevada con una cobertura del 75% o más de 2 Mbps suma el 50%	50%	Sí
El municipio dispone de una conectividad elevada del 75% o más de 10 Mbps suma el otro 50%	50%	Sí

Evaluación:

El 94% del destino dispone de cobertura con conectividad superior a 30 Mbps.

<https://avancedigital.mineco.gob.es/banda-ancha/cobertura/Paginas/informacion-cobertura.aspx>

CO02 Conectividad en oficinas de información turística	Puntuación	Resultado
Todas las oficinas de turismo disponen de wifi gratuito para el turista es el 100%, si no 0%	100%	Sí

Evaluación:

La oficina de información turística dispone de un servicio de wifi gratuito para los turistas que la visitan.

CO03 Conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos	Puntuación	Resultado
Si tienen 3 puntos de interés con wifi suma el 100%, si no 0%	100%	No

Evaluación:

Aunque existen instalaciones y edificios públicos con conexión WiFi, el destino no cuenta con el mínimo de puntos de interés con conectividad WiFi requerido.

CO04 Wifi de las empresas turísticas del destino para clientes y usuarios	Puntuación	Resultado
La mayoría de las empresas de alojamiento (70%) cuentan con conexión a internet gratuita para sus clientes	50%	Sí
La mayoría de las empresas de restauración (70%) cuenta con conexión a internet gratuita para sus clientes	50%	Sí

Evaluación:

Este indicador se cumple en su totalidad ya que la mayoría de las empresas de alojamiento y restauración de Alboraya cuentan con conexión a internet gratuita para sus clientes.

CO05 Sensorización del destino	Puntuación	Resultado
Si el destino cuenta con algún tipo de sensores para la mejora de su gestión en varios ámbitos (al menos en 2 ámbitos)	100%	Sí

Evaluación:

El destino dispone de sensores de suministro eléctrico y recogida de residuos.

3.6 Inteligencia

El ámbito de inteligencia persigue que el destino establezca una red de fuentes de información que se traduzca en conocimiento para la toma de decisiones adecuada en la gestión turística que facilite la captación, satisfacción y fidelización de los turistas.

Estas fuentes de información alcanzan a la demanda turística en caracterización y comportamiento, la oferta empresarial turística en lo referente a coyuntura turística actual y futura, la analítica de la web turismo y perfiles de redes sociales o la monitorización de puntos de interés turístico.

El objetivo último es la gestión integrada de todos los datos en una plataforma conjunta de gestión donde los datos sean públicos y compartidos con el sector.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Inteligencia

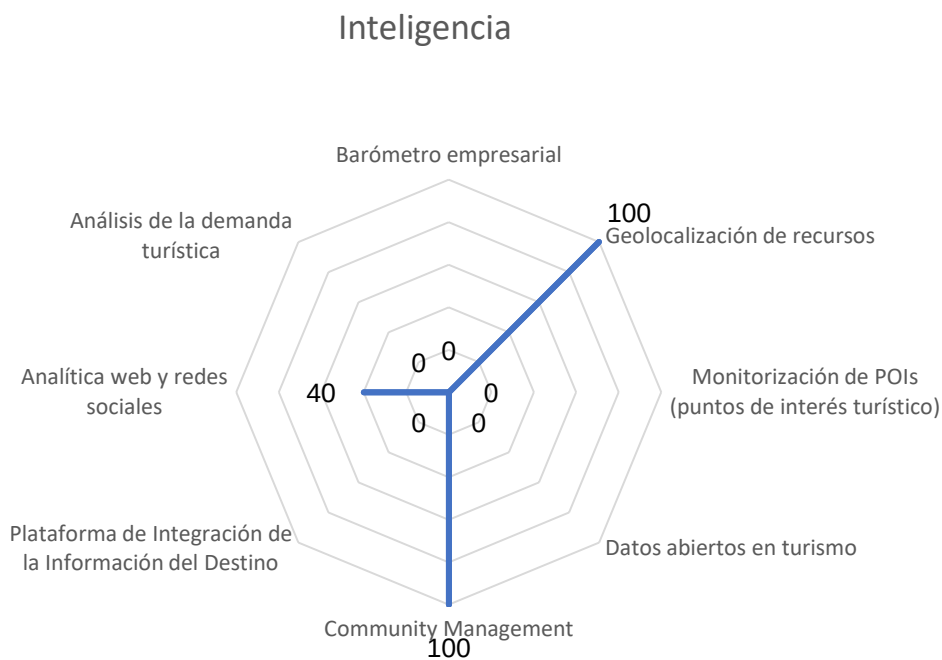
IT01	Análisis de la demanda turística
IT02	Barómetro empresarial
IT03	Analítica web y redes sociales
IT04	Plataforma de Integración de la Información del Destino
IT05	Community Management
IT06	Datos abiertos en turismo
IT07	Monitorización de POIs (puntos de interés turístico)
IT08	Geolocalización de recursos

El ámbito de inteligencia de Alboraya logra un bajo resultado con un 30%. Aunque el destino tiene los atractivos y empresas turísticas geolocalizadas y dispone de departamento especializado de comunicación para la gestión de redes sociales requiere incorporar prácticas que aporten información (y conocimiento) a la Comisión interdepartamental para la gobernanza del destino.

En concreto, Alboraya debería llevar a cabo encuestas a la demanda turística y a la oferta empresarial, realizar análisis de las métricas de la web y las redes sociales, monitorizar los puntos de interés turísticos más relevantes como las playas y su integración en una plataforma única.



Gráfico de resultados de indicadores del ámbito de Inteligencia



Autodiagnóstico de indicadores

IT01 Análisis de la demanda turística	Puntuación	Resultado
Contar con procesos de encuestación a la demanda turística	75%	No
Si, además, esta información se publica en la web municipal	25%	No

Evaluación:

El destino no realiza encuestación específica a la demanda turística, aunque realiza cuestionarios de satisfacción en playas y oficina de información turística.

IT02 Barómetro empresarial	Puntuación	Resultado
Existencia de un barómetro empresarial (100%) o bien la existencia de encuestas de confianza/ ocupación (50%)	Encuestas: 50% Barómetro: 100%	No

Evaluación:

En el destino no existe un barómetro o encuestas de confianza u ocupación para el conjunto del empresariado local del sector turístico.

IT03 Analítica web y redes sociales	Puntuación	Resultado
Si existe un informe anual de las visitas y uso de la web turística municipal	40%	Sí
Si existe un informe anual de las redes sociales del destino	40%	No
Si existe disponibilidad de, al menos, uno de esos informes en la web municipal	20%	No

Evaluación:

Se realiza un informe anual de visitas y uso de la web turística municipal a través de Google Analytics. No obstante, no se realiza este análisis para las redes sociales del destino ni el informe está publicado online.

IT04 Plataforma de integración de la información del destino	Puntuación	Resultado
Existencia de una plataforma de integración de la información del destino	100%	No

Evaluación:

Alboraya no dispone de una plataforma que integre datos y fuentes de información para la gestión del destino.

