

INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO PARTICIPATIVO DEL PROYECTO PILOTO

**CALP DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE -DTI-**

**EDUSI REVITALIZA CALP**



"Una manera de hacer Europa"



**PROMUEVE: CONCEJALÍA DE TURISMO /  
DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA.**

**DESARROLLA: CONCEJALÍA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, TRANSPARENCIA Y  
ASOCIACIONES. CONCEJALÍA DE COMERCIO Y CREAMA.**



ESTRATEGIA DE DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE E INTEGRADO  
**EDUSI REVITALIZA CALP**  
**PLAN DIRECTOR CALPE DTI**

OT 2: "GARANTIZAR UN MEJOR USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN"  
LA 2: DESARROLLO Y DESPLIEGUE DE NUEVAS SOLUCIONES SMART CITY E INTEGRACIÓN DE ÉSTAS Y LAS YA EXISTENTES



**CALPE**

**DESTINO  
TURÍSTICO  
INTELIGENTE**

## ÍNDICE

1. Antecedentes.
2. Sobre la Necesidad de Participar.
3. Carácter del Proyecto.
4. Actividades Desarrolladas y Principales Resultados.
  1. Material a disposición del público y encuesta *online* abierta al conjunto de la ciudadanía.
  2. Recogida de cuestionarios en formato papel (sito en la Concejalía de Turismo: Plaça del Mosquit y Planta Baja del Ayuntamiento, en Av. de Ifach).
  3. Apertura de dos correos electrónicos para recogida de sugerencias.
  4. La celebración de una jornada general de presentación del proyecto.
  5. Las apertura de sendas reuniones o foros de debate específicos con los sectores económicos principalmente afectados.
5. Conclusiones.

## **1. ANTECEDENTES**

El Ayuntamiento de Calp, a través de los Departamentos de Turismo e Informática, acaba de impulsar el Plan Director de Destino Turístico Inteligente (DTI) para este municipio. Dicho plan da continuidad a las acciones emprendidas en el Plan de Promoción y Diversificación Turística de Calp aprobado por el Ayuntamiento en el pasado pleno celebrado el 10 de noviembre del año 2015, y al proyecto de investigación sobre los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) liderado por la Universidad de Alicante (UA), del que la ciudad de Calp ha sido seleccionada como “destino piloto” para llevar a cabo su progresiva implantación.

Uno de los componentes principales del proyecto DTI es, en el marco de la gobernanza territorial y urbana, la participación pública en el diseño y gestión del proyecto. Un ejemplo de ello sería, el hecho de que el plan contempla específicamente la acción “AE13”, para el desarrollo y mejora de las acciones participativas. En un contexto de diseño y gestión del Plan DTI, se ha procedido a la aprobación inicial del mismo, en el que previo a su visto bueno definitivo, se ha decidido efectuar un preceptivo proceso de participación política y ciudadana, a fin de conseguir que el citado documento sea consensuado y mejorado por todos los agentes implicados en el desarrollo turístico de la localidad. Ni que decir tiene que el desarrollo turístico de la ciudad, también depende en su vasto conjunto, de todos los ciudadanos y residentes de Calp y no sólo del sector turístico implicado.

Considerando que la puesta en marcha del proyecto DTI supone una innegable oportunidad para contribuir a la mejora de la competitividad y del desarrollo turístico del municipio, del que cabe esperar seguramente más reuniones informativas y participativas durante las fases de implantación del mismo; la misma Concejalía de Turismo, junto con la de Participación Ciudadana y la de Comercio-Creama, han desplegado distintas acciones para concretar, perfilar y mejorar el proyecto inicialmente presentado.

Debido a la complejidad y transversalidad del proyecto, la fase participativa se recomienda no tenga un punto final tras la presentación de este informe, sino que se proponga abrir un espacio abierto y de contacto, para fomentar el debate y la mejora continua del mismo, ahora y en el futuro.

## **2. SOBRE LA NECESIDAD DE PARTICIPAR**

Calp ha llevado a cabo desde el año 2007 diversos procesos de participación ciudadana como el realizado para implantar la Agenda 21 Local (proyecto éste abierto y en progresivo desarrollo a través de distintas formas, medios y canales). Además cuenta con una Concejalía de Transparencia, Participación Ciudadana y Asociaciones, por lo que la ciudad dispone de un área y un proyecto vertebrador, que ha sido capaz de generar numerosos encuentros y procesos de diálogo con ciudadanos y ciudadanas en diversos campos y temáticas (remodelación de distintas calles, urbanizaciones, validación del Plan de Acción Local, planes de fachadas...y un largo etc).

Es de notar que la realización de estos procesos tiene una complejidad especial en el municipio de Calp, ya que su economía está basada principalmente en el sector

turístico, encontrando en él un espectro social que supera las 150 nacionalidades diferentes. Esta cuestión, entre otras muchas, complica cualquier acción asociada a la implantación real de procesos derivados de la participación ciudadana.

Es esencial advertir que el proyecto de carácter estratégico derivado de la Agenda 21 Local (Plan de Acción Local Calp 2020), fue ampliamente debatido y consultado gracias al desarrollo de distintos procesos y técnicas de participación ciudadana. Este documento marco, se coordinó además con los técnicos de turístico para sacar adelante el vigente Plan de Promoción y Diversificación Turística de Calp aprobado por el Ayuntamiento en el Pleno el 10 de noviembre de 2015. Este plan en esencia recogía la necesidad de modernizar y tecnificar el destino turístico en su conjunto.

Posteriormente y gracias al trabajo realizado con anterioridad en esta materia, el Boletín Oficial del Estado (BOE) de fecha 22 de mayo de 2017, publica la Resolución de 18 de mayo de 2017, de la Secretaría de Presupuestos y Gastos por la que se conceden ayudas de la segunda convocatoria para la selección de estrategias de desarrollo urbano sostenible e integrado, que serán cofinanciadas mediante el Programa Operativo FEDER de crecimiento sostenible 2014-2020 (convocatoria según la Orden HAP/1610/2016, de 6 de octubre). Calp accede finalmente a las ayudas por un coste total de 6.134.522,12€ y se halla financiada al 50% (3.067.261,00 €). Estos proyectos deben acreditar en todos los casos, importantes procesos de participación ciudadana, amplios en el tiempo y generosos en sus formas.

### **3. CARÁCTER DEL PROYECTO**

El fin del proyecto DTI, es el de posicionar de Calp como destino turístico, buscando nuevos mecanismos para impulsar la innovación en distintos ámbitos de actuación.

Más allá del buen gobierno del destino turístico en todas sus esferas (ambientales, participativas, o de calidad en los servicios), el proyecto contiene intrínsecamente el despliegue y desarrollo de las NTIC, de forma que se puedan crear servicios diferenciales y altamente competitivos en un contexto general de ciudades inteligentes (*smart city*).

El plan pivota entorno a los siguientes objetivos:

- Servir como marco para posicionar Calp como DTI de referencia y mejorar su competitividad frente a otros destinos de “sol y playa”.
- Definir acciones de desarrollo que tengan en cuenta los factores como el equilibrio territorial y social, o la sostenibilidad económica, patrimonial y ambiental.
- Iniciar un proceso colaborativo abierto para afrontar las necesidades de un contexto en constante cambio y evolución.
- Definir un modelo turístico de referencia que optimice los recursos, dinamice la actividad y mejor calidad de vida.
- Sensibilizar a ciudadanos y visitantes en la necesidad de conservar los valores existentes en Calp.

El proyecto DTI se sujeta entorno a **Líneas Estratégicas** como la innovación, accesibilidad, sostenibilidad y gobernanza y **Líneas Tecnológicas** (Información turística, marketing online, conectividad, sensorización y captación de datos).

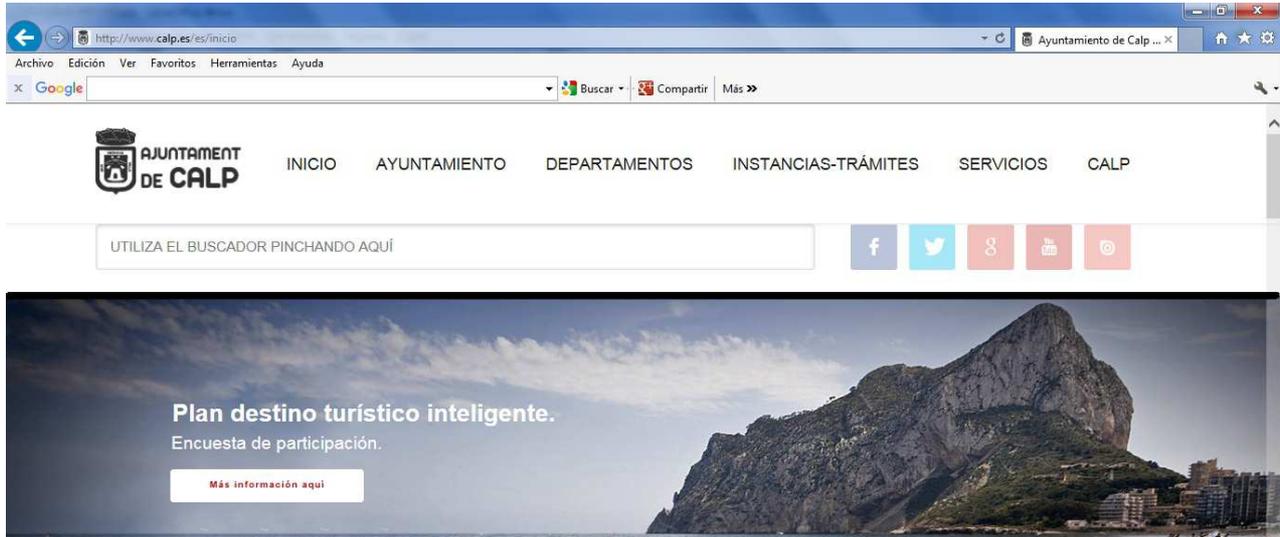
#### 4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS Y PRINCIPALES RESULTADOS

