



Adaptación de la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunidad Valenciana al ámbito provincial: el caso de Costa Blanca
Implementing the Smart Tourism Destination methodology in Valencia at a provincial level: the case of the Costa Blanca

José Verdú Marín¹

UA – Universidad de Alicante/Universitat d'Alacant

jvm49@alu.ua.es

<https://orcid.org/0000-0002-1590-3232>

David Giner Sánchez

UA – Universidad de Alicante/Universitat d'Alacant

davidginer@ua.es

<https://orcid.org/0000-0002-1822-1157>

RESUMEN:

La implementación del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunidad Valenciana y su metodología originan dinámicas de trabajo conjunto y sinergias operativas desde la gobernanza que benefician al resto de agentes del sistema territorial-turístico. Atendiendo a ello, se plantea una investigación centrada en analizar el proceso de transición que debe abordar la Costa Blanca a partir de la inclusión en la gestión de dicho modelo inteligente, elaborando así una propuesta de adaptación apropiada para configurar una estructura de gestión turística más avanzada. Así pues, es primordial comprender la complejidad política y administrativa del área de estudio, conocer los diversos usos de las nuevas tecnologías en el ámbito turístico e interpretar adecuadamente las dimensiones del modelo DTI-CV y los efectos que pueden conllevar en un ámbito superior al municipal. En este caso, se plantea una investigación cualitativa basada en las técnicas de revisión bibliográfica y entrevista semiestructurada, esta última de alta relevancia para extraer nuevos hallazgos de interés para la investigación, planteada a profesionales técnicos e investigadores reconocidos en el área de estudio. Finalmente, el éxito del proyecto va a depender del papel que van a acoger las instituciones turísticas relacionadas con el desarrollo del modelo a diferentes niveles (Patronato de Turismo Costa Blanca, Red DTI-CV del Invat·tur y Turisme Comunitat Valenciana) para seguir trabajando en esta dinámica, tomando como referencia la sostenibilidad y los fondos “Next Generation” para su correcto y coherente desarrollo en un medio-largo plazo.

Palabras clave: metodología DTI-CV; Costa Blanca; gobernanza; ámbito provincial; gestión turística.

¹ El presente proyecto de investigación turística ha sido galardonado con la Excelencia en el marco del XI Fòrum de REDINTUR, siendo distinguido entre los ocho mejores Trabajos de Fin de Máster en Turismo del año 2021.

ABSTRACT:

The Smart Tourism Destinations model and methodology of the region of Valencia have given rise to a dynamic of collaboration and operational synergy that extends from the regional government to the rest of the stakeholders in the region's tourism system. The aim of this study is to analyse the implementation and adaptation of this smart management model at a provincial level (Costa Blanca). In order to do so, it is essential to understand the political and administrative complexity of the area of study, the different uses of new technology in the field of tourism, and the dimensions of the smart tourism destination model and its possible impact at a provincial level. The study uses a qualitative research approach, combining the techniques of literature review and semi-structured interviews with industry professionals and reputed researchers in the field. The results show that the success of the model will depend on the tourism institutions responsible for its implementation and promotion at different levels (Costa Blanca Tourist Board, DTI-CV Network of Invat-tur and Turisme Comunitat Valenciana), and their ability to develop the strategy effectively and coherently in keeping with the principle of sustainability and Next Generation EU goals.

Keywords: smart tourism destination (DTI-CV) methodology; Costa Blanca; governance; provincial level; tourism management.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Verdú Marín, José y Giner Sánchez, David (2022). Adaptación de la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunidad Valenciana al ámbito provincial: el caso de Costa Blanca. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 16(2), 135-154. <https://doi.org/10.17979/rotur.2022.16.2.8929>

I. INTRODUCCIÓN

Es evidente que nuevos modelos de gestión emergen para la gobernanza en los tiempos actuales a partir del surgimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC en adelante) e Internet y su aplicabilidad en el ámbito turístico. En esta ocasión, hay que poner el foco en el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunidad Valenciana (DTI-CV en adelante), presentado como un modelo de gestión turística avanzado a considerar por la gobernanza turística.

Es de interés plantear la integración de la metodología DTI-CV en el destino de la Costa Blanca, una vez se conoce cómo se configura dicha metodología a escala municipal y, próximamente, supramunicipal. De esta forma, se habilita una nueva vía de desarrollo turístico para el territorio alicantino, estableciendo las bases para una futura conversión a Destino Turístico Inteligente (DTI en adelante). Para ello, se formaliza una propuesta de adaptación para el correspondiente ámbito provincial, en la cual se establecen nuevos retos y recomendaciones para lograr dicha finalidad. Esto, a su vez, servirá para elevar la competitividad turística y conformar un marco de relaciones y sinergias beneficioso para el territorio y el conjunto de agentes que lo conforman.

Además, este enfoque inteligente va a permitir a la Costa Blanca organizar y gestionar adecuadamente sus dos productos turísticos más relevantes, el de sol y playa y el de interior. De esta manera, se pueden estructurar como elementos vertebradores del territorio para reagrupar a los municipios alicantinos atendiendo a sus características esenciales, siendo conscientes de que la implicación de estos municipios es determinante para seguir desarrollando el modelo y la metodología DTI-CV y conseguir su aproximación a ámbitos superiores.

Es cierto que la Costa Blanca se sitúa en una posición privilegiada dentro del mercado turístico nacional e internacional ya que presenta una oferta turística sólida, atractiva y de calidad con notables infraestructuras, equipamientos y servicios para satisfacer a un elevado número de turistas. Esto, no ha sido suficiente para evitar la convergencia de determinados desequilibrios territoriales, evidenciando limitaciones en la gestión del turismo y en su planificación. Aparte de ello, el correspondiente órgano gestor del destino, la Diputación de Alicante está materializando el Proyecto “*Smart Costa Blanca*”, proyecto promovido para alcanzar la consecución de un objetivo estratégico prioritario para el año 2021: estructurar y configurar la Costa Blanca en clave DTI.

Por estas razones, se dan las circunstancias apropiadas para plantear la investigación y establecer unas bases estratégicas que irán dirigidas a acometer una posible conversión futura de la Costa Blanca a DTI. Este es el canal perfecto para aclarar cuáles deben ser los aspectos de la gobernanza a potenciar en diferentes niveles y determinar nuevas capacidades operativas, promocionales y experienciales.

II. OBJETIVOS

El objetivo general de la investigación se centra en analizar el proceso de transición que debe abordar la Costa Blanca como destino turístico hacia un modelo de gestión inteligente, tratando de elaborar una propuesta de adaptación apropiada para configurar una estructura de gestión turística más avanzada.

Se plantea la pregunta principal de investigación que marcará la dirección que tomarán los objetivos del proyecto: *¿Cuáles son las claves estratégicas que debe sustentar la metodología DTI-CV para su adaptación al ámbito provincial y cómo se deben configurar para la Costa Blanca?*

Para cumplir el objetivo principal de la investigación, se definen los objetivos específicos:

- Comprender la complejidad política y administrativa del marco competencial provincial en materia turística.
- Conocer los diversos usos y aplicaciones de las nuevas tecnologías en el ámbito turístico y comprender cómo han ayudado estas a avanzar en el desarrollo del modelo DTI-CV.
- Interpretar adecuadamente las dimensiones del modelo DTI-CV y su proyección futura sobre la Costa Blanca.
- Detectar los posibles efectos que puede conllevar la implantación de la metodología DTICV en un ámbito superior al municipal.