IT05 Community Management o Analítica redes sociales	Puntuación	Resultado
Existencia de personal cualificado o empresa externa que dinamice las redes sociales	25%	Sí
Existencia de personal cualificado o empresa externa que realice un seguimiento de la actividad en redes sociales y las implicaciones para la gestión y marketing del destino	75%	Sí

Evaluación:

El destino dispone de un departamento de comunicación que cuenta con personal cualificado responsable de dinamizar las redes sociales y realizar un seguimiento de la actividad y sus implicaciones para la gestión y el marketing del destino.

IT06 Datos abiertos en Turismo	Puntuación	Resultado
Existencia de un portal municipal de datos abiertos del destino	60%	No
Si además existen conjuntos de datos abiertos en turismo	40%	No

Evaluación:

No se dispone de un portal municipal de datos abiertos en el destino.

IT07 Monitorización de POIs (puntos de interés turístico)	Puntuación	Resultado
Si se monitoriza un número relevante de POIs otorga el 100%	100%	No

Evaluación:

No se realiza una monitorización de visitantes de los puntos de interés turístico relevantes del destino.

IT08 Geolocalización de recursos	Puntuación	Resultado
Existencia de recursos geolocalizados con herramientas como Google My Business u otras similares	100%	Sí

Evaluación:

Los recursos turísticos del destino están geolocalizados mediante herramientas como, por ejemplo, Google Maps y Google My Business.

3.7 Información turística

El ámbito de información turística tiene por objetivo actuar sobre las diferentes etapas del viaje del turista, desde la inspiración y planificación hasta su ejecución y fase posterior de recuerdo o valoración.

En este sentido, las actuaciones influyen, fundamentalmente, en el canal online en actividades como una web turística accesible y responsive, los perfiles de redes sociales, la información en soporte digital sobre atractivos, empresas certificadas o conectividad WiFi o asistente virtual, una aplicación móvil o señalética sensorizada que ofrezca información a los turistas por su geolocalización.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Información turística

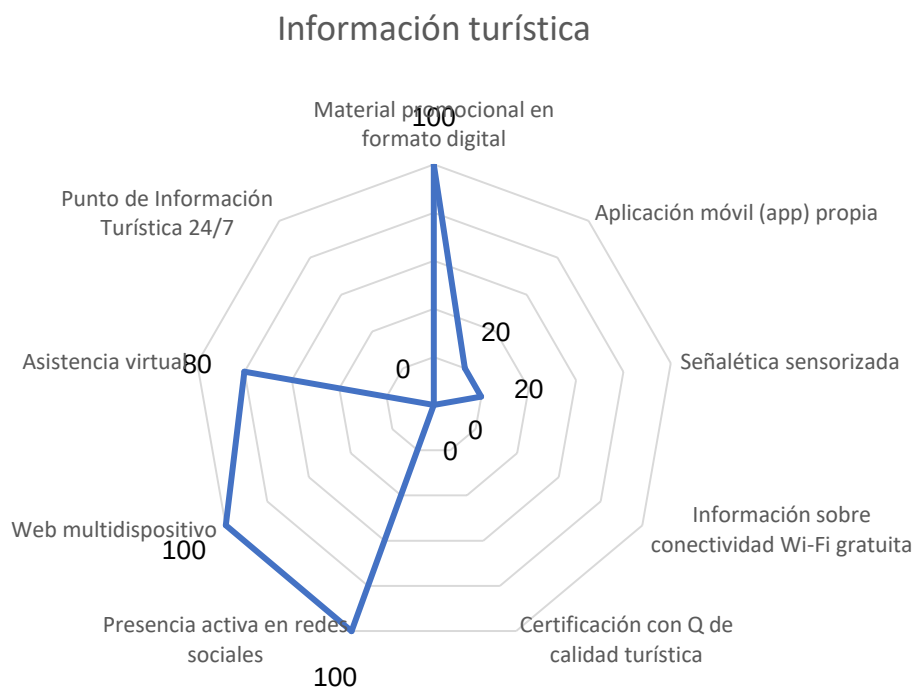
INF01	Material promocional en formato digital
INF02	Punto de Información Turística 24/7
INF03	Asistencia virtual
INF04	Web multidispositivo
INF05	Presencia activa en redes sociales
INF06	Certificación con Q de calidad turística
INF07	Información sobre conectividad Wi-Fi gratuita
INF08	Señalética sensorizada
INF09	Aplicación móvil (app) propia

En información turística, Alboraya obtiene un resultado de 46,47%. El destino dispone de todo el material promocional en formato digital y accesible en la web turística, la cual se adapta a los diferentes dispositivos, actúa de manera activa en redes sociales y presta asistencia por Whatsapp.

Sin embargo, Alboraya no cuenta con un punto de información 24/7, pero si dispone de dos oficinas de información turística certificada con Q de calidad turística y con conexión WiFi gratuita puesta en su entorno. Alboraya dispone de una aplicación móvil municipal pero que no aporta interés y funcionalidades adicionales a los turistas. También incorpora códigos QR en la señalética pero no otros sensores como beacons o NFC.



Gráfico de resultados de indicadores del ámbito de Información turística



Autodiagnóstico de indicadores

INF01 Material promocional en formato digital	Puntuación	Resultado
Si existe una zona de descarga en la web oficial	50%	Sí
Si existe una guía turística en diferentes idiomas	30%	Sí
Si existen mapas o destinos folletos temáticos	20%	Sí

Evaluación:

El destino dispone de una zona de descarga de folletos en la web oficial, una guía turística en diferentes idiomas y mapas o distintos folletos temáticos.

<https://www.alboraya.es/es/page/folletos-turisticos-fullets-turisticics>

.

INF02 Punto de información turística 24/7	Puntuación	Resultado
Si existe un punto de información 24/7 en la oficina de turismo u otra información es el 100%	100%	No

Evaluación:

No se dispone de un servicio de información 24/7 en el destino.

INF03 Asistencia virtual	Puntuación	Resultado
Existencia de perfil de WhatsApp	50%	Sí
Existencia de perfil en Skype	30%	No
Si existen otras herramientas con las que se desarrollen estas tareas	20%	No

El destino dispone de perfil de Whatsapp para atención, aunque no de Skype u otras herramientas

INF04 Web multidispositivo	Puntuación	Resultado
Existencia de una web multidispositivo (responsive)	100%	Sí

Evaluación:

El destino dispone de una web oficial responsive.

INF05 Presencia activa en Redes Sociales	Puntuación	Resultado
Porcentaje en función de redes sociales activas dividido entre las redes sociales totales multiplicado por 100	100%	100%

Evaluación:

El destino es activo en promoción turística en los 5 perfiles que posee en redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube y Flickr.

INF06 Certificación con Q de calidad turística	Puntuación	Resultado
Si existe oficina de turismo con Q de calidad 100%	100%	No

Evaluación:

La oficina de información turística está en proceso, pero aún no cuenta con la certificación Q.