La participación ciudadana de los distintos agentes sociales o grupos de interés, se ha articulado en base a de 5 líneas o acciones de trabajo:

1. Material a disposición del público y encuesta *online* abierta al conjunto de la ciudadanía.
  2. Recogida de cuestionarios en formato papel (sito en la Concejalía de Turismo en Plaça del Mosquit y Planta Baja del Ayuntamiento en Av. de Ifach).
  3. Apertura de dos correos electrónicos para recogida de ideas y sugerencias.
  4. La celebración de una jornada general de presentación del proyecto.
  5. Las apertura de sendas reuniones o foros de debate específicos con los siguientes sectores:
    - Subsector oferta de alojamiento básica y complementaria.
    - Subsector oferta comercial, de servicios y hostelería.
-

## 1. Material a disposición del público y encuesta *online* abierta al conjunto de la ciudadanía.

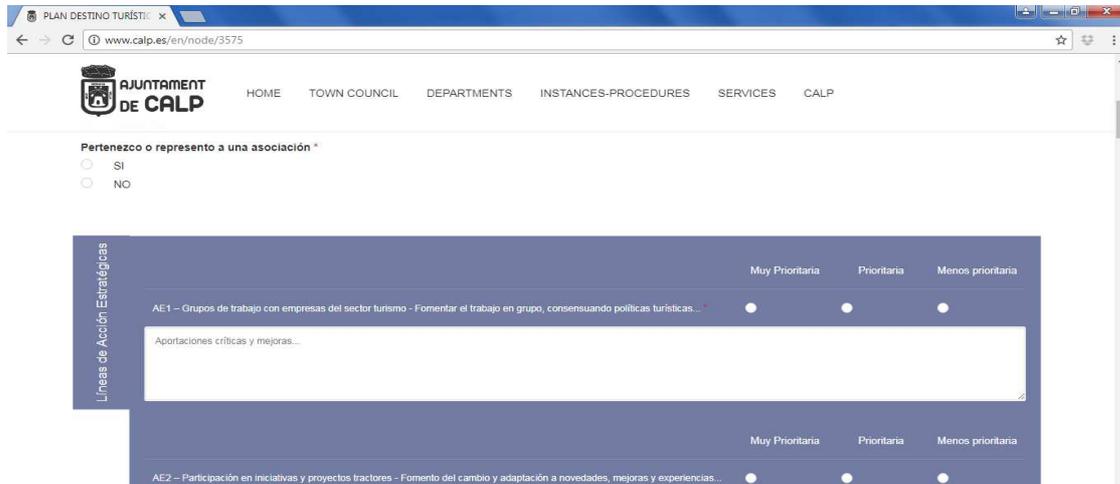
El Ayuntamiento de Calp dispuso en su web site [www.calp.es](http://www.calp.es), un cuestionario *online*, que incluyó también toda la información de descarga relativa al proyecto.



Para contestar este cuestionario de forma completa, era preciso la consulta previa del proyecto para su correcta implementación. Éste lógicamente también estuvo disponible mediante descarga al ciudadano a través el portal web.



Portada del proyecto en descarga colgada en la página web (documento de resumen).



Modelo de cuestionario desde la web.

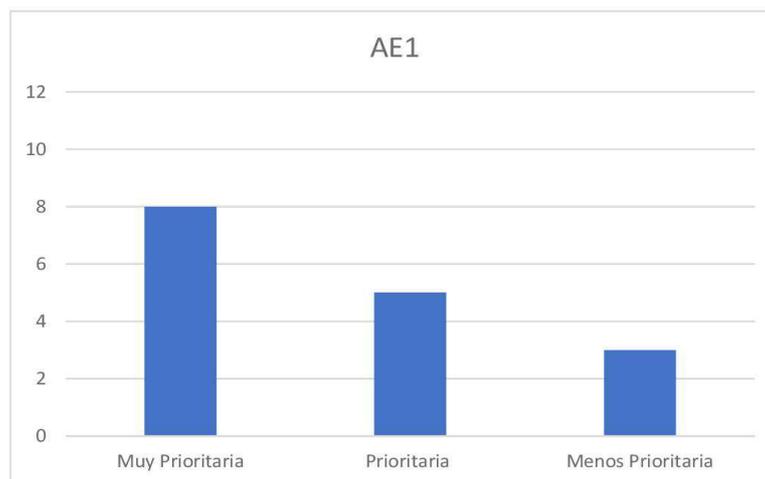
El sistema de recogida de encuesta *online* se cerró el pasado día 31/07/2017. Durante el mes de julio, se han implementado un total de 16 cuestionarios debidamente cumplimentados, con la siguiente información/resultados:

- Residentes y vecinos: 16 (1 de ellos la asoc. AEMCO).

## BLOQUE DE LINEAS DE ACCIÓN ESTRATÉGICAS

**AE1 – Grupos de trabajo con empresas del sector turismo**

**Objeto (consiste en...): Fomentar el trabajo en grupo, consensuando políticas turísticas...**

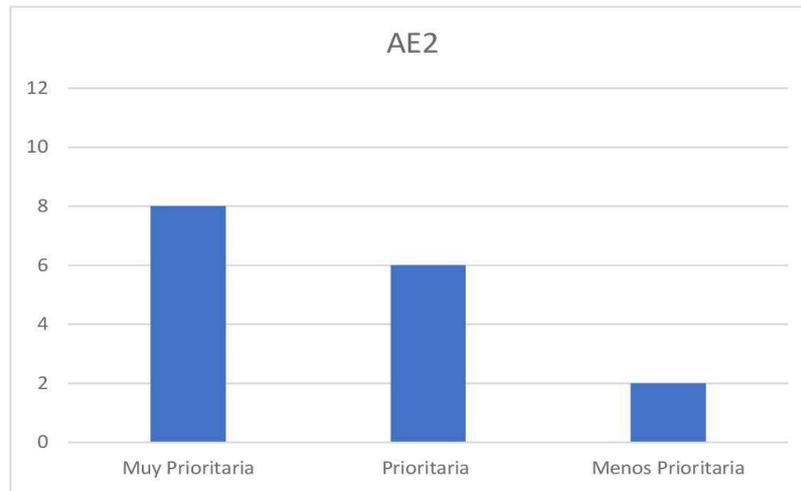


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- **Dar oportunidad a la gente que esté dentro del campo de la geolocalización, TIC, BIG DATA, para fomentar el empleo.**

**AE2– Participación en iniciativas y proyectos tractoros**

**Objeto (consiste en...): Fomento del cambio y adaptación a novedades, mejoras y experiencias...**

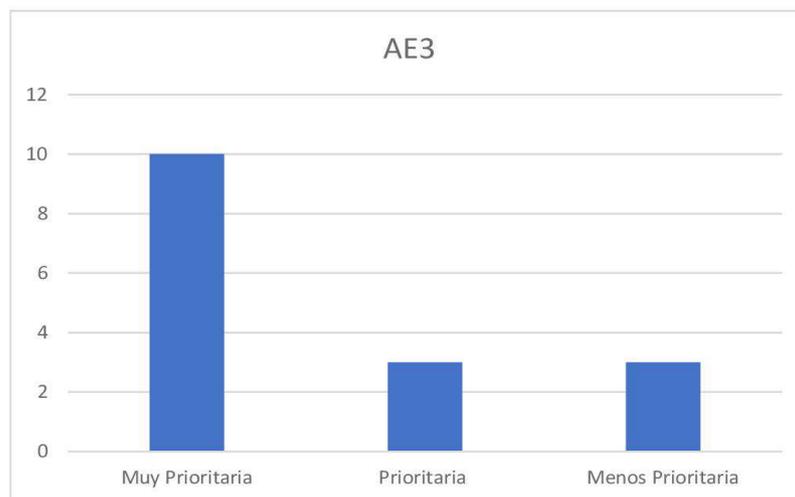


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AE3– Fomento de la Calidad Turística**