III. METODOLOGÍA

En cuanto al método utilizado en la investigación, se considera fundamental aplicar el enfoque cualitativo considerando la naturaleza del estudio. Esencialmente, la investigación se basa en la realización de un análisis técnico multidimensional del modelo y de la metodología DTI-CV, atendiendo a las especificidades territoriales y turísticas que definen a la provincia de Alicante. Esto, va a ser posible por medio de la fundamentación teórica y la entrevista.

En primer lugar, se lleva a cabo la correspondiente *revisión de bibliografía estudios e informes*, fundamental para recoger información secundaria y dar apoyo en los meses iniciales de la investigación. Se considera prioritario acudir a revisar artículos académicos y de investigación de autores contrastados y con larga trayectoria en investigación turística. Principalmente, se buscan artículos que abarquen temas relacionados con la planificación turística y los nuevos enfoques de gestión, el DTI y el modelo turístico y de gestión de la Costa Blanca, tratando de almacenar información relevante para elaborar el correspondiente marco teórico y abordar algunas cuestiones del análisis, con el fin de enriquecer sustancialmente la investigación. Por ello, se navega por portales de investigación contrastados como Web Of Science y Scopus, otros académicos como Google Scholar y el Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante, además de otras revistas de investigación especializadas en turismo. Para una correcta aplicación de la técnica, se emplea la herramienta bibliográfica *RefWorks*.

Una vez se asimila correctamente la aportación teórico-práctica de las dimensiones fundamentales del estudio, se aplica la *entrevista semiestructurada* a un total de siete profesionales del ámbito turístico que puedan aportar valor a la investigación e información primaria de interés:

- Doctor, docente e investigador en turismo de la Universidad de Alicante.
- Doctor, docente e investigador en turismo de la Universidad de Alicante.
- Gerente de la Fundación Visit Benidorm.
- Jefa de Unidad de Marketing Digital y Proyectos del Patronato Costa Blanca.
- Técnica de Turismo del Ayuntamiento de Alcoy.
- Técnica de Turismo en el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas.
- Técnica de Turismo y DTI del Ayuntamiento de Santa Pola.

Teniendo en cuenta las circunstancias excepcionales de pandemia, se considera apropiado realizar las entrevistas por videoconferencia, concretamente, mediante la plataforma *Google Meet*. Para ello, se contacta con cada uno de los entrevistados vía *e-mail* y se les explica la motivación académica para realizar dicha entrevista, atendiendo a la ética profesional. Además, se establece el día concreto para materializar la entrevista según la disponibilidad de cada entrevistado y se adjunta el correspondiente enlace para acudir a la reunión virtual con el autor, que asume el rol de entrevistador.

Así pues, se realizan un total de siete entrevistas semiestructuradas a partir de seis preguntas de respuesta abierta. Estas preguntas son enviadas a los entrevistados antes de efectuar las entrevistas para que sepan cómo se va a afrontar dicha entrevista y desde qué perspectivas. El tiempo de entrevista es de cuarenta minutos, donde es de gran importancia constituir un entorno armónico para el desarrollo de las entrevistas. Por supuesto, se pide autorización a los entrevistados para grabar el audio de las entrevistas y transcribirlas, y así, garantizar un mejor análisis posterior. Finalmente, se transcriben las entrevistas y se codifican a través de la herramienta NVIVO.

Por último, hay que prestar especial atención a las fases de investigación ya que configuran el plan de trabajo instaurado desde el inicio hasta el final de la investigación, siendo determinantes para organizar y comprender la estructura del proyecto. En este caso, el proyecto se distribuye en cinco fases de investigación (Tabla 1).

Tabla 1. Fases de investigación

Fase	Objetivos concretos
Fase 1 – Elección, planteamiento y justificación del tema	<ul style="list-style-type: none"> - Plantear un trabajo de investigación relacionado con el DTI. - Elaborar una lista con destinos turísticos de la provincia de Alicante que necesiten un nuevo enfoque de gestión turística. - Prever una futura evolución del modelo y de la metodología DTI-CV. - Acotar número de destinos y plantear la selección de la Costa Blanca para el proyecto. - Proponer la evolución de la metodología DTI-CV a nivel provincial (Costa Blanca). - Establecer la problemática central de la Costa Blanca y encontrar razones para plantear su posible evolución hacia el DTI.
Fase 2 – Revisión bibliográfica, estudios e informes (marco teórico, análisis de la metodología DTI-CV y análisis de la Costa Blanca)	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar información secundaria de calidad y extraer ideas de interés para el estudio. - Asimilar la evolución de la planificación turística en España. - Valorar la trascendencia de las nuevas tecnologías en el ámbito turístico. - Visualizar los nuevos enfoques de gestión turística. - Asimilar la configuración del modelo DTI-CV y su proyección futura. - Establecer el papel y las funciones de la Red DTI-CV. - Caracterizar el territorio de la provincia de Alicante. - Explicar el desarrollo turístico de la Costa Blanca y su estructura de gestión.
Fase 3 – Objetivos de investigación y metodología	<ul style="list-style-type: none"> - Presentar objetivos en concordancia con la revisión bibliográfica para afrontar posibles retos y complejidades de integrar la metodología DTI-CV en la Costa Blanca. - Visualizar las necesidades del proyecto y elaborar una metodología afín para aplicar el método, las técnicas y herramientas imprescindibles. - Elaborar las fases de investigación para vertebrar todo el proyecto y organizar las tareas y el tiempo utilizado.

	- Desarrollar el plan de trabajo (cronograma).
Fase 4 – Entrevistas semiestructuradas, resultados y claves estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar información primaria de calidad y extraer ideas de interés para el estudio. - Elaborar una lista con profesionales del sector que puedan aportar una visión diferenciada a la investigación. - Acotar el número de entrevistados (7) y contactar con ellos para realizar las entrevistas. - Redactar un guión con preguntas clave asociadas a los objetivos específicos para conocer la opinión de los entrevistados desde diferentes perspectivas. - Realizar las entrevistas (videoconferencia). - Transcribir resultados y analizar las opiniones de los expertos. - Asentar los ejes prioritarios para la nueva propuesta.
Fase 5 - Propuesta de adaptación y conclusiones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar una propuesta de adaptación DTI para la Costa Blanca a través del desarrollo de las claves estratégicas. - Prestar especial atención a las aportaciones de los expertos para constituir nuevas estrategias de gestión turística inteligente. - Plasmar de manera sintetizada todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la investigación. - Responder la pregunta de investigación en forma de hipótesis verdadera.

Fuente: Elaboración propia

Así pues, cada una de estas fases alberga una serie de objetivos concretos que quedan directamente relacionados con los objetivos específicos marcados en la investigación. De esta forma, se atiende a la coordinación y a la coherencia como aspectos esenciales para integrar la metodología con los objetivos de investigación.

IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El *análisis del modelo DTI-CV municipal y supramunicipal* ha permitido comprender que el modelo DTI-CV es la herramienta idónea para mejorar la gestión y el marketing de un destino turístico. Conocer el grado de aplicabilidad de los pilares del modelo en el destino es imprescindible para que esta herramienta sea realmente funcional y ayude a mejorar aspectos operativos que se deben tener en cuenta desde la gobernanza, pudiendo adoptar una toma de decisiones más inteligente por medio de la tecnología, la cual facilita esta labor. Por ello, formalizar un sistema de indicadores es imprescindible para trabajar la implantación de dicha metodología a nivel municipal y supramunicipal.

Por su parte, *el análisis territorial y turístico de la Costa Blanca* establece que, cuando se pretende integrar el modelo y la metodología DTI-CV en un destino turístico es primordial abordar la respectiva caracterización del territorio. En su caso, se ha completado el estudio correspondiente para conocer y determinar la situación actual de la Costa Blanca. De este modo, se han determinado las singularidades del destino turístico para, posteriormente, permitir la elaboración de una propuesta viable de adaptación de dicha metodología a la realidad del destino.

Sin embargo, han sido los resultados extraídos en las *entrevistas semiestructuradas* los que realmente han permitido avanzar notoriamente en la investigación, estableciendo las claves estratégicas que debe sustentar la metodología DTI-CV para su adaptación al ámbito provincial y su configuración para la Costa Blanca. Por ello, cabe destacar los espacios comunes que acogen las respuestas más relevantes aportadas por cada participante en las seis cuestiones propuestas, poniendo el foco en lo verdaderamente importante para alcanzar los objetivos de investigación.

En lo que se refiere a la primera pregunta “*¿Cómo cree que ha evolucionado la planificación y gestión de los destinos? ¿Hacia dónde cree que se dirigen los nuevos modelos? ¿Qué papel va a jugar la tecnología?*” se destaca que, las tendencias políticas y sociales han marcado el devenir de la planificación y gestión en los destinos turísticos españoles y, principalmente, del mediterráneo. El desarrollo del turismo ha supuesto la transformación de muchos destinos según su incidencia. El impacto de la tecnología en la actualidad es muy alto, sobre todo en los últimos años. De esta manera, el turismo se ve beneficiado de ello, aprovechando este instrumento para agilizar procesos de gestión y mejorar el marketing y la comercialización de destinos. La tecnología es un pilar más del DTI y claramente puede ser aplicado de múltiples formas y la sensorización que da lugar a la interacción del usuario con el destino. Estas funcionalidades de la tecnología permiten una toma de decisiones más acertada y eficaz por parte de empresas y gestores turísticos.

En la segunda pregunta “*¿Cuál es su experiencia en el ámbito profesional con el modelo y la metodología DTI-CV?*” se hace referencia a que, en España por parte de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR en adelante) y en la Comunidad Valenciana desde el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur en adelante), son pioneros en materia DTI a nivel internacional. La metodología DTICV presenta una filosofía de trabajo conjunto interesante para promover la operatividad entre los departamentos de la administración y la cooperación con los demás ámbitos territoriales, así como la colaboración público-privada y la participación de la ciudadanía en los procesos de gestión. Esta herramienta de gestión es muy útil para destinos del litoral y de alta incidencia turística, gracias a la elaboración de un plan que configura la estrategia turística del destino orientada hacia la inteligencia. Además, trata de impulsar la calidad del capital humano y agilizar procesos con métodos innovadores de gestión en la gobernanza turística. El modelo DTI-CV sirve de guía para los destinos. Mediante la Red DTI-CV se asiste a los destinos que trabajan o quieren trabajar en clave DTI para que prosperen en su estrategia turística, progresen en inteligencia y lo materialicen sobre el territorio.

Por su parte, en la tercera pregunta “*Bajo su percepción, ¿podría indicar qué pros y contras tiene la metodología DTI-CV a la hora de ser implantada en el ámbito supramunicipal?*” se ponen en valor que, las ventajas que tiene la implantación de esta metodología de trabajo son múltiples y mayores que los inconvenientes, al menos, en el largo plazo. Una de estas ventajas es la de estrechar lazos de cooperación entre las mancomunidades y el Patronato, y este a su vez con el Invat-tur, lo cual va a generar un sinfín de sinergias para los destinos e instituciones, entre las que destacan el desarrollo de producto, la adhesión de nuevos destinos a la Red y la formación del Patronato en materia DTI, conformando un ecosistema de conocimiento beneficioso que va a generar un progreso evidente de la metodología DTI-CV. Establecer grupos de trabajo en clave DTI para implementar la metodología en ámbitos territoriales más amplios también resulta muy interesante ya que va a ayudar a elevar la calidad y formación del capital humano, compartiendo conocimiento con expertos en la materia, así como con otras administraciones. Asimismo, hay que esclarecer los

inconvenientes que puede presentar este trabajo en clave DTI, los cuales no vienen directamente inducidos por la metodología sino por las limitaciones que pueden tener ciertas mancomunidades por sus competencias en turismo, que son prácticamente inexistentes. Al igual que resulta complejo llegar a consensos entre municipios que tienen una ideología diversa o por temas políticos. Otra dificultad que se presenta viene por parte de los pequeños municipios, que no poseen recursos económicos y técnicos suficientes para albergar un alto grado de conversión DTI. Por último, los costes de compra de datos y sistemas tecnológicos de sensorización son muy elevados, lo cual presentaría una gestión insostenible para las mancomunidades si decidieran apostar por ello directamente con sus recursos económicos.

En la pregunta cuatro “*¿Qué debería hacer Turisme Comunitat Valenciana a través del Invat·tur como oficina DTI-CV habilitada para apoyar a las entidades supramunicipales?*” se destaca que, dar soporte técnico y económico a las mancomunidades debe ser la principal tarea a asumir por parte del Invat·tur, en sintonía con el Patronato, si de verdad se quiere trabajar la conversión integral o mayoritaria DTI de la provincia, los presupuestos en turismo son limitados y a través de subvenciones se puede motivar a los destinos para que trabajen en clave DTI, sin duda. Otra de las cuestiones interesantes sería la de habilitar *Smart Offices* por áreas o mancomunidades para no evidenciar en exceso las limitaciones técnicas y digitales que yacen en los territorios de interior. Extremar la cooperación entre el Invat·tur, el Patronato, las mancomunidades y los municipios puede ser el camino a seguir para que técnicos y gestores adquieran nuevas y mejores capacidades. El Invat·tur debe priorizar el eje de Sostenibilidad como línea de trabajo fundamental y más teniendo en cuenta el Programa de Planes de Sostenibilidad que vienen financiados desde la Unión Europea a través de unos fondos de recuperación económica muy altos, los fondos “*Next Generation*”. Al igual que debe aterrizar los indicadores del Autodiagnóstico DTI-CV a la realidad de las entidades supramunicipales y los municipios que las conforman.