INF07 Información sobre conectividad WI-FI gratuita	Puntuación	Resultado
Si existe información online sobre las opciones de conectividad de wifi gratuito en el municipio	75%	No
Si existen información geolocalizada sobre conectividad wifi	25%	No

Evaluación:

No existe información online sobre las opciones de conectividad mediante WiFi gratuita en el destino y, por tanto, tampoco existe información geolocalizada sobre su ubicación.

INF08 Señalética sensorizada	Puntuación	Resultado
Si existen QR en la señalización turística	20%	Sí
Si existe señalización turística con beacons, NFC o similar	80%	No

Evaluación:

La señalética del destino dispone de códigos QR pero no de tecnología con beacons, NFC o similar.

INF09 Aplicación móvil propia	Puntuación	Resultado
Si existe una app móvil	20%	Sí
Si existe una app móvil con valor añadido para el turista	40%	No
Si existe una app móvil con valor añadido para el turismo	40%	No

Evaluación:

El destino dispone de la app Ajuntament d'Alboraya donde se replica el contenido de la web pero carece de valor añadido para los turistas y tampoco dispone de valor añadido para el sector turístico.

<https://www.alboraya.es/es/page-transparencia/aplicaciones-moviles>

3.8 Marketing online

El modelo DTI-CV prioriza las actuaciones de marketing online de acuerdo con el comportamiento actual del turista. El plan de marketing online de un destino se integra dentro de un plan más amplio de marketing (online y offline) del destino que se traduce en planes operativos anuales. Este plan de marketing se establece, fundamentalmente, a partir del Plan Estratégico de Turismo del destino.

El ámbito de marketing online incluye aspectos relativos a la gestión de redes sociales, posicionamiento SEO y SEM, CRM, publicidad online y comercialización y cómo deben integrar en un plan de marketing online.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Marketing online

MO01	Monitorización de marca
MO02	Social Media Plan
MO03	Posicionamiento y acciones SEO
MO04	Inversión en publicidad online - SEM
MO05	Estrategia CRM y de e-mail marketing
MO06	Plan de marketing online
MO07	Inversión en publicidad en medios sociales
MO08	Comercialización en web DTI

En el ámbito de marketing online Alboraya ha obtenido un 15,63%, lo que supone un bajo resultado. El destino utiliza Google Analytics para la analítica online pero no se fijan objetivos ni se elaboran informes a partir de esta evaluación.

Dispone de una web turística y aparece en primera posición cuando se realizan búsquedas en Google, pero no cuenta con un Plan de marketing online donde se incluyan un plan de comunicación de redes sociales, inversión en SEM o medios sociales, no se dispone de CRM y tampoco se comercializa la oferta turística de Alboraya. Todos estos factores son fundamentales considerando la actual cadena valor turística y el comportamiento del viajero.



Gráfico de resultados de indicadores del ámbito de Marketing online



Autodiagnóstico de indicadores

MO01 Monitorización de marca	Puntuación	Resultado
Si hacen uso habitual de analítica web, al menos, de una vez al mes	50%	Sí
Elaboración de un informe de seguimiento y posición de la marca con propuesta de mejoras a partir del análisis al menos cada año	50%	No

El destino realiza el seguimiento de analítica web de manera mensual mediante Google Analytics, sin embargo, no existe un informe de seguimiento y posición de la marca con el objetivo de aplicación de mejoras.

MO02 Social media plan	Puntuación	Resultado
Si existe un social media plan se suma el 50%	50%	No
Si se aplica el plan actualmente suma otro 50%	50%	No

Evaluación:

El destino carece de un plan de medios sociales y, por tanto, de su aplicación.

MO03 Posicionamiento y acciones SEO	Puntuación	Resultado
El destino dispone de web oficial de turismo	30%	Sí
La web aparece entre los 5 primeros resultados en google cuando se busca el nombre de la localidad y el nombre + turismo / visitar	20%	Sí
El dominio URL de la web tiene el nombre del destino	10%	Sí
La web está adaptada para dispositivos móviles	15%	Sí
Se sube contenido nuevo a la web cada semana	15%	No
En los perfiles de redes sociales está el link de la web	10%	No

Evaluación:

El destino dispone de web oficial de turismo situada entre los cinco primeros resultados en Google, incorpora el nombre del destino en su URL y se encuentra adaptada para dispositivos móviles. Sin embargo, no se realizan actualizaciones cada semana y no incorpora el link en los perfiles de redes sociales.

MO04 Inversión en publicidad online - SEM	Puntuación	Resultado
Si ha invertido en SEM en el último año	25%	No
Si se ha medido de algún modo el retorno / impacto del SEM	25%	No
Si se ha invertido en publicidad online durante el último año	25%	No
Si se ha medido de algún modo el retorno / impacto de la publicidad online	25%	No

Evaluación:

El destino no ha invertido en SEM ni en redes sociales.

MO05 Estrategia CRM y de e-mail marketing	Puntuación	Resultado
La web del destino posibilita suscribirse a la newsletter	60%	No
Se ofrece, al menos, trimestralmente a los suscriptores alguna oferta, descuento o promoción por mail	40%	No

Evaluación:

La web del destino no permite suscribirse a una newsletter y, en consecuencia, no genera base de datos.

MO06 Plan de marketing online	Puntuación	Resultado
La existencia de un plan de marketing general	25%	No
Existencia de un plan de marketing online específico	25%	No
Aplicación del plan que se está llevando a cabo actualmente	25%	No
El plan de marketing online establece algún tipo de colaboración con empresas del destino	25%	No

Evaluación:

El destino carece plan de marketing online aunque está trabajando en su elaboración en la actualidad.

MO07 Inversión en publicidad en medios sociales	Puntuación	Resultado
Se ha hecho uso de alguna campaña de pago para promocionarse en algún medio social durante los últimos 6 meses	50%	No
Se mide el retorno o impacto de las campañas de publicidad en medios sociales	50%	No

Evaluación:

El destino no ha invertido en publicidad o campañas en redes sociales.

MO08 Comercialización en Web DTI	Puntuación	Resultado
Si la web permite la reserva directa de alojamiento a través de motor de reservas	50%	No
La web permite la reserva directa de actividades para experiencias a través del motor de reservas	50%	No

Evaluación:

La web oficial no permite la reserva directa de alojamiento ni experiencias turísticas en el destino.

3.9 Evolución de la actividad turística

El ámbito de la evolución de la actividad turística muestra la mejora del sector dentro de Alboraya con motivo de la implantación del modelo DTI-CV. Es necesario que el destino articule herramientas para obtener información sobre la evolución de la implantación.

En concreto, este ámbito se centra en la satisfacción de los turistas, el grado de ocupación de los alojamientos y el gasto turístico y su impacto en la estacionalidad y el empleo del destino.

A continuación, se incluyen los indicadores analizados en este ámbito dentro del autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya.