**Objeto (consiste en...): Posicionar el destino turístico a través de sistemas de gestión y de calidad...**

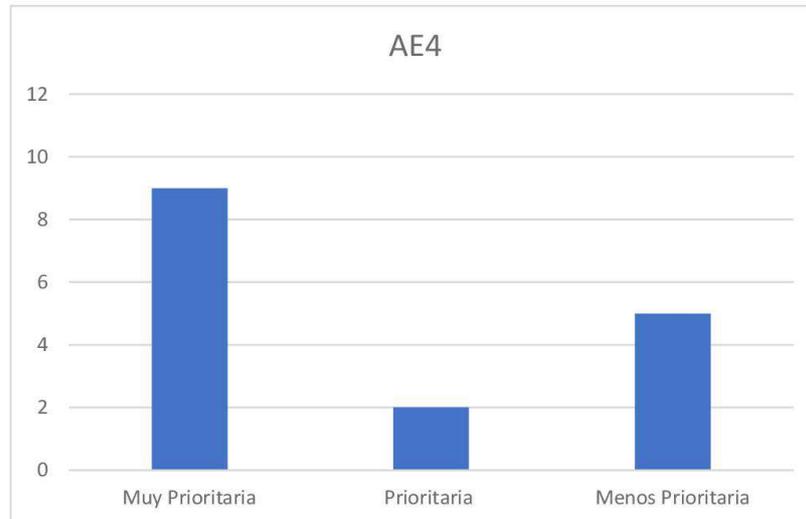


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **Sería muy positivo minimizar el "turismo de borrachera".**
- **Se debe intentar conseguir un turismo de calidad, y muy importante, cuidar los extranjeros que tenemos como segunda residencia y que están aquí de 6 a 8 meses al año, gastando durante ese tiempo dinero en los comercios de Calpe. No concentrarnos sólo en el turista de verano.**

**AE4– Refuerzo de la identidad de marca Turismo de Calp**

**Objeto (consiste en...): Consolidación de la “marca” entre administración/empresa (promoción)...**

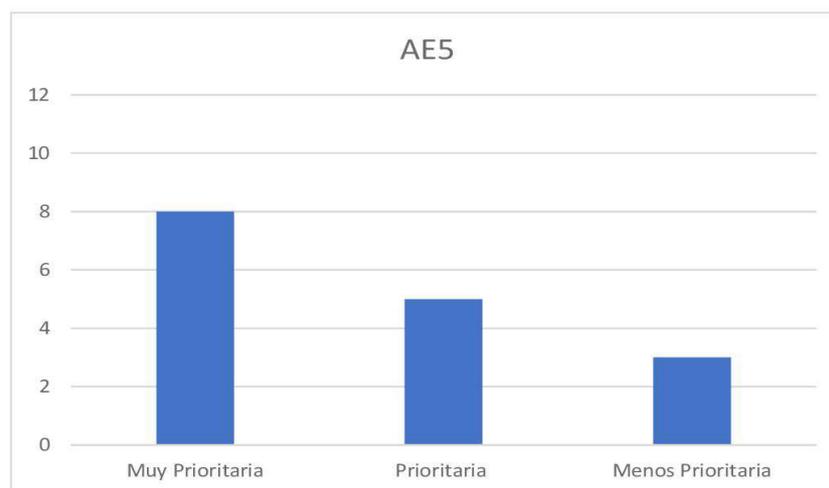


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **Promocionar el municipio con "Calp" y no como "Calpe".**
- **Crear un distintivo común para todos en el cual nos sintamos representados, y se exponga en los comercios y empresas que cumplan unos requisitos mínimos o estándares de calidad.**

**AE5– Creación de la Oficina Turística del SXXI**

**Objeto (consiste en...): Modernizar las oficina turística (oficina virtual, datos y estudios).**

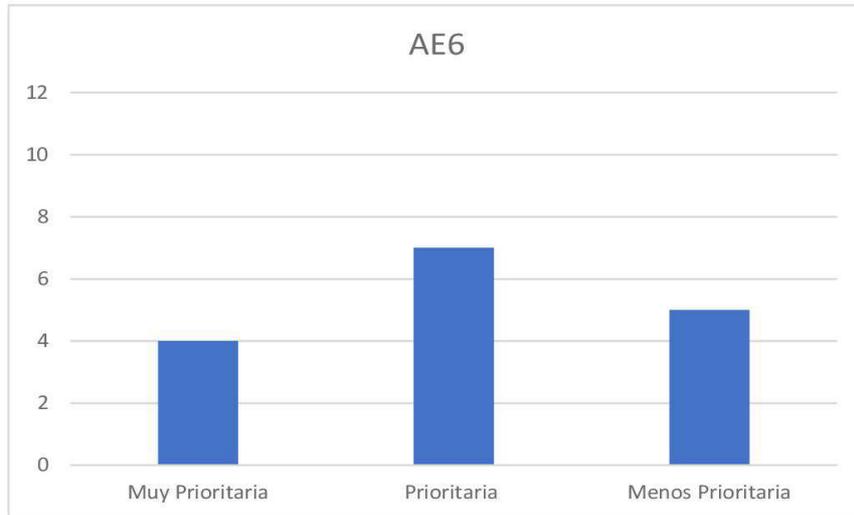


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AE6– Adaptación a la Norma UNE 178501**

**Objeto (consiste en...): Adaptar los requisitos del proyecto DTI a normalización y sus métodos...**

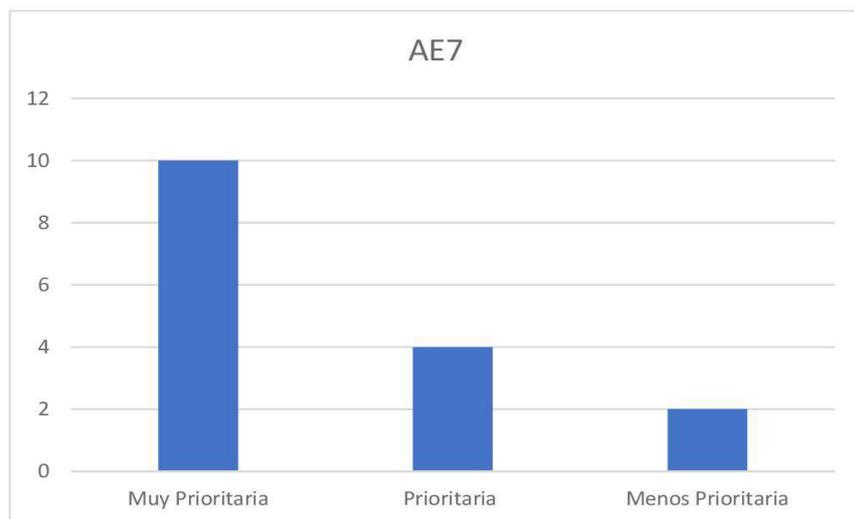


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AE7– Proyectos de Mejora de Accesibilidad Física**

**Objeto (consiste en...): Eliminar barreras arquitectónicas y mejorar la accesibilidad turística...**

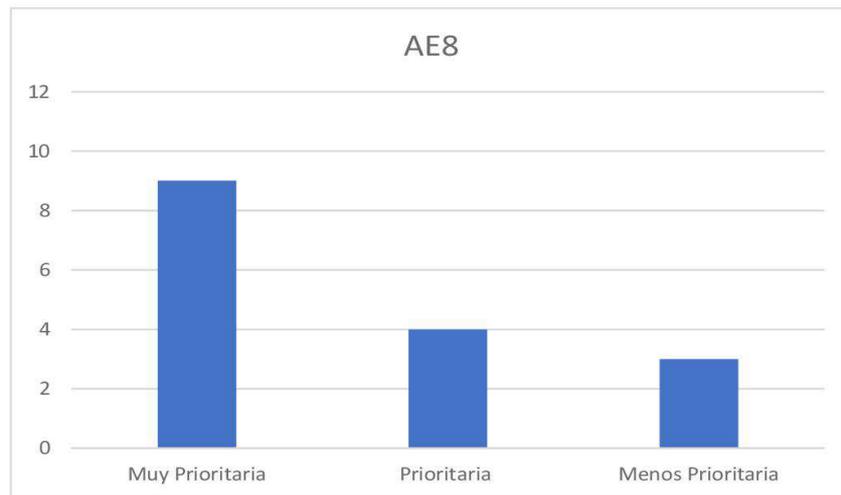


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **Pasarela peatonal sobre la N-332 a la altura del CC-Aitana, para unir el centro de Calp con la Estación del Tram, evitando así que los peatones corran alto riesgo, sólo por ser sostenible y querer caminar.**
- **Modernizar la Estación de Buses, transformándola en un edificio climatizado que de gusto llegar o salir de Calp, y no un trastorno como es hoy, sin agua, sin baños, sin techo, sin atención, sin máquinas tiketeadoras, sin cafetería, etc. La primera cara que recibe el turista, vamos, una lástima.**
- **Más cruces con semáforos, ya que hoy los automovilistas no respetan los cruces peatonales.**

**AE8– Proyectos de Mejora de Accesibilidad Digital**

**Objeto (consiste en...):** Eliminar barreras sensoriales y comunicativas con med. tecnológicas...

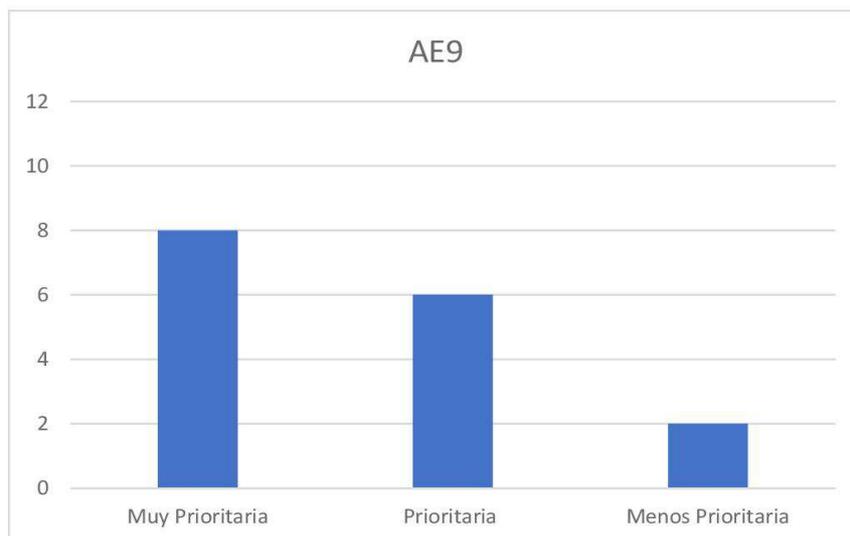


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- Mas cruces con semáforos visuales y sonoros, para personas con otras habilidades.