La pregunta cinco “*¿Qué elementos hay que tener en cuenta al desarrollar el modelo y la metodología DTI-CV para el ámbito provincial? ¿De qué forma trataría de lograr su correcta implantación en la Costa Blanca?*” presenta varios aspectos a considerar. Es primordial que la Diputación ejerza el liderazgo suficiente para darle continuidad al Proyecto “*Smart Costa Blanca*”, ya que esto es necesario para seguir progresando en relación al DTI, pero no sólo con ello es suficiente. Se debe conseguir atraer a los municipios hacia esta vertiente, siendo el Patronato el altavoz de la propia Diputación y el hilo conductor para reforzar las bases propuesta por el Invat·tur. Mayoritariamente, los destinos de costa de la provincia tienen mayor capacidad presupuestaria y técnica que los de interior. La planificación racional es prioritaria bajo el punto de vista de los municipios, centrándose en resolver necesidades territoriales y poner el foco en la nueva estrategia turística fundamentada en el DTI, siendo conscientes de que el ámbito provincial no tiene competencias de este tipo en turismo y no pueden apoyarles. Implantar el modelo DTI-CV en el ámbito provincial es bastante complejo. Promover nuevas vías de trabajo y proyectos intercomarcales es una vía de desarrollo del producto turístico y una forma de captar fondos y subvenciones. En este sentido, la coordinación y complementariedad entre escalas es prioritario para establecer una estrategia definida y clara para establecer prioridades y sensibilizar acerca del DTI y sus beneficios.

En la última cuestión de las entrevistas, la pregunta seis “*¿Qué papel debería tener el Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca en la implantación del modelo inteligente en el ámbito provincial?*” se destaca que, debe priorizarse la coordinación entre las instituciones públicas de trascendencia turística del ámbito provincial y regional. Esto, es clave para establecer nuevas prioridades relacionadas con la seguridad y la resiliencia turística y ofrecer

nuevas líneas de subvención relacionadas con proyectos de accesibilidad y sostenibilidad, entre otros. El Patronato debe desarrollar nuevas facetas operativas para brindar apoyo en la comercialización y el marketing de los destinos que alberga bajo su paraguas, es decir, se debe centrar en asistir realmente en este sentido a los destinos alicantinos. Esto, es algo que cubriría las necesidades de personal en ciertos municipios, hasta cierto punto. Elaborar un plan estratégico de turismo a nivel provincial es interesante para instaurar una hoja de ruta y marcar unos objetivos que fomenten el desarrollo de producto y del marketing. También, se debe preocupar por impulsar y atender a los municipios que quieran trabajar en clave de sostenibilidad turística. Asimismo, tiene que concienciar al conjunto de municipios de la provincia para promover un progreso conjunto en inteligencia turística y ser su altavoz dentro de la Red DTI-CV. De esta forma, la Costa Blanca va a adquirir un posicionamiento muy cercano a la excelencia competitiva dentro del sector turístico. Para ello, el Patronato debe facilitar plataformas y herramientas tecnológicas a los destinos.

A partir del análisis de resultados, se han podido esclarecer las claves estratégicas que fundamentan la propuesta de adaptación de la metodología DTI-CV para el ámbito provincial. Estas claves deben sustentar la próxima evolución del modelo y de la metodología DTI-CV para destinos turísticos de mayor complejidad y escalas de gestión más amplias.

A continuación, se presentan los pilares estratégicos que van a tomar partida en el desarrollo de la nueva propuesta y en la configuración de una estructura de gestión turística más avanzada en la Costa Blanca. Así pues, se busca asentar con éxito el modelo y la metodología DTI-CV en la gestión turística de la Costa Blanca (Tabla 2).

Tabla 2. Claves estratégicas de la nueva propuesta DTI-CV a nivel provincial

A) Administraciones públicas a distintos niveles: necesidades y prioridades
B) Trabajar desde la transversalidad
C) Procesos de participación con la ciudadanía
D) El papel de las instituciones públicas en materia turística
E) Extremar la coordinación pública
F) Subvenciones y líneas de ayuda a municipios
G) Transferir conocimiento y compartir datos
H) Proyectos turísticos: cooperación y colaboración público-privada
I) Desarrollo del producto turístico y del marketing
J) Sostenibilidad: fondos “ <i>Next Generation</i> ”
K) Proponer un modelo DTI-CV provincial y actualizar indicadores
L) Elaborar y ejecutar planes estratégicos en clave DTI y sostenibilidad turística

Fuente: Elaboración propia

A) Administraciones públicas a distintos niveles: necesidades y prioridades

Por parte de los mayores ámbitos de gestión de la gobernanza, en este caso el ámbito regional y provincial, se deben priorizar las escalas menores municipal y supramunicipal. Así pues, con el liderazgo de Turisme Comunitat Valenciana junto al de las diputaciones provinciales (Diputación de Alicante), tienen que trabajar con los menores ámbitos de la administración para poder establecer necesidades y prioridades de los 141 municipios que conforman la provincia de Alicante, atendiendo a sus ocurrencias territoriales y turísticas. De este modo, se van a poder tomar decisiones conjuntas más apropiadas que beneficien a estos territorios y ayuden en su progresión ascendente en el ámbito turístico, concienciándoles y dándoles apoyo para instaurar el turismo como una actividad económica prioritaria, y a su vez, regulada.

Para ello, es necesario establecer reuniones presenciales y trabajo de campo, nombrar responsables de Turisme o del Patronato por municipios, comarcas o mancomunidades, elaborando informes y proporcionándoles de personal capacitado de la administración para llegado su momento, trabajar su conversión Smart o DTI. De esta forma, los territorios van a tener alternativas de desarrollo, sobre todo, teniendo en cuenta los pequeños municipios de interior, pero sin desatender a los demás.

B) Trabajar desde la transversalidad

La transversalidad es una de las claves en la comunicación entre áreas y departamentos de un municipio, pero no debe quedar sólo ahí. Sería idóneo trabajar dicha transversalidad también entre los ámbitos municipal, supramunicipal, provincial y regional para que se pudieran establecer unos objetivos comunes y no por separado. Así, las áreas de medioambiente, turismo, sanidad, urbanismo, etc., se van a ver beneficiadas, e incluso, atendiendo a la vital trascendencia de la tecnología se debería incorporar una nueva área relacionada con tecnología a nivel local, pero también a nivel supramunicipal, provincial y regional.

C) Procesos de participación con la ciudadanía

Los procesos de participación con la ciudadanía en temas de turismo deben evolucionar hacia la presencialidad, necesariamente. A partir de ello, se va a trabajar mucho mejor cualquier tipo de gestión, planificación o proyecto de incidencia turística. Hay que hacer partícipes a los grupos sociales locales en los procesos de decisión relevantes para el devenir del territorio, llegando a acuerdos a través de consensos. El proceso de participación de un plan también va en esta dirección. No se puede transformar un territorio en DTI si no se cuenta con el beneplácito de sus residentes principalmente, al igual que el de sus empresas. Se deben poner en común todos los intereses y puntos de vista de los stakeholders para orientar la estrategia turística, con el apoyo de estos agentes que son claves para que la estrategia DTI pueda tener verdaderamente el éxito deseado.