Tabla de indicadores del ámbito de Evolución de la actividad turística

EVOL01	Grado de satisfacción de la demanda turística
EVOL02	Evolución de la ocupación de los alojamientos turísticos
EVOL03	Evolución del gasto turístico
EVOL04	Estacionalidad de la demanda
EVOL05	Paro registrado en el sector servicios

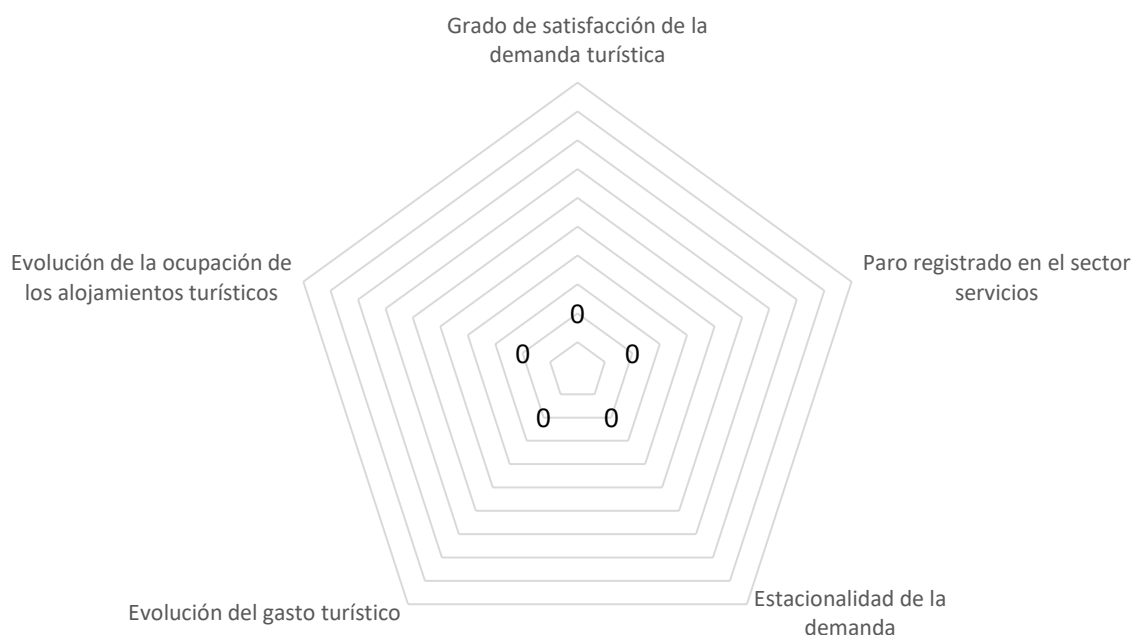
La evolución de la actividad turística es el ámbito donde Alboraya ha obtenido la puntuación más baja siendo un 0%.

La ausencia de investigación por parte del destino de la ocupación, gasto y satisfacción no permite conocer la evolución de los indicadores. En el caso del empleo, aunque Alboraya dispone de la información, la pandemia COVID-19 ha causado que, en los años de análisis, el número de personas desempleadas haya aumentado por lo que el resultado ha sido negativo.



Gráfico de resultados de indicadores del ámbito de Evolución de la actividad turística

Evolución turística



Autodiagnóstico de indicadores

EVOL01 Grado de satisfacción de la demanda turística	Puntuación	Resultado
Para obtener el 100%, el % de satisfacción global debe de ser del 80%	100%	No

Evaluación:

No se dispone de encuestas específicas sobre la satisfacción del destino, solo parcialmente sobre playas y la oficina de información turística.

EVOL02 Evolución de la ocupación de los alojamientos turísticos	Puntuación	Resultado
El valor máximo 100% se obtiene cuando la tasa de variación interanual de los alojamientos turísticos sea positiva	100%	No

Evaluación:

El destino no dispone de datos particularizados.

EVOL03 Evolución del gasto turístico	Puntuación	Resultado
El valor máximo 100% se obtiene cuando las tasas de variación interanual del gasto turístico por persona / día en el destino sea positiva	100%	No

Evaluación:

El destino no dispone de datos particularizados.

EVOL04 Estacionalidad de la demanda	Puntuación	Resultado
El valor máximo del indicador 100% se obtendrá cuando el tercer trimestre del año presente una tasa de variación negativa respecto al año anterior	100%	No

Evaluación:

El destino no dispone de datos particularizados.

EVOL05 Paro registrado en el sector servicios	Puntuación	Resultado
La evolución de cada mes representa un 50% del indicador. Si el número de parados en el sector servicios desciende con respecto al año anterior en el mes de febrero supone un 50% del indicador y si, además, lo hace en el mes de agosto, se suma otro 50%	Febrero: 50% Agosto: 50%	No

Evaluación:

En Alboraya el paro registrado ha aumentado entre febrero 2020 (909) y febrero 2021 (1130) así como entre agosto 2019 (904) y agosto 2020 (1074).

<https://sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/estadisticas/datos-estadisticos/municipios.html>

.

3.10 Conclusiones del Autodiagnóstico

Una vez evaluados los ámbitos e indicadores del modelo DTI-CV en Alboraya se incluyen, a modo de resumen, las principales fortalezas y debilidades por ámbito del destino.

Fortalezas	Debilidades
Gobernanza	
Plan Estratégico de Turismo Comisión interdepartamental Campaña de sensibilización	Implantación SICTED Análisis del retorno de las actuaciones Colaboración público-privada
Sostenibilidad	
Plan de urbanismo y movilidad Campañas de sensibilización Gestión eficiente de energía y abastecimiento	Sistema de indicadores Reutilización del agua depurada Empresas con certificaciones ambientales
Accesibilidad	
Servicio de información turística Recursos y atractivos turísticos accesibles	Web de turismo Inventario de recursos y atractivos accesibles Promoción de turismo accesible
Innovación	
Participación en proyectos de innovación Encuentros empresariales	Formación y asesoramiento a emprendedores Creación de empresas Certificación de sistemas de innovación
Conectividad	
Calidad de conexión a internet Empresas e información turística con acceso a internet Sensorización	Conexión a internet en puntos de interés turístico
Inteligencia	
Community management Analítica web	Análisis de demanda Barómetro empresarial Plataforma de integración Datos abiertos de turismo Monitorización de puntos de interés turístico
Información turística	
Asistencia virtual Información digitalizada Señalética sensorizada	Presencia en redes sociales Aplicación móvil del destino
Marketing online	
Analítica web Posicionamiento SEO	Social Media Plan Posicionamiento SEM Publicidad en soportes digitales Estrategia CRM Comercialización online
Evolución de la actividad turística	
	Satisfacción de los turistas Nivel de ocupación del alojamiento Gasto turístico Estacionalidad de la demanda Paro registrado

El autodiagnóstico DTI-CV de Alboraya muestra una situación inicial de implantación donde el resultado del ámbito de la gobernanza muestra el compromiso del destino con el modelo de INVAT·TUR. La gobernanza junto a la sostenibilidad y la conectividad son los tres ámbitos que superan el 50%. Dentro de la gobernanza, Alboraya deberá consolidar la Comisión interdepartamental y comenzar con la implantación del Plan Estratégico de Turismo y del Plan Operativo.