**AE9– Formación de empresas, ciudadanos y visitantes**

**Objeto (consiste en...):** Imbuir la conciencia de destino turístico (empresas /ciudadanos).

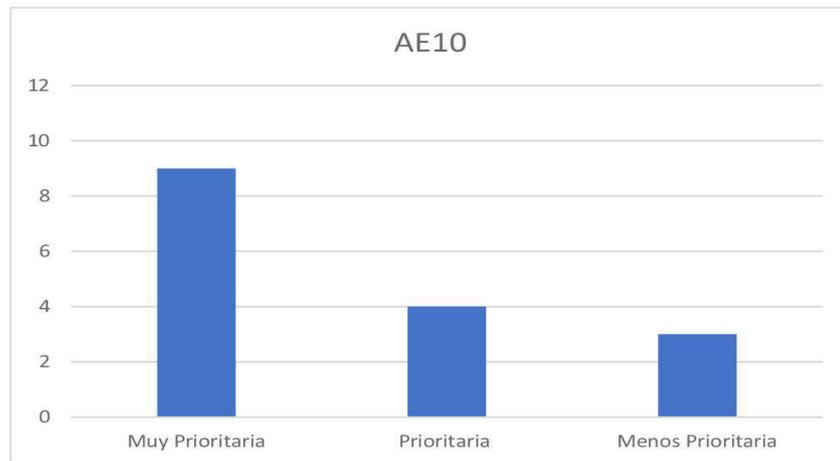


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- Tenemos una gran decadencia a la hora de contratar personal de servicios que esté cualificado.
- Hace falta un Plan de Formación para empresarios y otro para trabajadores de atención al cliente.

#### AE10– Datos Turísticos en Abierto

**Objeto (consiste en...):** Mejora de transparencia turística y municipal, a través de la web...

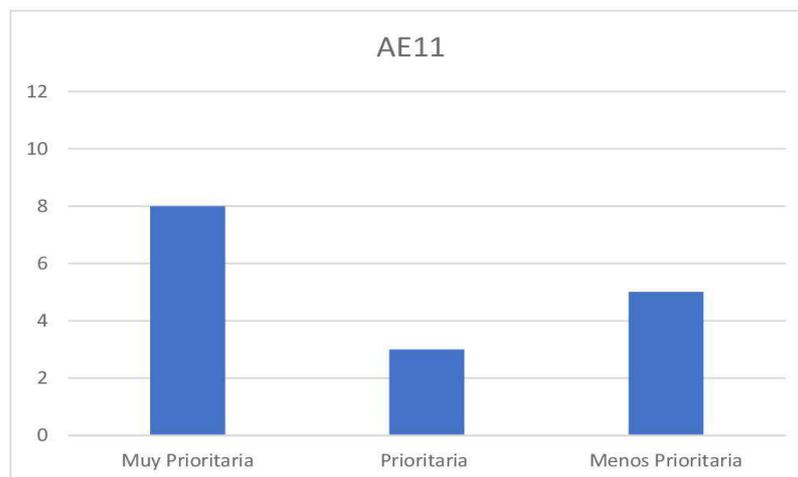


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- **Muy importante.**
- **La web debe ser mas fácil y intuitiva para la gente de a pie.**

#### AE11– Seguimiento y revisión de la Estrategia Turística

**Objeto (consiste en...):** Vigilancia tecnológica y estratégica sobre los aspectos que rodean el DTI.

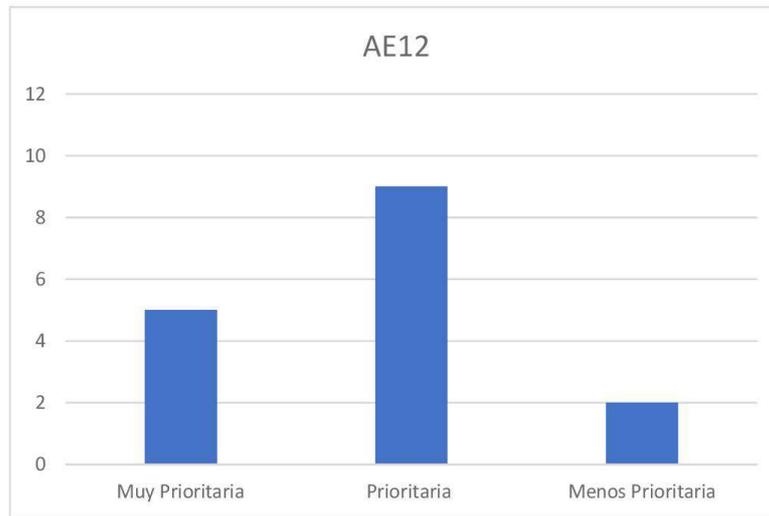


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- **La web debe ser mas fácil y intuitiva para la gente de a pie.**

**AE12– Generación de una Carta de Servicios Municipales**

**Objeto (consiste en...):** Cartas de servicios municipales. Web participación ciudadana.

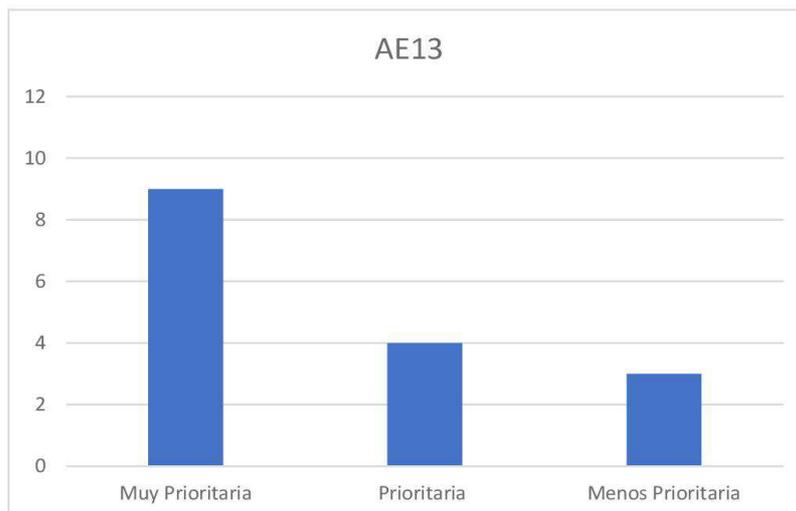


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AE13– Realización de Campañas y Acciones de Comunicación**

**Objeto (consiste en...):** Conocimiento amplio de la estrategia DTI del Ayuntamiento de Calp.

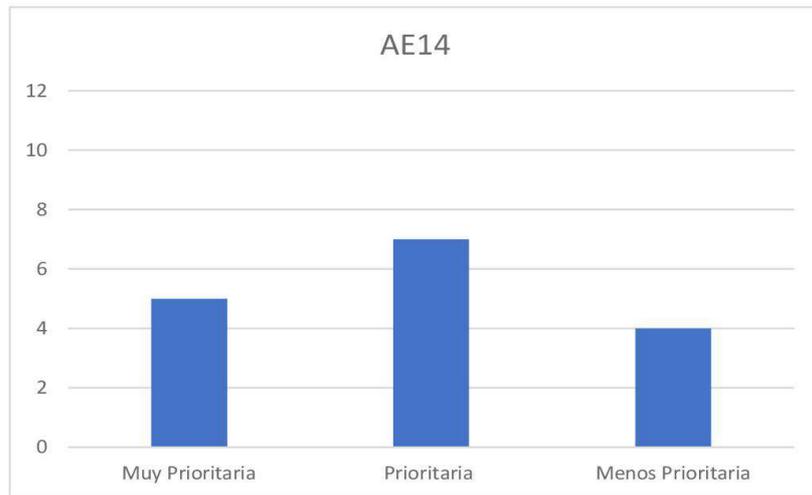


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AE14– Establecimiento y Seguimiento del Sistema de Indicadores**

**Objeto (consiste en...):** Medir y evaluar las acciones realizadas para convertir a Calp en un DTI.



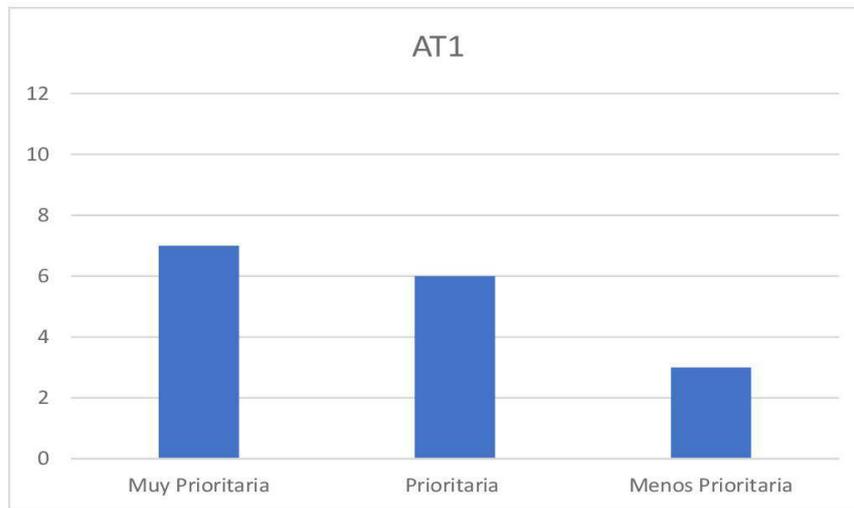
**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