D) El papel de las instituciones públicas en materia turística

Debe prevalecer el liderazgo de las grandes instituciones públicas en materia turística a nivel regional y provincial para impulsar el avance conjunto de los territorios hacia el DTI. Para ello, el nexo entre Turisme Comunitat Valenciana y el Patronato es la Red DTI-CV del Invat-tur. A pesar de que desde el Invat-tur están haciendo una grandísima labor, sería

interesante aterrizar más aún la teoría mediante la materialización de un mayor número de proyectos piloto, proporcionando personal propio cualificado a estos territorios que quieren concretar proyectos DTI u otros relacionados con la economía circular o el cambio climático.

En el caso del ámbito provincial, es interesante que las tres diputaciones de la Comunidad Valenciana acerquen posturas para tratar de encajar la metodología DTI-CV en este ámbito, una vez se evalúe su encaje en el ámbito supramunicipal. Siendo conscientes de que el Invat·tur debe ser el mediador y el órgano institucional fundamental para guiar a las diputaciones y sus órganos dependientes de turismo, al igual que debe establecer reuniones y buscar el consenso con los técnicos de turismo para visualizar las realidades de las tres provincias de la Comunitat Valenciana y contemplar la forma de adaptar la metodología en este ámbito.

E) Extremar la coordinación pública

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la coordinación es la base para atender a las cuestiones prioritarias de los territorios entre los ámbitos de gestión, ya que el papel de la gobernanza debe ser el de tomar decisiones que fomenten y promuevan el desarrollo del conjunto de stakeholders y asistan a empresas y residentes. La gobernanza turística a diferentes niveles se debe de encargar de impulsar y materializar proyectos relacionados con la sostenibilidad y el DTI, ofreciendo asistencia entre ámbitos para seguir avanzando hacia una gestión turística más inteligente entre territorios fundamentada en el conocimiento y la recopilación de datos, con la finalidad de mejorar la gestión y el marketing de los destinos.

La figura del Destination Marketing and Management Organization (DMMO en adelante) se presenta como una oportunidad para configurar una estructura avanzada de gestión turística en la Costa Blanca. El DMMO no tiene por qué ser una misma institución u organismo, pueden ser dos instituciones sincronizadas y con competencias repartidas que realmente tomen decisiones conjuntas, como en el caso de la Diputación como ente de gestión y el Patronato como ente de promoción.

F) Subvenciones y líneas de ayuda a municipios

La coordinación tiene mucho que ver en esta clave estratégica. Los ámbitos provincial y regional deben proporcionar unas líneas de ayuda y subvención suficientes y diversas, pudiendo dar muchas alternativas de desarrollo a los territorios y municipios menores, independientemente de su extensión, población y localización. Sin duda, ampliar líneas de subvención es clave para el desarrollo de los destinos y más teniendo en cuenta la situación pandémica actual.

En el caso del turismo y orientado hacia el DTI, Turisme Comunitat Valenciana y el Invat·tur pueden aumentar las líneas de ayudas actuales en tecnología, innovación, sostenibilidad y accesibilidad para tratar de forma indirecta la conversión DTI de los destinos a partir de unos pilares que promueven por otra parte el desarrollo territorial. Es la ocasión perfecta para ampliar las subvenciones y, en este caso, sería conveniente poner más facilidades a los municipios que no estén introducidos en el DTI por sus limitaciones en cuanto a su limitación de recursos económicos y técnicos, no se les puede abandonar y hay que hacer un esfuerzo por asistirles en esta índole y proporcionarles vías y alternativas de desarrollo territorial y turístico.

Generalitat Valenciana y Turisme tienen un papel fundamental para afrontar esta fórmula de dotación de recursos económicos debido a que poseen gran capacidad para realizar esfuerzos y garantizar el éxito de implantación de la metodología DTI-CV en los destinos de la Comunidad Valenciana, apoyado por las diputaciones en medida de lo posible.

G) Transferir conocimiento y compartir datos

La Red DTI-CV a través del Invat-tur es el organismo habilitado para proporcionar las herramientas e instrumentos adecuados a los destinos turísticos que quieran trabajar en clave DTI. Siendo conscientes de que su trabajo está siendo sobresaliente con la elaboración de documentos estratégicos, la materialización de proyectos conjuntos, la dotación de asistencia técnica y el alcance de subvenciones, sería conveniente considerar una mayor eficacia en la asistencia para miembros de la Red que no son de Nivel 3. De este modo, se podrían mejorar las capacidades de los destinos adheridos de Nivel 1 y 2, e incluso, facilitar una serie de claves estratégicas a los municipios no adheridos para adoptar la metodología DTI-CV de manera progresiva mediante prácticas inteligentes en el trabajo diario y en sus aspectos operativos, siendo conscientes de que cada territorio tiene una situación inicial diferente. Quizás, si empiezan a ver el alcance de esta metodología impulsen su conversión DTI.

Al igual que es importante transferir datos y conocimientos de interés turístico sólo disponibles para el Invat-tur o el Patronato, distribuyendo la información a través de newsletters e informes que queden a disposición de los municipios, comarcas y mancomunidades que quieran mejorar su gestión y marketing turístico. Esto, puede ser clave para tomar nuevas decisiones en materia turística, con un mayor conocimiento se van a priorizar actuaciones y se va a ser más eficiente en la toma de decisiones.

H) Proyectos turísticos: cooperación y colaboración público-privada

Sería interesante elaborar un informe actualizado de las empresas turísticas existentes en la provincia de Alicante y registrarlas por CIF, tipología (hoteleras, agencias, consultorías, náuticas, etc.), datos de contacto e inversión realizada. De esta manera, la administración va a poder contactar con estas empresas ágilmente para proponerles su participación en futuros proyectos de dinamización turística de mayor o menor envergadura, atendiendo a las necesidades de los destinos.

Por otra parte, la situación actual es difícil para todas las empresas, y en este caso, el Patronato está concediendo ayudas a determinadas empresas del sector ya que tiene una cantidad económica acumulada que puede servir para ayudar a las empresas, sin duda. Una de las salidas viables para recuperar la resiliencia turística sería rebajar las pretensiones fiscales de las empresas mínimamente para asistirles e impulsarles de nuevo, aprovechando en algunos casos que son empresas determinantes para seguir desarrollando el producto turístico en la Costa Blanca, lo cual puede ser un doble efecto positivo para todas las partes interesadas. En este sentido, las pequeñas empresas turísticas no quedarían desatendidas en ningún momento.

I) Desarrollo del producto turístico y del marketing

Poniendo el foco sobre la metodología DTI CV supramunicipal, donde destaca un único producto turístico vertebrador sobre el que trabajar la inteligencia turística y configurar la

nueva estrategia turística, se propone para el ámbito provincial desarrollar hacia una gestión turística inteligente los dos productos turísticos contrastados en la oferta de la Costa Blanca y determinantes para atraer a la demanda, estos son: el producto turístico de sol y playa y el de interior. Por un lado, todos los municipios y territorios de costa, y por otro, los municipios y territorios de interior, subdividiendo los 141 municipios en dos subcategorías que van a permitir organizar de manera coherente los destinos según sus características comunes y con una finalidad turística, rompiendo la barrera de las limitaciones competenciales de las mancomunidades y prevaleciendo el progreso y el desarrollo turístico. A partir de estas agrupaciones y con la implementación de la metodología DTI-CV se va a poder trabajar de manera más eficiente y eficaz con los destinos ya que las fortalezas y debilidades de los destinos de costa y de interior son sobradamente conocidas, pudiendo ampliar la visión de oportunidades y contrarrestar las amenazas existentes para cada producto turístico.