La sostenibilidad y la conectividad son dimensiones cruciales en el modelo DTI-CV y en la actual coyuntura turística del siglo XXI. Esto significa que, aunque Alboraya haya obtenido un resultado más alto en estos ámbitos, debe incorporar nuevas medidas y elementos en un proceso de mejora continua.

En el caso de la sostenibilidad debería continuar con medidas de eficiencia energética e implantar soluciones de reutilización de agua, impulsar la certificación de sistemas ambientales y definir un sistema de indicadores.

En el caso de la conectividad se trata de arrancar un proceso de aumento del conocimiento de la oferta y la demanda y de la evolución de la actividad turística que se traduzca en inteligencia del destino para su gobernanza y la definición de una estrategia de marketing online que consiga atraer y fidelizar visitantes.

De hecho, la ausencia de actuaciones en los ámbitos de marketing online debe comenzar a solucionarse con la elaboración de planes de marketing de destino que incorporen un área de marketing online y todas las herramientas que conlleva como SEO, SEM, CRM, redes sociales, web responsive y accesible o comercialización online.

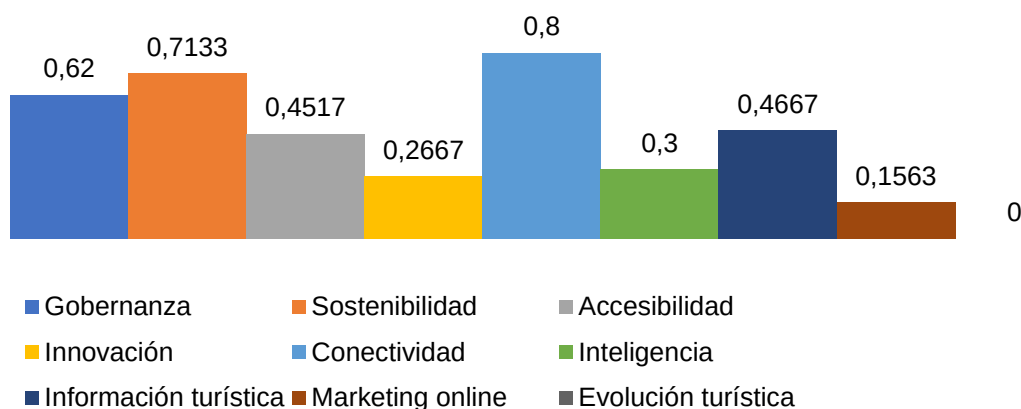
Al igual que en estos ámbitos, Alboraya ha logrado un resultado mejorable en la accesibilidad, la innovación y la información turística, ámbitos que, dentro de la implantación del modelo DTI-CV, pueden evolucionar y enriquecer el producto turístico y, en general, el destino.

En el ámbito de accesibilidad es recomendable que Alboraya identifique los recursos, atractivos y empresas accesibles y los promocióne.

Respecto a la innovación, la prioridad debería dirigirse de Alboraya a involucrarse en proyectos de innovación relacionados con la gestión turística o con sus principales productos turísticos de huerta, horchata o playa e impulsar, de manera general, un ecosistema turístico innovador.

Por último, en el ámbito de información turística Alboraya debería incorporar herramientas adicionales de informar al turista con carácter previo al viaje o durante su estancia en el destino. Junto a la mensajería instantánea actual pueden implantarse soluciones de asistentes virtuales, aplicaciones móviles o señales sensorizadas.

Gráfico resumen de los resultados de los ámbitos DTI-CV de Alboraya





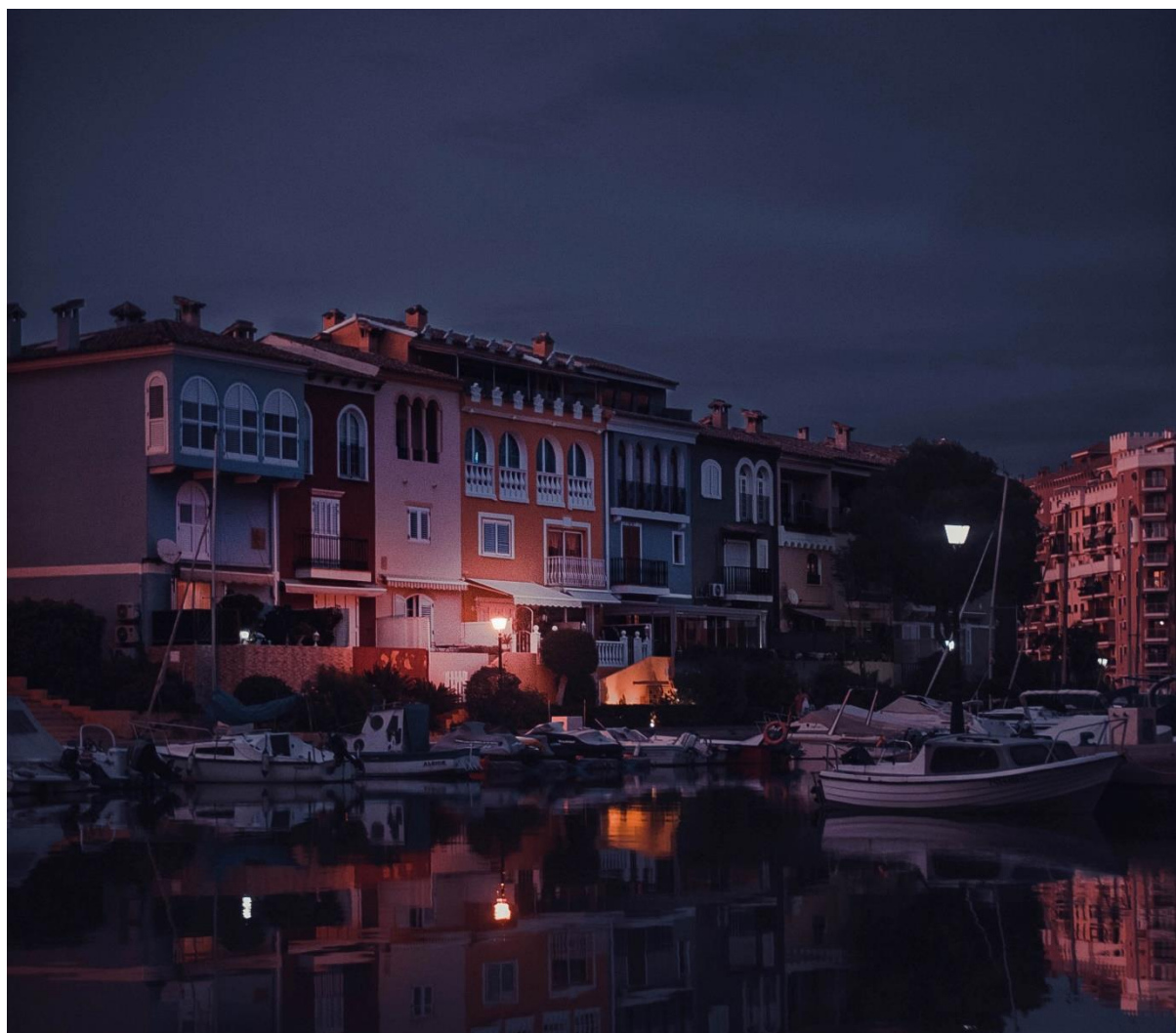
4. Plan Director DTI-CV de Alboraya

El Plan Director DTI-CV de Alboraya incluye las actuaciones prioritarias en las que debe enfocar sus esfuerzos para avanzar en la implantación del modelo Destino Turístico Inteligente desarrollado por INVAT·TUR.