## BLOQUE DE LÍNEAS DE ACCIÓN TECNOLÓGICAS

**AT1 – Definición del Centro de Turismo Inteligente de Calp CTI**

**Objeto (consiste en...): Facilitar la gestión de la información turística y de recursos unificadamente.**

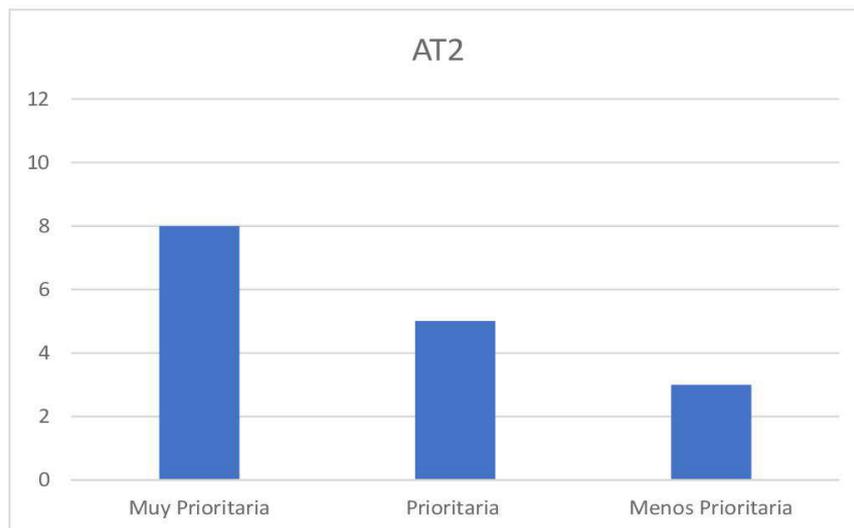


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AT2 – Mejora de la Plataforma de Difusión Turística**

**Objeto (consiste en...): Integrar herramientas de difusión, portal Web, APPS, central de reservas, redes...**

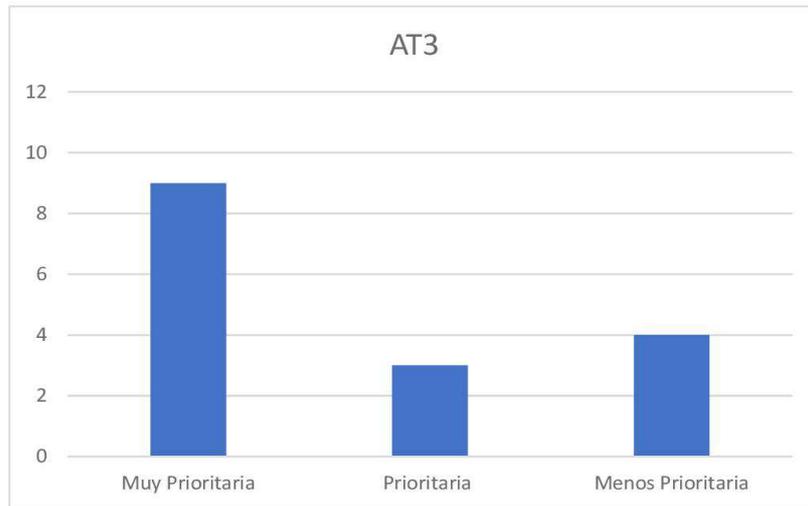


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AT3 – Aplicación Móvil Oficial Turismo de Calpe**

**Objeto (consiste en...):** Desarrollar una APP turística de vanguardia en iOS y Android...

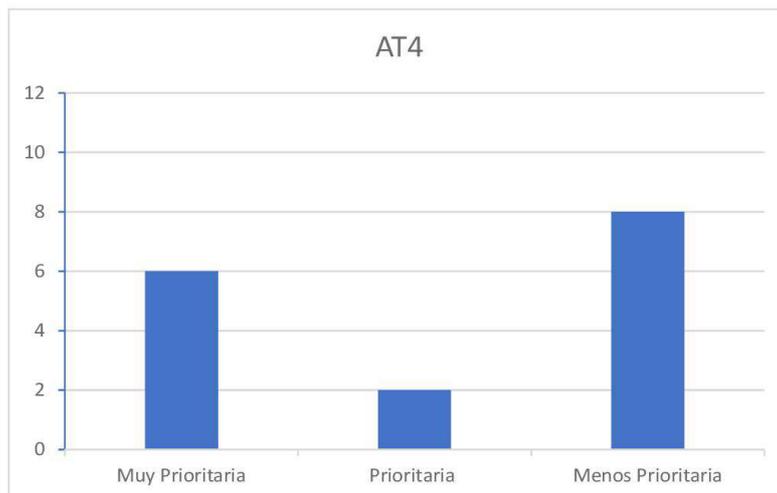


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **Muy importante en los tiempos que corren.**
- **La cual debe ser muy buena y con información actualizada para que el turista que llegue a Calpe se sienta obligado a descargarla para estar informado de horarios autobús, actividades, programa fiestas, etc.**

**AT4 – Central de Reservas Turística**

**Objeto (consiste en...):** Desarrollo de un portal Web específico para la Central de Reservas Turísticas...

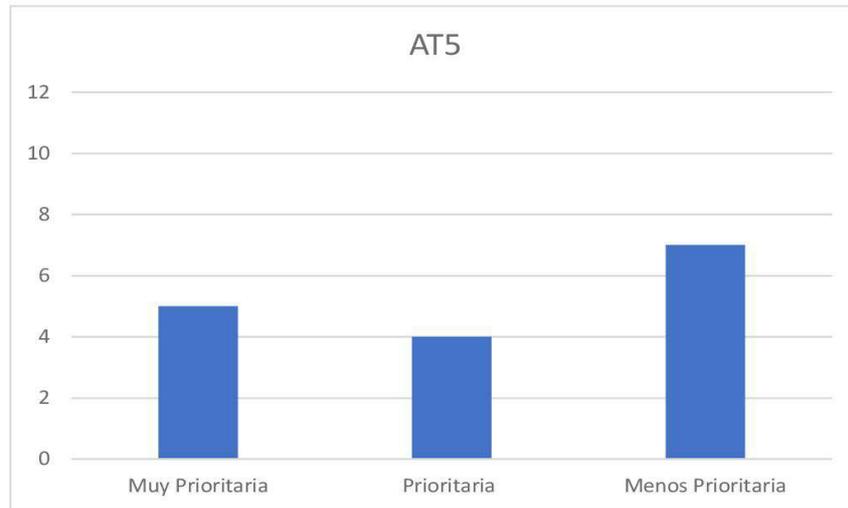


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones (ver foros de debate en los que sí se ha comentado este tema).**

**AT5 – Sistemas de Cartelería Digital**

**Objeto (consiste en...):** Implantar cartelería digital (calle), difundiendo la oferta turística global...

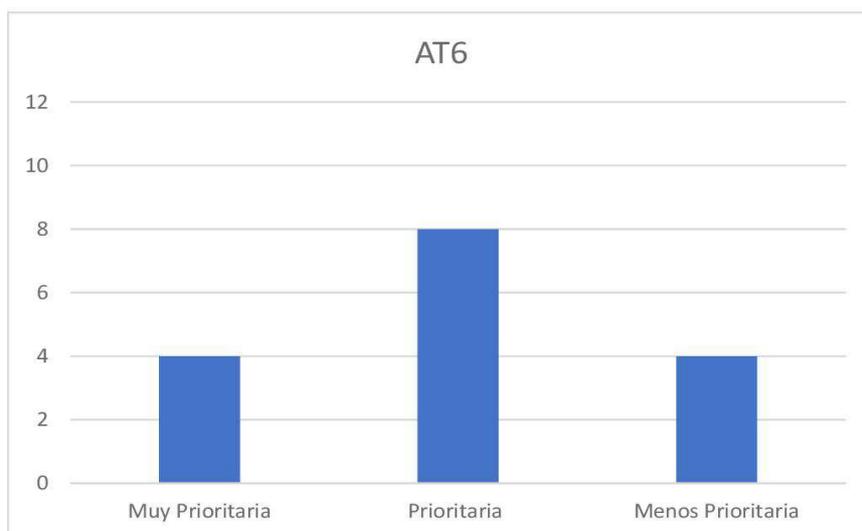


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **Más prioritaria sería que las calles puedan tener carteles con sus nombres.**
- **Lo más importante es promocionarlo desde internet, ya que es más visible a todo el mundo.**
- **Debe estar representado todo el comercio y empresas /servicios de Calpe, no sólo los hoteles y alojamientos turísticos.**