El marketing, y en concreto el marketing digital, es otro de los aspectos prioritarios que deben trabajar los DTI en temas de segmentación turística y comunicación. Sería interesante recoger ciertos estándares de marketing digital ligados a un correcto uso de las TIC. Este sentido, el Patronato junto al Invat-tur pueden facilitar documentos técnicos y herramientas tecnológicas más específicas orientadas a la potenciación de las páginas web turísticas, mejorando la comercialización de la Costa Blanca y elevando la competitividad de los destinos mediante el buen uso de la tecnología como uno de los pilares fundamentales del modelo y de la metodología DTI-CV. Se pueden incorporar cursos y seminarios para los técnicos de turismo del ámbito provincial, supramunicipal y municipal.

J) Sostenibilidad: fondos “Next Generation”

La sostenibilidad se presenta como una herramienta de planificación, más allá del DTI, siendo conscientes de que la sostenibilidad es mucho más transversal y trascendente para los municipios y territorios. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS en adelante) están teniendo éxito gracias a la concienciación de la ciudadanía y de las administraciones para desarrollar nuevas prácticas y políticas basadas en la equidad socio-cultural, medioambiental y económica. En este sentido, se están incrementando las subvenciones desde la Unión Europea en clave sostenibilidad, donde los fondos “Next Generation” son verdaderamente importantes para impulsar de nuevo a los territorios europeos tras la situación de crisis vivida a partir de la pandemia. Estas subvenciones son infinitamente más altas que las que se asignan en clave DTI a nivel regional o nacional a través de Red.es.

A través de los ODS, la sostenibilidad pone en valor aspectos ligados a la tecnología y a la innovación, claramente relacionados con el DTI, donde además forma parte como un pilar fundamental del modelo. Por esta razón, la sostenibilidad y el modelo y la metodología DTI-CV son compatibles y tienen un alto grado de retroalimentación.

Una vía de trabajo prioritaria debe ser la captación de estos fondos “Next Generation” mediante la realización de planes de sostenibilidad turística en destinos que apoyen la recuperación económica y la revitalización del sector. En este sentido, Turisme debe ejercer el liderazgo para informar, concienciar y transferir el conocimiento necesario a los destinos para que afronten estos proyectos de alta financiación, pudiendo servir de impulso para la excelencia competitiva de la Costa Blanca. Habría que ver si los proyectos sólo tendrían cabida dentro del ámbito municipal y supramunicipal, o bien se podría materializar un Plan de Sostenibilidad Turística Integral de la Costa Blanca que sirva de guía para los destinos alicantinos de menor escala de la provincia. Para el éxito de esta clave estratégica, es vital que

Turisme y las diputaciones provinciales estén alineados y trabajen desde la cohesión territorial y turística.

K) Proponer un modelo DTI-CV provincial y actualizar indicadores

En el novedoso modelo DTI-CV supramunicipal se incorporan determinados indicadores del modelo municipal, por lo que en este caso habría que estudiar muy bien qué indicadores se adecuarían a las circunstancias del ámbito provincial. Incorporar indicadores es interesante al igual que necesario, sobre todo atendiendo a las nuevas tendencias y dinámicas que emergen relacionadas sostenibilidad, pandemias, salud, economía y medioambiente. Como bien se ha explicado, los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos puede servir para impulsar a su vez aspectos del DTI. Las soluciones turísticas de la Costa Blanca pasan por tomar decisiones en base al registro de datos y a la implantación de un sistema de indicadores cuantificable y operable a nivel funcional desde una perspectiva de gestión y planificación inteligente de destino, transfiriendo información y conocimiento turístico a los destinos alicantinos de menor escala.

Para garantizar un progreso de la metodología DTI-CV en el ámbito provincial sería interesante originar un equipo de trabajo habilitado a este nivel liderado por el Invat·tur. Un equipo de trabajo especializado en tecnología, accesibilidad, sostenibilidad e innovación que trabaje de manera transversal desde la Diputación y el Patronato, en clara sincronización con el Invat·tur.

L) Elaborar y ejecutar planes estratégicos en clave DTI y sostenibilidad turística

La elaboración, ejecución y control de planes estratégicos en clave DTI y sostenibilidad turística se presenta como una oportunidad para recuperar la resiliencia turística en los destinos, siendo conscientes que para trabajar unos objetivos comunes y aproximados a la realidad de los destinos turísticos es necesario seguir un plan. Para ello, es necesario revisar los documentos estratégicos previamente existentes en cada destino para valorar su alcance y hasta qué punto hay que tenerlos en cuenta para próximos planes, con el fin de establecer una estrategia bien definida y acorde a las circunstancias y necesidades actuales.

Sería interesante poder cofinanciar Planes Directores DTI y PTI por parte del Invat·tur con unas líneas de ayuda que faciliten claramente la materialización de estos planes, atendiendo sobre todo a los pequeños municipios y a los entes supramunicipales que quieran trabajar en clave DTI, pero tienen recursos limitados. Esto es algo que se debe trabajar desde la Red DTICV, donde el Patronato sería el altavoz de los territorios alicantinos, brindándole apoyo al Invat·tur y volcándose con los proyectos de esta índole.

Se propone la participación directa y activa del Invat·tur en los planes estratégicos que realizan las consultorías turísticas, de forma que se pongan en valor las necesidades reales de los destinos y se garantice el éxito en la implantación de estos planes, aportando su visión técnica en todo momento y haciendo un seguimiento de cada destino que tenga una estrategia DTI.

Para los próximos, habría que estudiar la posibilidad de dar cabida a Plan Director DTI de Costa Blanca como bien ha materializado la Costa del Sol, al igual que el correspondiente Plan de Sostenibilidad Turística, o si simplemente se han de trabajar estos planes en niveles inferiores. Si pudiera darse el caso, la gobernanza a estos niveles podría dar un salto evidente

en temas de gestión, brindando nuevas oportunidades y asistencia directa a los territorios menores. Siempre de la mano del Invat·tur.

V. CONCLUSIONES

Desde los años 90, las herramientas de gestión y planificación turística han evidenciado un avance cualitativo en los procesos de integración del turismo en los sistemas territoriales, favoreciendo a un correcto desarrollo de las vertientes socio-cultural, económica y medioambiental. Esto, ha sido posible gracias al nuevo rol competencial de las comunidades autónomas y a la coordinación entre ámbitos territoriales. De esta manera, se ha podido trabajar una correcta adecuación de la actividad turística en áreas costeras como las de la Costa Blanca, llevando a cabo diagnósticos de los modelos de desarrollo e incidiendo en los equilibrios territoriales de manera progresiva desde la gestión, la producción y el consumo turístico.