Estas actuaciones se han definido a partir de:

- ✓ Los resultados del autodiagnóstico del modelo DTI-CV donde se han identificado los ámbitos e indicadores que es necesario fortalecer y aquellos que deben mantenerse.
- ✓ El Plan Estratégico de Turismo de Alboraya elaborado en paralelo al Plan Director para aprovechar las sinergias en la ejecución de actuaciones y fijar objetivos comunes.

Como se ha mencionado anteriormente, estas actuaciones han sido definidas, contrastadas y validadas por la Comisión interdepartamental de Alboraya y los agentes turísticos del destino. Las actuaciones propuestas inciden sobre uno o varios ámbitos e indicadores del modelo DTI-CV por lo que se ha preferido no agruparlas por ámbitos.



A continuación, se incluye un listado con las actuaciones prioritarias propuestas:

1. **Fortalecimiento de la Comisión interdepartamental y conversión en Smart Office DTI**
2. **Definición y establecimiento de un sistema de control e indicadores**
3. **Adaptación de la web de turismo de Alboraya en materia de accesibilidad**
4. **Identificación de recursos, servicios y oferta accesibles de Alboraya**
5. **Formación a emprendedores en el sector turístico**
6. **Habilitar red WiFi en espacios de interés turístico de Alboraya**
7. **Investigación de la demanda turística, análisis de la web de turismo y redes sociales**
8. **Investigación de la oferta turística mediante barómetro empresarial o encuestas**
9. **Monitorizar puntos de interés turístico de Alboraya**
10. **Incorporar un asistente virtual a la web turística**
11. **Elaborar un Plan de Marketing Online con ejecución operativa anual**
12. **Comercialización online de la oferta y productos turísticos de Alboraya**

Para cada actuación se ha cumplimentado una ficha con los siguientes apartados:

- **Actuación:**

Nombre de la actuación.

- **Descripción:**

Explicación de la actuación propuesta.

- **Objetivos:**

Qué se pretende conseguir con esta actuación.

- **Ámbitos sobre los que impacta:**

Dentro de modelo DTI-CV, cuáles son los ámbitos sobre los que influye la actuación.

- **Agentes involucrados:**

Actores que deben intervenir en la ejecución de la actuación.

- **Presupuesto:**

Se ha dividido en bajo (de 0 a 3.000€), medio (de 3.001 a 15.000€) y alto (más de 15.000€).

- **Plazo de implantación:**

Aunque, prácticamente, todas las actuaciones deben mantenerse de manera permanente en el tiempo una vez puestas en marcha, se ha estimado un periodo de tiempo para su implantación.

4.1. Actuaciones del Plan Director DTI-CV

1. Fortalecimiento de la Comisión interdepartamental y conversión en Smart Office DTI

DESCRIPCIÓN
La Comisión interdepartamental del Ayuntamiento de Alboraya está compuesta por representantes de las áreas de Urbanismo y Movilidad, Medio Ambiente, Seguridad e Informática y están coordinados por el área de Turismo. La Comisión debería formalizar la convocatoria y frecuencia de reuniones y responsabilidades. A medio plazo, esta Comisión debe dirigirse hacia su funcionamiento como Smart Office DTI donde se pueda gestionar el destino a partir de la obtención de la máxima información posible y su análisis posterior en una plataforma conjunta. La Comisión debe identificar y sistematizar las fuentes de información, impulsar la digitalización de las fuentes y procesar y analizar los datos para su transformación en conocimiento.
OBJETIVOS
• Formalizar la gestión coordinada del destino • Distribuir las responsabilidades de gestión del destino • Analizar los datos del destino • Tomar decisiones de gestión a partir del conocimiento del destino
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Sostenibilidad • Inteligencia • Evolución turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Urbanismo y Movilidad, Medio Ambiente y Playas, Seguridad, Informática, Promoción Económica, Turismo, Organización y Calidad • Sector privado turístico
PRESUPUESTO
• Bajo
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 3 meses

2. Definición y establecimiento de un sistema de control e indicadores

DESCRIPCIÓN

La Comisión interdepartamental debe definir un sistema de indicadores que constituya un cuadro de indicadores para controlar y monitorizar la actividad turística de Alboraya con un enfoque transversal a los ámbitos del modelo DTI-CV. Entre otros podrían considerarse los siguientes indicadores:

1. % del presupuesto de turismo destinado a DTI-CV
2. Nº de actividades realizadas mediante colaboración público-privada
3. Nº de campañas de sensibilización realizadas sobre la actividad turística
4. Nº de empresas turísticas con sistemas de calidad implantados
5. Nº de rutas de transporte público
6. Nº de kilómetros de carrilbici
7. Volumen de residuos recogidos
8. % de variación anual del volumen de recogida selectiva de residuos
9. % de variación anual de consumo eléctrico
10. Nº de puntos de carga eléctrica de vehículos
11. Volumen de consumo de agua
12. % de variación anual del volumen de agua depurada
13. % de variación anual del volumen de agua reciclada
14. % de variación anual del volumen de pérdidas de agua
15. % de utilización de energía procedentes de fuentes renovables
16. Nº de campañas de sensibilización sobre sostenibilidad
17. Nº de empresas con sistemas de certificación ambiental
18. Nº de atractivos accesibles
19. Nº de cursos de emprendimiento
20. Nº de empresas y organizaciones con certificaciones en innovación
21. Nº de proyectos de innovación en los que participa el destino
22. Velocidad de conexión a internet
23. % de cobertura de internet en el destino
24. Nº de sensores instalados por tipología
25. % de empresas turísticas con WiFi por tipología
26. Nº de puntos de interés turístico con disponibilidad de WiFi
27. Volumen de turistas por origen de procedencia
28. Ocupación por tipología de alojamiento
29. Gasto medio
30. Estancia media
31. Satisfacción de los turistas con el destino
32. Empleo generado por el sector turístico
33. % de reservas en los próximos 3 meses
34. % de contribución del turismo al PIB del destino
35. Nº de informes de analítica web consultados
36. Nº de puntos de interés monitorizados
37. Nº de productos y rutas turísticas en soporte digital
38. Nº de posts en redes sociales por perfil
39. Nº de seguidores en redes sociales por perfil
40. Nº de comentarios en redes sociales por perfil
41. Nº de consultas realizadas en el canal online por tipología
42. Nº de campañas online realizadas por tipología
43. Nº de reservas realizadas en la Web