**AT6 – Panel de Control Turístico.**

**Objeto (consiste en...):** Obtención de datos o informes a tiempo real (transparencia y decisión).

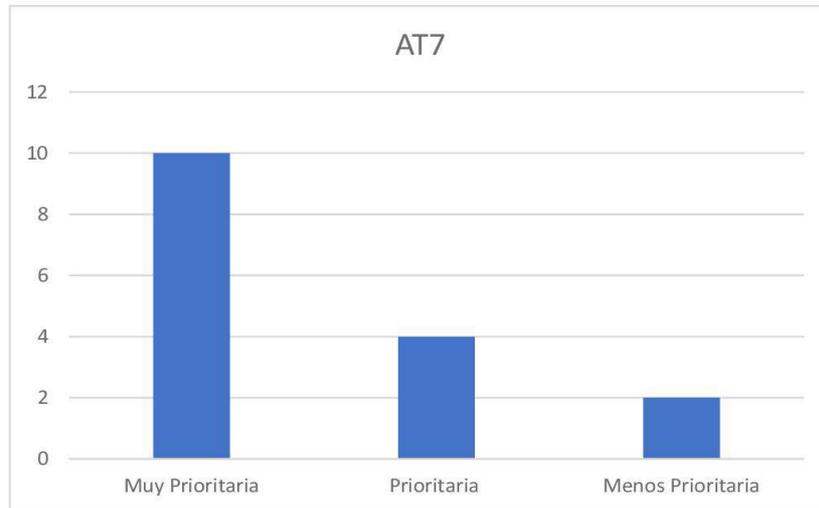


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

**AT7 – Señalización Inteligente. Balizas Turísticas**

**Objeto (consiste en...):** Bluetooth, Código QR, Tecnología NFC, RFID (avisos, información, audio guías...)

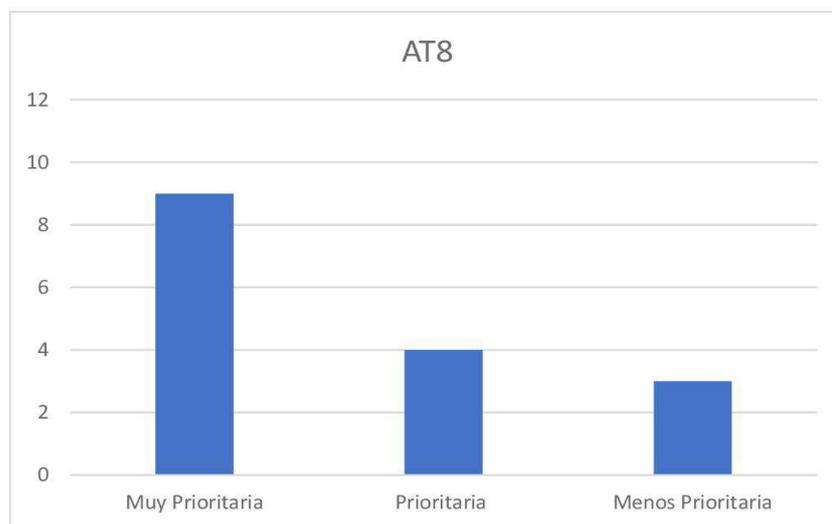


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- Se considera una acción bastante importante.

**AT8 – Herramientas de Captación de Datos.**

**Objeto (consiste en...):** Captar para visitantes... (aparcamientos, calidad ambiental, estado de playas...).



En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

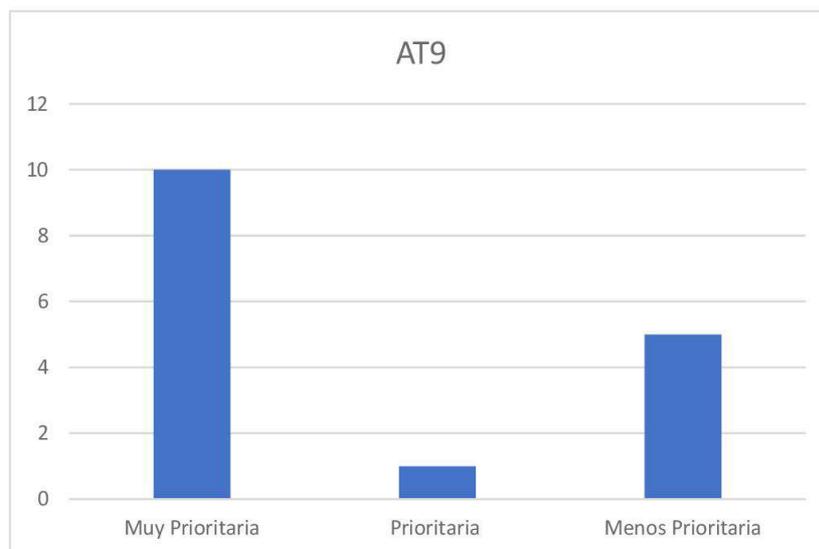
- Muy importante y el Big Data aún más.
- Estado de playas, temperatura del mar, medusas, etc.
- Aparcamientos gratuitos.
- Este municipio falla estrepitosamente en limpieza y concienciación ciudadana frente a la misma. Más papeleras. Mejor gestión de la recogida de basuras y restos de poda en urbanizaciones. Sólo tenemos un punto de recogida en Calpe!!!el punt blanc. Estamos atrasadísimos....
- Tenemos algo más que playas, tenemos naturaleza, ya existen senderos marcados para hacer

senderismo, hace años se podía transitar bien por la mayoría, hoy están descuidados, totalmente abandonados. No existe una gestión medioambiental de las zonas boscosas de Calpe. Lamentable. Se está perdiendo una oportunidad de atraer a gente amante de la naturaleza. Es otro turismo, tan válido o me atrevería a decir mejor que el turismo de masas al que se pretende acceder. Para eso está Benidorm...

- Lo de crear la marca Calpe, aplicación de las últimas tecnologías al municipio...todo eso está muy bien, pero fallamos en lo básico, y por ahí es donde hay que empezar.

#### AT9. Wifi Público

Objeto (consiste en...): WiFi pública en las playas y principales puntos de Calpe.

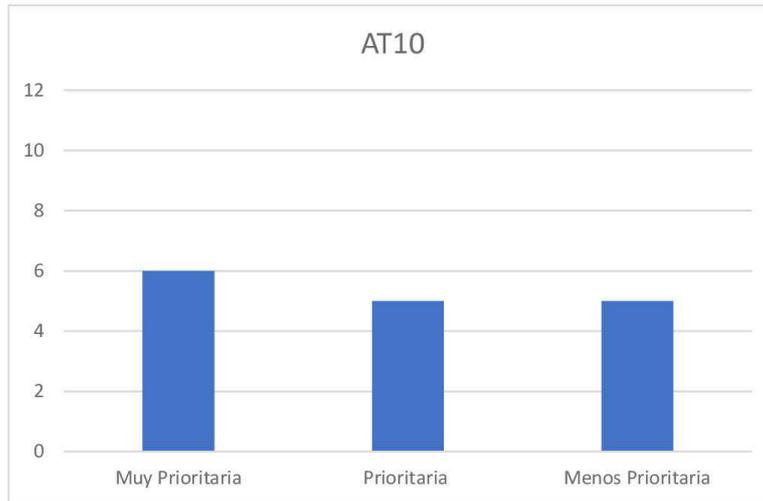


En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).

- Esto es muy importante, si no lo demás se queda fuera.
- Wifi de Qualitat.

**AT10. Big Data**

**Objeto (consiste en...): WiFi pública en las playas y principales puntos de Calp.**

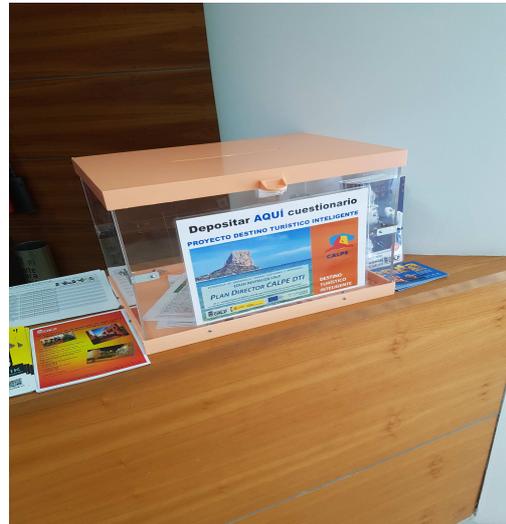


**En relación con esta pregunta, se ha contestado también (campo abierto).**

- **No se han producido aportaciones.**

## 2. Recogida de cuestionarios en formato papel.

(sito en la Concejalía de Turismo: Plaça del Mosquit y Planta Baja del Ayuntamiento, en Av. de Ifach).



Colocación de urnas en Planta Baja del Ayuntamiento y oficina de Turismo Pl. Mosquit).

Principales Resultados (hasta el día 31/07/2017):

**Cuestionario 1:** Todas las acciones se han considerado muy prioritarias. No incorporan mayores valoraciones.

### **Cuestionario 2:**

AE1: Grupos de trabajo con empresas del sector turístico: Prioritario.

AE2: Participación en iniciativas y proyectos tractores: Prioritario.

AE3: Fomento de la Calidad Turística: Menos Prioritario.