En la actualidad, la sostenibilidad pone en auge nuevas prácticas, técnicas y políticas turísticas sostenibles, siendo realmente trascendente para mejorar muchos aspectos cualitativos de la oferta turística y de segmentación de la demanda. Es prioritario apostar por nuevas herramientas de planificación ligadas a la sostenibilidad. En el caso del turismo se deben priorizar los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos para impulsar de nuevo la economía y la revitalización del sector, siendo un factor vital para obtener subvenciones realmente elevadas de la Unión Europea a través de los fondos “*Next Generation*”.

Por otra parte, el ágil y progresivo avance de las TIC en el sector han supuesto nuevos mecanismos ágiles de gestión y marketing turístico que permiten recoger datos y originar conocimiento mediante el *Big Data*, facilitando la labor de las instituciones públicas y empresas privadas, permitiendo una nueva posición competitiva de los destinos a partir de una mejora evidente en la toma de decisiones.

La verdadera clave para adaptar el modelo y la metodología DTI-CV en la Costa Blanca reside en la gobernanza y en la inclusión de las bases establecidas en el Proyecto “*Smart Costa Blanca*”. A través de esta metodología, se puede ampliar la dinamicidad de las instituciones públicas para trabajar en mucho mayor grado la coordinación entre administraciones y la agilización en procesos de gestión y marketing.

No obstante, el modelo y la metodología DTI-CV está en constante periodo de adaptación y evolución, y esto permite avanzar a los destinos turísticos de diversas características que quieren acogerse a dicha metodología. En este estudio se toma como referencia la metodología DTI-CV a escala supramunicipal, la cual trata de desarrollar una planificación y gestión inteligente desde la perspectiva de producto turístico, yendo más allá de los límites geográficos y administrativos.

Siguiendo los pilares de la nueva metodología supramunicipal, resulta coherente proponer a los dos productos turísticos más determinantes de la Costa Blanca como ejes del desarrollo de la metodología DTI-CV provincial: el producto turístico de sol y playa y de interior. Así, se podría trabajar desde un enfoque de gestión mucho más integral y transversal entre destinos y administraciones, siendo conscientes de que el liderazgo en todo momento debe ser del Invat·tur y que la colaboración del Patronato para concienciar a municipios y entes supramunicipales sería vital para llevarlo a cabo. El ejemplo de la Costa del Sol y los contactos iniciales con Visit Valencia presenta un alto grado de optimismo con relación al proyecto.

Además de ello, analizar los indicadores disponibles y establecer cuáles serían aptos para este ámbito provincial es de gran trascendencia.

El trabajo de la Red DTI-CV en temas de concienciación y participación de los destinos turísticos y el apoyo del Patronato resultan imprescindibles para que estos destinos apuesten por la metodología DTI-CV. Esta metodología de trabajo conlleva en un medio-largo plazo a múltiples beneficios y sinergias tras su implantación: gestión más eficiente y eficaz de la gobernanza, estrechar lazos entre el sector público y privado, priorización del turismo como actividad económica fundamental, transparencia de la administración pública, trabajo conjunto y mejoras en comunicación entre departamentos, concejalías y ámbitos competenciales, elevar el nivel de competitividad turística, mayor formación del personal técnico de la administración, cuantificación de aspectos funcionales del destino, mayor implicación en los procesos de participación de la ciudadanía, mayor accesibilidad a servicios públicos y datos abiertos al servicio del ciudadano, mejora de la calidad de servicios y contenidos en portales web de turismo, trabajar mejor el producto turístico y ofrecer experiencias turísticas diferenciadas, mejora del posicionamiento y visibilidad del destino, avances en marketing turístico y la oportunidad de ingresar en la Red DTI-CV.

Para garantizar el éxito del proyecto, es necesaria la responsabilidad de la gobernanza y el alineamiento entre los ámbitos de gestión, la integración de personal cualificado para gestionar las nuevas herramientas tecnológicas y la colaboración público-privada para poner en valor los intereses de los *stakeholders* convivientes en un territorio.

Finalmente, es importante señalar que se han cumplido satisfactoriamente las expectativas establecidas al comienzo del trabajo, respondiendo a la pregunta de investigación planteada con la elaboración de las claves estratégicas pertinentes para tratar la adaptación de la metodología DTI-CV en el ámbito provincial de la Costa Blanca y su configuración. También, se alcanza el objetivo general del proyecto, el cual trata de analizar el proceso de transición que debe acometer la Costa Blanca para mejorar su gestión turística en clave inteligente. Para ello, los objetivos específicos han sido determinantes para guiar las bases de la investigación y garantizar la viabilidad del proyecto.

Autoría del trabajo

Conceptualización, (J.V.M); metodología, (J.V.M); adquisición de datos, (J.V.M); análisis e interpretación, (J.V.M); redacción, revisión y edición, (J.V.M y D.G.S). El autor ha leído y está de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Villanueva, Luis (2006). *Gobernanza y gestión pública* (1ª edición electrónica, 2015). Fondo de Cultura Económica, Ajusco.
<https://marcelagonzalezduarte.files.wordpress.com/2018/01/aguilar-villanueva-gobernanza-y-gestion-publica.pdf>

Andreu, Luisa y Parra, Eduardo (2007). Gestión de redes en empresas y destinos turísticos. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5 (3), 399-402. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2007.05.030>

Asociación Española de Normalización y Certificación (2018). Extracto de la Norma UNE 178601: 2018. Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. <https://tienda.aenor.com/norma-une-178501-2018-n0060239>

Asociación Española de Normalización y Certificación (2018). Extracto de la Norma UNE 178602: 2018. Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes. <https://tienda.aenor.com/norma-une-178502-2018-n0060240>

Consejo Español del Turismo (2007). Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (2008-2012). Recuperado de: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>

Darío Muriel, Rafael (2006). Gestión ambiental. Espacio de reflexión y comunicación en *Desarrollo Sostenible*, 3 (13).

Díaz-Canel Bermúdez, Miguel y Delgado Fernández, Mercedes (2021). Gestión del gobierno orientado a la innovación: Contexto y caracterización del Modelo. *Revista Universidad y Sociedad*, 13 (1), 6-16. doi.org/10.11144/urj.13.1.6-16

Diputación de Alicante. (2017). “Estrategia Alicante Smart Province – provincia inteligente”. <http://abierta.diputacionalicante.es/wp-content/uploads/PlanesAnualesyPlurian/Plan-Smart-Province-Provincia-Inteligente.pdf>

Entidad Pública Empresarial Red.es (2020). Dossier informativo del Proyecto “Smart Costa Blanca”. https://www.red.es/redes/sites/redes/files/Descarga%20Iniciativa%20ALICANTE_0.pdf

Femenia-Serra, Francisco e Ivars-Baidal, Josep Antoni (2018). *Smart tourism: Implicaciones para la gestión de ciudades y destinos turísticos*. doi.org/10.11144/urj.13.1.6-16

Foronda Robles, Concepción y García López, Ana María (2009). La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados. *Cuadernos de turismo*, (23), 89-110. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874005>

Fumero Reverón, Antonio y Rodríguez Téubal, Ignacio. (2006). Gobernanza 2.0. *Análisis local*, 67, 59-72.

Galiana Martín, Luis y Barrado Timón, Diego (2006). Los Centros de Interés Turístico Nacional y el despegue del turismo de masas en España. *Investigaciones Geográficas*, (39), 73-93.