OBJETIVOS
• Identificar las fuentes de información del destino • Digitalizar el proceso de captación de datos • Establecer un proceso recurrente de captura de datos
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Sostenibilidad • Accesibilidad • Innovación • Conectividad • Inteligencia • Información turística • Marketing online • Evolución turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Urbanismo y Movilidad, Medio Ambiente y Playas, Seguridad, Informática, Promoción Económica, Turismo y Organización y Calidad • Sector privado turístico
PRESUPUESTO
• Medio
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 12 meses

3. Adaptación de la web de turismo de Alboraya en materia de accesibilidad

DESCRIPCIÓN
Alboraya debe continuar trabajando en la adaptación del portal web oficial de turismo al protocolo WAI (Web Accessible Initiative) para alcanzar, al menos, la certificación del nivel AA. La accesibilidad de la web de turismo supone que personas con algún tipo de discapacidad puedan utilizarla. Se precisa que el diseño de la web permita que estas personas puedan percibir, entender, navegar e interactuar con la plataforma y accedan a los contenidos. La accesibilidad web también busca eliminar barreras para otras personas de mayor edad con sus habilidades o actualizaciones reducidas con los años.
OBJETIVOS
• Posibilitar el acceso digital a personas con diferentes discapacidades
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Accesibilidad • Información turística • Marketing online
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Informática, Turismo y Organización y Calidad
PRESUPUESTO
• Medio
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 6 meses

4. Identificación de recursos, servicios y oferta accesibles de Alboraya

DESCRIPCIÓN
Es preciso formalizar y precisar los recursos y empresas turísticas de Alboraya que son accesibles identificando las tipologías de discapacidad o edad para las que son susceptibles de visita. En concreto, se recomienda centrarse en los atractivos y oferta turística relacionados con los productos prioritarios de Alboraya: Mar viva, Donde nace la Orxata, Alboraya Activa, Pura Huerta. En general, la accesibilidad de los atractivos y oferta turísticos engloba diferentes tipos de discapacidades, incluyendo problemas visuales, auditivos, físicos, cognitivos, neurológicos y del habla.
OBJETIVOS
• Posibilitar la visita de Alboraya a personas con diferentes discapacidades
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Accesibilidad • Información turística • Marketing online
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Urbanismo y Movilidad, Organización y Calidad • Sector privado
PRESUPUESTO
• Medio
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 6 meses

5. Formación a emprendedores en el sector turístico

DESCRIPCIÓN
El aumento del empleo en Alboraya puede impulsarse mediante la creación de empresas y alta de autónomos que ofrezcan servicios, productos y soluciones turísticas. La posibilidad de éxito de estos emprendimientos se incrementa con la utilización herramientas metodológicas de formación y asesoramiento en las diferentes áreas y fases del plan de negocio. Además, esta actuación puede impulsar la innovación en el sector turístico de Alboraya para responder a una doble necesidad: adaptar los productos y servicios a las tendencias actuales de la demanda (digitalización, sostenibilidad, etc.) e incorporar los cambios disruptivos en tecnología a la actividad turística (información, promoción, comercialización, etc.). Se podrán poner en marcha programas de formación y mentorización de empresarios y emprendedores que además de trabajar en la estructuración de productos turísticos puedan incorporar soluciones tecnológicas, medioambientales o de accesibilidad que incrementen los niveles de prestación turística de estas empresas.
OBJETIVOS
Reducir el desempleo en Alboraya
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
- Innovación - Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
Áreas de Turismo, Promoción Económica, Organización y Calidad
PRESUPUESTO
Medio/ Alto
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
3 meses

6. Habilitar red WiFi en espacios de interés turístico de Alboraya

DESCRIPCIÓN
La utilización frecuente de internet en la sociedad se intensifica cuando las personas se encuentran de viaje. Este hábito de comportamiento requiere que el turista esté conectado mediante su propio contrato o mediante una red WiFi de terceros y gratuita. En este sentido, los turistas prefieren empresas, atractivos y espacios turísticos con cobertura y disponibilidad de WiFi. Se recomienda que Alboraya lleve a cabo la instalación de la tecnología necesaria para ofrecer accesibilidad WiFi en los principales espacios turísticos de Alboraya como las playas de La Patacona y Port Saplaya (incluyendo el puerto deportivo), los espacios de huertas y la oferta de espacios de museos y recursos visitables. Una vez ejecutada la implantación, se debe incorporar a la web de turismo la información de los puntos de interés turístico con disponibilidad WiFi en Alboraya y su correspondiente geolocalización.
OBJETIVOS
• Mejorar los equipamientos de los productos turísticos prioritarios de Alboraya • Aumentar la satisfacción de los turistas
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Conectividad • Información turística • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Urbanismo y Movilidad, Turismo, Medio Ambiente y Playas, Organización y Calidad
PRESUPUESTO
• Alto
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 12 meses

7. Investigación de la demanda turística, análisis de la web de turismo y redes sociales

DESCRIPCIÓN
El conocimiento de la demanda es básico para la gestión del destino: preferencias del turista, información, herramientas de promoción y comercialización, comportamiento en destino, adecuación de los productos y empresas turísticas a las necesidades de los visitantes, la satisfacción de los turistas, etc. Es necesario que Alboraya establezca un sistema de investigación de la demanda desde diferentes perspectivas y mediante diferentes herramientas como pueden ser realización de encuestas a turistas en principales puntos de interés turístico o lugares de acceso, encuestas online a través de la web de turismo o redes sociales, etc. El objetivo de estas encuestas es la caracterización de los visitantes como procedencia, medio de transporte, alojamiento elegido, estancia media, gasto medio, forma de viaje (familia, amigos, pareja, individual, etc.), motivaciones para visitar Alboraya, la satisfacción de los turistas con el destino en su totalidad y, de manera particularizada, con sus recursos principales, etc. Esta información puede complementarse con las conclusiones de la analítica web que proporciona Google Analytics, el estudio de los perfiles de las redes sociales (interacciones, comentarios, etc.) y la investigación de la reputación del destino en internet.
OBJETIVOS
• Conocer la demanda turística de Alboraya • Afinar las decisiones sobre desarrollo de producto, promoción y comercialización
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Inteligencia • Marketing online • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Organización y Calidad
PRESUPUESTO
• Medio/ Alto
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 12 meses