AE4: Refuerzo de la Marca Turística de Calp: Muy Prioritario. (Comentario: fomento de Calp y no tanto Calpe)

AE5. Creación de la Oficina Turística del S. XXI: Prioritario.

AE6: Adaptación a la Norma UNE 178501: Menos Prioritario.

AE7: Proyectos de Mejora de la Accesibilidad Física: Prioritario.

AE8: Proyectos de Mejora de la Accesibilidad Digital: Prioritario.

AE9: Formación a Empresas, Ciudadanos y Visitantes: Menos Prioritario.

AE10: Datos Turísticos en Abierto: Muy Prioritario. (Comentario: Transparencia muy importante).

AE11: Seguimiento y Revisión de la Estrategia Turística: Menos Prioritario.

AE12: Generación de una Carta de Servicios Municipales: Menos Prioritario.

- AE13: Realiz. De Campañas de acciones de Participación: Prioritario.  
 AE14: Establecimiento y Seguimiento del Sistema de Indicadores: Prioritario.  
 AT1: Definición del Centro Turístico Inteligente: Prioritario.  
 AT2: Mejora de la Plataforma de Difusión Turística: Muy Prioritario.  
 AT3: Aplicación móvil oficial Turismo de Calp: Muy Prioritario.  
 AT4: Central de Reservas Turísticas: Muy Prioritario (comentario: muy interesante).  
 AT5: Sistemas de Cartelería Digital: Menor Prioritario.  
 AT6: Panel del Control Turístico: Prioritario.  
 AT7: Señalización Inteligente: Muy Prioritario.  
 AT8: Herramientas de Captación de Datos: Prioritario.  
 AT9: Wifi Gratuito: Prioritario.  
 AT10: Big Data: Prioritario.

**PLAN DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE DTI -CALP- CUESTIONARIO DE PARTICIPACIÓN**

El PLAN DTI de Calp, pretende modernizar el municipio mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC). Busca sensibilizar a la población residente y a los visitantes, promover un turismo de calidad, capaz de conservar y poner en valor las características propias de Calp mediante procesos participativos.

Usted, como vecino, residente o turista, le emplazamos a que nos ayude a implementarlo, siendo fundamental su opinión y sus propuestas de mejora.

Soy:

Vecino    Turista    Residente    Pertenezco o represento a una asociación (SI/NO e indicar y contacto)



	ACCIONES PDI	DESCRIPCIÓN (se trata de...)	VALORACIÓN / PRIORIDAD			APORTACIONES CRÍTICAS Y MEJORAS...
Líneas de Acción Estratégicas	AE1 – Grupos de trabajo con empresas del sector turismo	Fomentar el trabajo en grupo, consensuando políticas turísticas...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE2 – Participación en iniciativas y proyectos tractoros	Fomento del cambio y adaptación a novedades, mejoras y experiencias...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE3 – Fomento de la calidad turística	Posicionar el destino turístico a través de sistemas de gestión y de calidad...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE4 – Refuerzo de la identidad de marca Turismo de Calp	Consolidación de la “marca” entre administración/empresa (promoción)	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE5 – Creación de la Oficina Turística del SXXI	Modernizar las oficina turística (oficina virtual, datos y estudios).	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE6 – Adaptación a la Norma UNE 178501	Adaptar los requisitos del proyecto DTI a normalización y sus métodos...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
Accesibilidad	AE7 – Proyectos de mejora de accesibilidad física	Eliminar barreras arquitectónicas y mejorar la accesibilidad turística...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE8 – Proyectos de mejora de accesibilidad digital	Eliminar barreras sensoriales y comunicativas con med. tecnológicas...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE9 – Formación empresas, ciudadanos visitantes	Imbuir la conciencia de destino turístico (empresas /ciudadanos).	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE10 – Datos turísticos en abierto	Mejora de transparencia turística y municipal, a través de la web...	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
5n /Gob.	AE11 – Seguimiento y revisión de la estrategia turística	Vigilancia tecnológica y estratégica sobre los aspectos que rodean el DTI.	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	
	AE12 – Generación de las Cartas de Servicios Municipales	Cartas de servicios municipales. Web participación ciudadana.	Muy Prioritaria	Prioritaria	Menos prioritaria	

Modelo “tipo” de cuestionario en formato papel.

### **3. Apertura de dos correos electrónicos para recogida de sugerencias.**

El Ayuntamiento puso a disposición de los ciudadanos, los siguientes e-mails:

- [spastor@ajcalp.es](mailto:spastor@ajcalp.es) (turismo)
- [agenda21@ajcalp.es](mailto:agenda21@ajcalp.es) (participación ciudadana/agenda21).

También se abrió la Oficina de Atención al Ciudadano (OAC). Del mismo modo, se podía solicitar una cita con el Concejal de Turismo para resolver dudas. El teléfono para más información que estuvo a disposición del ciudadano fue el 96 583 85 32.

Todas estas cuestiones quedaron debidamente reflejadas en el cuestionario en formato papel diseñado al efecto, así como la página web municipal.

#### 4. La celebración de una jornada general de presentación del proyecto.

El jueves 8 de junio, se realizó una jornada de presentación general del proyecto, presidida por el Concejal de Turismo, explicada directamente por los técnicos responsables del proyecto (tanto municipales como externos). Esta jornada sirvió formalmente para abrir el proceso de participación ciudadana, desde aquel momento y en adelante.

Para realizar esta primera actividad presencial, se convocó tanto por vía telefónica como por carta, a un total de:

- 9 Hoteles
- 6 Campings
- 7 Hostales y pensiones
- 35 Agencias de alquiler
- 13 Empresas de oferta complementaria.

Del sector comercial, se envió convocatoria digital a más de 400 comercios censados en la ciudad, además de la Asociación AEMCO y también a Sabor a Calpe. Los trabajos de convocatoria corrieron a Cargo de las Oficinas del Crema/ Concejalía de Comercio.



Detalle de la Jornada Presentación del Proyecto DTI en el Saló Blau.

**CALP**  
**DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE**  
**PRESENTACIÓN DEL PROYECTO PILOTO**  
**PLAN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA**  
**JUEVES 8 DE JUNIO**  
**SALÓ BLAU 09:30 HORAS**  
**CASA DE LA CULTURA JAUME PASTOR I FLUIXÀ**



Detalle del Cartel de Convocatoria empleado.

**5. La apertura de sendas reuniones o foros de debate específicos con los sectores económicos principalmente afectados.**

- Subsector oferta de alojamiento básica y complementaria.
- Subsector oferta comercial, de servicios y hostelería.

a) Reunión Subsector oferta de alojamiento básica y complementaria.

- Convoca la Concejalía de Turismo a todo el sector, en fecha de 8 junio de 2017, en el Casal de Asociaciones.
- Confirma asistencia: 4 Agencias de Viajes, 4 Camping y Grupo AR Hoteles.
- Principales Ideas o Aportaciones:
  - Sugirieron la creación de una App con todos los servicios de Calp incluidos en ella, turismo, comercio, transportes, etc.
  - Opinaron que no se puede competir con centrales de reserva como por ejemplo booking, y que no tendría sentido tener una propia con los alojamientos del pueblo, aunque también creen que en caso de tener una, se podría incentivar con promociones y precios más atractivos para el cliente. Quizá convendría reforzar los vínculos con estas centrales de reserva, e incorporarlas al proyecto de Calp.
  - Paneles informativos del tiempo de espera del autobús local en todas las paradas. Propuestas geolocalizadas.
  - Mediterráneo Camper Área propuso la instalación de un luminoso con las plazas disponibles en cada camping del municipio, para evitar el aparcamiento masivo de caravanas en las calles colindantes.
  - Están de acuerdo con que Calp sea un DTI, pero piensan que existen otras prioridades (ej: alumbrado en las urbanizaciones).
  - Se habló de la necesidad de desestacionalizar el turismo. Se expone que hay muchas actividades que hacer en verano y sin embargo en invierno no. Creen que en estos últimos años ésto ha mejorado, ampliándose la temporada. Comentaron que la mayoría de comercios, restaurantes, etc., cierran en temporada baja.
  - Se comenta la dificultad que encuentran durante la época estival para que sus clientes encuentren las urbanizaciones, al no tener nombres las calles ni una correcta localización inteligente, y que en muchas ocasiones la red eléctrica no puede abastecer adecuadamente la demanda.

a) Reunión Subsector oferta comercial, de servicios y hostelería.

- Convoca la Concejalía de Comercio-Creama, refuerza convocatoria la Concejalía de Participación Ciudadana. Dirigida al sector Comercial y Hostelero, en fecha de jueves 29 de junio de 2017, en el Casal de Asociaciones.
- Confirma asistencia:
  - ÓPTICA BORO
  - CENTRO COMERCIAL PLAZA CENTRAL
  - CENTRO COMERCIA AITANA
  - BOUTIQUE FELICIDAD
  - BOUTIQUE PAU DONA
  - ÓPTICA SIGNES
  - GABA FORMACIÓN
  - SABOR A CALP
  - SANTOS PASTOR MORATÓ
  - AEMCO (Cargos y Junta Directiva).

- Principales Ideas o Aportaciones:

#### BOUTIQUE PAU DONA:

- Valora positivamente este tipo de reuniones, pero luego espera que con el paso del tiempo no se desvanezca, y sobre todo, que ésto no termine cuando se acabe la subvención.
- Considera interesante presentar un proyecto de transporte público (entre playas- casco urbano-urbanizaciones).