García Anón, María (2004). La Agenda 21 Local: proceso y evaluación. *Revista Galega de Economía*, 13 (1-2), 0. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39113220>

Giner Sánchez, David (2016). Social media marketing en destinos turísticos: situación actual, planificación y prospectiva. Un análisis aplicado a la Comunitat Valenciana. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.

Giner Sánchez, David (2017). Hacia una nueva gobernanza del destino turístico: el enfoque de gestión de los destinos turísticos inteligentes (DTI). *Claves para entender el turismo de hoy*.

Gómez Gil, Carlos (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 140, 107-118. doi.org/16.1258/17374476.2018.1548963.

Gómez Lozano, María del Mar (2015). *La denominación geoturística como herramienta estratégica de la promoción de los destinos turísticos en España*. dx.doi.org/12.15307/cig.1211.

Instituto Nacional de Estadística (01 enero, 2020). Alicante/Alacant: Población por municipios y sexo. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2856>

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (2016). Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes. <https://www.slideshare.net/invattur/manual-operativo-para-la-configuracin-de-destinos-inteligentes>

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (2019). Plan Director DTI de Alcoy. <https://smartcity-alcoi.com/wp-content/uploads/Plan-Director-DTI-Alcoy.pdf>

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (2020). Manual sobre Gobernanza para Gestores de Destinos Turísticos.

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (2020). Manual sobre Sostenibilidad para Gestores de Destinos Turísticos. <https://www.innovtur.com/manual-sobre-sostenibilidad-para-gestores-de-destinos-turisticos/>

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas. (2021). Composición de la Red DTI-CV por niveles.

Ivars-Baidal, Josep Antoni, Celdrán Bernabéu, Marco Antonio y Femenia-Serra, Francisco (2017). Guía de implantación de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana.

Ivars-Baidal, Josep Antoni, Solsona Monzonís, Javier y Giner Sánchez, David (2016). *Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes*. dx.doi.org/14.12588/cig.1752.

Ivars-Baidal, Josep Antoni y Vera-Rebollo, Fernando José (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (82), 7. doi.org/18.2376/587-7-62438452-8_1.

Ivars-Baidal, Josep Antoni, Navarro-Jurado, Enrique, Celdrán Bernabeu, Marco Antonio, Perles Ribes, José Francisco y Perea Medina, María Jesús (2018). El enfoque integral de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en áreas litorales: alcance, progresos y limitaciones. doi.org/12.1452/324-1-21421308-1_5.

Jiménez Muñoz, Ignacio (2003). Responsabilidad social y medioambiente. La empresa sostenible. *Responsabilidad social de las empresas y Balance Social*, 53.

- Kenny, Charles (2015). ¿Hemos perdido el rumbo? De los ODM a los ODS. *Política exterior*, 29 (163), 80-91. doi.org/14.1023/15122365.2015.2471215.
- Martín Valles, David (1999). Las tecnologías de la información y el turismo. Instituto de estudios turísticos – Secretaría de Estado, Comercio, Turismo y Pymes. 142, 3-24.
- Martínez del Vas, Ginesa (2017). Aplicación de los principios de la planificación estratégica al turismo. Análisis de un proceso de escala regional. *Cuadernos Geográficos*, 56 (1). doi.org/11.8321/13145877.2017.2026335.
- Martínez Quintana, Violante (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 19 3 (785). doi.org/11.2475/12354711.2017.1945556.
- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (marzo, 2015). Plan Nacional de Ciudades Inteligentes. http://www.solarconcentra.org/wp-content/uploads/2017/06/Plan_Nacional_de_Ciudades_Inteligentes.pdf
- Ministerio de Hacienda y Administraciones públicas (2021). Mancomunidades. Comunidad autónoma: Comunidad Valenciana - Provincia: Alicante. <https://ssweb.seap.minhap.es/REL/frontend/inicio/mancomunidades/10/13419>
- Miralbell, Oriol, Lamsfus, Carlos, Gomis, Joan Miquel y González, Francesc (2012). Estudio de las TIC y el Turismo en España. *Análisis de las ponencias del congreso TURITEC entre 1999 y 2010. TuriTec 2012*. doi.org/10.014/314-1-124-32471-1_4.
- Moreno Alonso, Concepción (2015). Desarrollo de un modelo de evaluación de ciudades basado en el concepto de Ciudad Inteligente (Smart City). *Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos*, Madrid.
- Morrisson, Alison, Lynch, Pablo y Johns, Nick (2004). “International tourism networks”. *International journal of contemporary hospitality management*, 16 (3): 197–202.
- Muñoz Benito, Rocío (2016). El turismo como sector estratégico en las etapas de crisis y desarrollo de la Economía Española. *International journal of scientific management and tourism*, 2 (4), 81-115. doi.org/14.8597/12896547.2016.1742569.
- Naciones Unidas (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Núñez Reyes, Georgina (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. *Cepal*.
- Pedreño Muñoz, Andrés y Ramón Rodríguez, Ana (2009). El turismo: globalización, competitividad y sostenibilidad. *Mediterráneo económico*, 16.
- Perea-Medina, María Jesús y Navarro-Jurado, Enrique (2018). Valoración de las políticas en España: destinos turísticos inteligentes. Ponencia dictada en el XX Congreso AECIT. Universidad de Alicante. doi.org/16.2784/15263998.2018.16171521.
- Pérez Guerra, Raúl (2004). La intervención administrativa en el sector turístico español: La política turística. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, (43), 396-413.

Plan de Excelencia Turística en el Valle de Tena (2004). *Cuadernos geográficos*, (34), 179-195.

Portal de información Argos (enero, 2020). Datos generales: Alicante. http://www.argos.gva.es/bdmun/pls/argos_mun/DMEDB_PROVDATOSGENERALES.Dibuj aPagina?aNProvId=3&aVlengua=c

Quirós Tomás, Francisco Javier (2016). Aerolíneas low cost y sus efectos sobre el turismo: El caso español. *El turismo y la experiencia del cliente: IX jornadas de investigación en turismo*, p 491-514. [dx.doi.org/14.17830/cig.1324](https://doi.org/10.17830/cig.1324).

Riera Figueras, Pilar, Haas, Carlos, Amer Capdevila, Cristian y Vilaplana, Verónica (2005). Las mancomunidades en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*.

Secretaría de Estado de Turismo (2013). Plan Nacional e Integral del Turismo 2012-2015. <https://turismo.gob.es/es-es/servicios/Documents/Plan-Nacional-Integral-Turismo-2012-2015.pdf>

Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital (diciembre, 2017). Plan Nacional de Territorios Inteligentes 2017. https://avancedigital.mineco.gob.es/es-es/Novedades/Documents/Plan_Nacional_Territorios_Inteligentes.pdf

Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (2019). Oportunidades y retos para los Destinos Turísticos Inteligentes. <https://www.congresocalidadturistica.es/wp-content/uploads/2019/11/Mesa-6-Segittur.pdf>

Subdirección General de Calidad e Innovación Turística (2004). Codificación de las actuaciones de los Planes de Dinamización de Productos turísticos.