8. Investigación de la oferta turística mediante barómetro empresarial o encuestas

DESCRIPCIÓN
El conocimiento de la demanda debe tener como contrapartida el estudio de la oferta turística. Esta investigación puede llevarse a cabo mediante la implantación de un barómetro empresarial donde se obtengan datos anonimizados de la ocupación media, RevPar, ADR, reservas para los próximos meses, etc. La implantación de este barómetro puede llevarse a cabo mediante una herramienta digital. En caso de que el barómetro no pueda llegar a implantarse a causa de la recepción de la oferta pueden plantarse un escenario intermedio como la realización de encuestas mediante correo electrónico o formularios digitales de ocupación y expectativa para los próximos meses. Esta información puede complementarse con la contratación de herramientas de análisis de la ocupación y precios por tipología de alojamiento, reservas para los próximos meses y la investigación cualitativa de opiniones y valoraciones en plataformas de internet.
OBJETIVOS
• Conocer la coyuntura económica de la oferta turística (pasada, actual y futura) • Conocer la estacionalidad turística • Conocer la valoración de la oferta por los turistas
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Inteligencia • Marketing online • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Organización y Calidad • Sector privado
PRESUPUESTO
• Medio/ Alto
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 12 meses

9. Monitorizar puntos de interés turístico de Alboraya

DESCRIPCIÓN
La sostenibilidad es un pilar fundamental en la planificación turística y que tiene una fuerte presencia en el modelo DTI-CV. En este sentido, se requiere la monitorización de los principales recursos y atractivos turísticos de Alboraya para controlar la capacidad de carga, garantizar el cumplimiento de las medidas sanitarias y evitar la saturación de estos atractivos. Esta actuación puede realizarse en conjunto con la instalación y habilitación de redes WiFi en Alboraya puesto que pueden emplear mismas herramientas. Esta monitorización debería realizarse, por tanto, en los mismos espacios turísticos propuestos para las redes WiFi: las playas de La Patacona y Port Saplaya, la zona de huerta y principales recursos y espacios visitables. Al igual que en la actuación anterior, una vez puesta en marcha la monitorización, se puede incorporar información en tiempo real (en la web, aplicación móvil, etc.) de las monitorizaciones y capacidades carga de los espacios turísticos.
OBJETIVOS
• Controlar la capacidad de carga de los espacios turísticos • Evitar la saturación de los espacios turísticos • Mejorar la satisfacción de los turistas
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Sostenibilidad • Inteligencia • Conectividad • Información turística • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Organización y Calidad, Urbanismo y Movilidad, Medio Ambiente y Playas
PRESUPUESTO
• Alto
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 18 meses

10. Incorporar un asistente virtual a la web turística

DESCRIPCIÓN
El modelo DTI-CV presta especial atención a poder informar y resolver las consultas de los potenciales viajeros y actuales en cualquier momento y con la mayor rapidez. Con estas premisas se prescriben herramientas como la información mediante mensajería instantánea, asistentes virtuales o tótems digitales. Entre estas alternativas, no sustitutivas, y puesto que Alboraya dispone de atención mediante Whatsapp se recomienda comenzar por la implantación de un asistente virtual o chatbot que pueda responder las consultas e informar a cualquier hora del día (24/7) y con celeridad. El asistente virtual se basa en la tecnología chatbot o robot conversacional que integra tecnología de aprendizaje automático e inteligencia artificial. El asistente virtual es un programa que simula mantener una conversación con un turista al proporcionar respuestas automáticas a entradas hechas por el usuario de modo que éste puede llegar a tener la sensación en algún instante de estar hablando con una persona.
OBJETIVOS
• Prestar servicio 24/7 a los turistas que quieren visitar o visitan el destino
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Inteligencia • Información turística • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Organización y Calidad, Informática
PRESUPUESTO
• Alto
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 12 meses

11. Elaborar un Plan de Marketing Online con ejecución operativa anual

DESCRIPCIÓN
Los datos actuales sobre el comportamiento de los turistas durante las etapas en las que se divide un viaje, desde el momento de la inspiración hasta el regreso a su origen ponen de manifiesto la importancia del canal online. Por este motivo, el modelo DTI-CV hace hincapié en la necesidad de la elaboración de un Plan de Marketing Online que facilite al destino la estructuración de su estrategia de comunicación y comercialización en el canal digital. El Plan de Marketing Online es esencial para conocer a los turistas objetivo del destino, conseguir su visita, lograr fidelización, difundir y promocionar la marca y los productos turísticos de Alboraya. El Plan de Marketing Online se debería incluir dentro del Plan de Marketing Turístico global de Alboraya e incorporar, al menos, los siguientes ámbitos: • Posicionamiento SEO • Posicionamiento SEM • Campañas de publicidad online • Estrategia de fidelización e implantación de CRM • Planificación de redes sociales • Medición y análisis de la reputación del destino
OBJETIVOS
• Optimizar el posicionamiento online del destino • Mejorar la reputación de la marca Alboraya • Incrementar el número de turistas que visitan Alboraya
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Inteligencia • Información turística • Marketing online • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Organización y Calidad
PRESUPUESTO
• Medio
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 6 meses

12. Comercialización online de la oferta y productos turísticos de Alboraya

DESCRIPCIÓN
El modelo DTI-CV promueve la comercialización online de la oferta y productos turísticos de los destinos para reducir la dependencia de plataformas e intermediarios turísticos. Se recomienda que la implantación de herramientas y motores de reserva digitales que conlleva esta actuación se realice de manera paralela a la definición y desarrollo de producto turístico en clave de experiencia, es decir, adecuada a los requerimientos de la demanda actual. Las experiencias turísticas deben encontrar un equilibrio entre la vivencia de una actividad que el viajero considere personal y pueda hacer propia y las experiencias positivas vividas por otros viajeros que han servido para atraerle. Estos productos turísticos junto al alojamiento y otros servicios turísticos deberían ser incorporados a la plataforma de comercialización online de Alboraya.
OBJETIVOS
• Reducir la dependencia de la oferta del destino de intermediarios turísticos • Estructurar los productos turísticos y la oferta en clave de experiencia • Incrementar la satisfacción de los viajeros
ÁMBITOS SOBRE LOS QUE IMPACTA
• Gobernanza • Inteligencia • Información turística • Marketing online • Evolución de la actividad turística
AGENTES INVOLUCRADOS
• Áreas de Turismo, Organización y Calidad, Informática
PRESUPUESTO
• Medio
PLAZO DE IMPLANTACIÓN
• 18 meses

4.2. Cronograma del Plan Director DTI-CV

	Actuación	3 meses	6 meses	9 meses	12 meses	15 meses	18 meses
1	Fortalecimiento de la Comisión Interdepartamental y conversión en Smart Office DTI						
2	Definición y establecimiento de un sistema de control e indicadores						
3	Adaptación de la web de turismo de Alboraya en materia de accesibilidad						
4	Identificación de recursos, servicios y oferta accesibles de Alboraya						
5	Formación a emprendedores en el sector turístico						
6	Habilitar red Wifi en espacios de interés turístico de Alboraya						
7	Investigación de la demanda turística, análisis de la web de turismo y redes sociales						
8	Investigación de la oferta turística mediante barómetro empresarial o encuestas						
9	Monitorizar puntos de interés turístico de Alboraya						
10	Incorporar un asistente virtual a la web turística						
11	Elaborar un Plan de Marketing Online con ejecución operativa anual						
12	Comercialización online de la oferta y productos turísticos de Alboraya						