#### AEMCO (Junta).

- Señala que la gestión turística no está enfocada a desestacionalizar (misión de todos).
- Debe haber en este proyecto, mejor promoción turística, incluida la oferta de comercio y de ocio.
- Los turistas vienen con un paquete cerrado. En la medida de los posible, hay que trabajar en abrir el gasto al margen de esos "paquetes".

#### ÓPTICA BORO

- Considera que Turismo tiene que informar de las promociones que hacen para saber que tipo de turismo va a venir, para prepararse hace 15 ó 20 años sabían que si iban a Portugal...vendrían portugueses... también si es turismo familiar o mayores. En todas las plataformas.
- La información turística debe ofrecer datos valorativos (al igual que de la ocupación turística), Del sector comercial.
- Considera importante que se hagan las obras de mejora en invierno y que les informen antes de que empiecen.

#### CENTRO COMERCIAL AITANA

- Hablando de MUPIS inteligentes en el marco del DTI, les gustaría saber quién ha decidido dónde se han colocado éstos, ya que consideran que

hubiera sido bueno comentarlo con los negocios. El recientemente colocado, interfiere la visibilidad de su negocio. Debe mejorarse la consulta y comunicación de estas infraestructuras, cuando afecte a terceros.

#### GABA FORMACIÓN

- Al hilo de la explicación sobre los procesos formativos del DTI, su gerente/propietario explica que ellos se dedican a clases de español para extranjeros y cursos subvencionados, tanto para empresas como para trabajadores autónomos y parados.
- Considera que no hay sinergia entre el tejido comercial, ni turístico, ya que la Asociación de Comerciantes no fomenta que se conozcan entre ellos, a veces sus clientes le piden información de servicios que ellos desconocen. Mejorar en todo caso la coordinación.

#### BOUTIQUE FELICIDAD

- Señala que el proyecto debe ser sólido (no empezar la casa por el tejado), preparando su base para su continuidad.
  - Si los datos son ciertos, señala que puede ser que haya más turismo, pero que a su juicio, no se corresponde con las ventas.
  - Se centran todas sus quejas en la desaparición de plazas de aparcamiento.
  - En lo relativo a la movilidad, comentan que la cinta mecánica propuesta, tal vez haya que estudiar bien su emplazamiento y ubicación para que no entorpezca las plazas de parking, o por ejemplo se pueda desfilarse en octubre, con motivo de las fiestas de moros y cristianos.
  - Finalmente, indica que el Plan de Acción Comercial de hace años, no ha compensado las subvenciones con la pérdida de ventas-
- Finalmente, el técnico de participación ciudadana solicita a los asistentes, indiquen, bien en el mismo foro de debate, o bien a través de los cuestionarios, el estado o nivel de dependencia en materia de NTIC, y cuáles son los niveles de mejora posibles (tanto a nivel individual como municipal). Esta pregunta está dirigida con el fin de prospectar, si fuera el caso, la viabilidad de sus ideas con la naturaleza del proyecto DTI.
    - Gaba Formación: Señala depender un 80% nuevas tecnologías, redes sociales y aplicaciones.
    - Óptica Boro: 60% de software interno. El 100% pedidos se hace por Internet. Las ventas son al detall (no por Internet).
    - Boutique Pau Dona: Señala que ha pagado distintas aplicaciones, pero que ninguna está funcionando.

*Nota: el resto de asistentes se comprometen a ir remitiendo estas cuestiones en otras sesiones o en el futuro.*

9:32 99% 8:32

← Comentarios 🔍

 **Creama Calp** ha añadido 2 fotos nuevas.  
6 jul. a las 13:01 • 🌐

La semana pasada estuvimos de reunión de trabajo con una representación de los empresarios y hosteleros del municipio para escuchar sus necesidades dentro del proyecto Destino Turístico Inteligente. Muchas gracias por vuestro tiempo y aportaciones!!  
**#creamacalp #trabajandojuntos**



 Escribe un comentario...  

Detalle de los talleres y comunicación por Redes Sociales. Creama/Comercio.



Detalle de los talleres de participación y comunicación .

## 5. PRINCIPALES CONCLUSIONES

En relación con toda la información recibida, estas son las principales conclusiones derivadas de la aplicación del proyecto DTI.

### ACCIONES ESTRATÉGICAS-SOSTENIBILIDAD

#### ACCIONES PDI

#### APORTACIONES

#### AL PROCESO DE PPP

**AE1 – Grupos de trabajo con empresas del sector turismo**

**Sí:** En concreto se valora positivamente que existan foros de debate y participación siempre que se mantengan en el tiempo (ver Boutique PAU Dona).

**AE2 – Participación en iniciativas y proyectos tractores**

**No:** No se hacen aportaciones.

**AE3 – Fomento de la calidad turística**

**Sí:** La calidad turística pasa por que existan suficientes infraestructuras. Calp no las tiene (ver infraestructuras de movilidad, alumbrado, etc, recogidas en el foro Turístico o Comercial-Hostelero, Boutique Pau Dona, Felicidad...etc).

**No:** No se hacen aportaciones a los distintos de calidad.

**AE4 – Refuerzo de la identidad de marca Turismo de Calp**

**Sí:** Se reclama mejor coordinación entre el sector turístico y comercial (ver foro Comercial-Hostelero).

**AE5 – Creación de la Oficina Turística del SXXI**

**No:** No se hacen aportaciones a los distintos de calidad.

**AE6 – Adaptación a la Norma UNE 178501**

**No:** No se hacen aportaciones a los distintos de calidad.

**AE7 – Proyectos de mejora de accesibilidad física**

**Sí:** Es necesario solucionar el tema del aparcamiento y la movilidad urbana (ver foro Comercial-Hostelero).

**Sí:** Las obras en invierno (ver Óptica Boro).

<b>AE8 – Proyectos de mejora de accesibilidad digital</b>	<b>No: No se hacen aportaciones a los distintos de calidad.</b>
<b>AE9 – Formación empresas, ciudadanos visitantes</b>	<b>Sí: Existen empresas de formación que pueden sumarse al proyecto (ver aportación de Gaba Formación).</b>
<b>AE10 – Datos turísticos en abierto</b>	<b>No: No se hacen aportaciones a los distintos de calidad.</b>
<b>AE11 – Seguimiento y revisión de la estrategia turística</b>	<b>Sí: En concreto se valora positivamente que la estrategia turística sea compartida por todos los agentes implicados (ver Boutique PAU Dona).</b>  <b>Deben abrirse los Paquetes turísticos al resto de sectores económicos (ver AEMCO).</b>
<b>AE12 – Generación de las Cartas de Servicios Municipales</b>	<b>Sí: La carta debe contribuir a la necesaria desestacionalización (ver AEMCO).</b>
<b>AE13 – Realiz. de campañas y acciones de participación ciudadana</b>	<b>Sí: En concreto se valora positivamente que la estrategia turística sea compartida por todos los agentes implicados (ver Boutique PAU Dona).</b>
<b>AE14. Establecimiento y Seg. de sistema de indicadores</b>	<b>Sí: La información turística debe ofrecer datos valorativos (al igual que de la ocupación turística), del sector comercial (ver Óptica Boro).</b>
<b>ACCIONES TECNOLÓGICAS-MARKETING</b>	
<b>ACCIONES PDI</b>	<b>APORTACIONES</b>
	<b>AL PROCESO DE PPP</b>
<b>AT1 – Definición del Centro de Turismo Inteligente</b>	<b>Sí: En general se apoya el proyecto, pero sin descuidar otros factores esenciales del destino turístico (ver foro Comercio-Hostelería, Boutique Felicidad).</b>
<b>AT2 – Mejora de la Plataforma de Difusión Turística</b>	<b>Sí: Atención con solapamiento de servicios con grandes portales (ver foro Turístico).</b>
<b>AT3 – Aplicación móvil oficial Turismo de Calp</b>	<b>Sí: Necesaria pero que sea de calidad y con toda la oferta conjunta, completa y actualizada (ver</b>

---

	foro turístico).
AT4 – Central de Reservas Turísticas	Sí: Atención con solapamiento de servicios con grandes portales (ver foro Turístico, caso Booking y el ejemplo de fiasco de Travel Open Apps).
AT5 – Sistemas de Cartelería Digital	Sí: Atención con los servicios ofrecidos y la localización de éstos (ver caso de Galerías Aitana).
AT6 – Panel de Control Turístico	Sí: Del tema indicadores, reiterar que la información turística debe ofrecer datos valorativos (al igual que de la ocupación turística), del sector comercial (ver Óptica Boro)
AT7 – Señalización inteligente– Balizas turísticas	Sí: Atención con los servicios ofrecidos y la localización de éstos (ver Galerías Aitana).
AT8 – Herramientas de Captación de Datos	No: No se hacen aportaciones a los distintos de calidad, si bien vista la experiencia en la colocación de infraestructuras, debe ser de consulta las acciones derivadas de la localización de estos elementos (permisos, obstrucciones, etc).
AT9 – WiFi público	Si: No repetir la experiencia gowex. Quizá en puntos concretos para no generar competencia desleal a operadores (ver foro turístico).
AT10 – BIG DATA Turístico	No: No se hacen aportaciones específicas.

---

Calp a 05 de octubre de 2017  
El Técnico de Participación Ciudadana/Agenda 21 Local

José Vte Sánchez Cabrera