

ESTRATEGIA DE DESARROLLO
TURÍSTICO DE TORREVIEJA

RESUMEN EJECUTIVO

EnClaveTurística

TORREVIEJA

ESTRATEGIA DE DESARROLLO
TURÍSTICO DE TORREVIEJA

RESUMEN EJECUTIVO



ÍNDICE

01 INTRODUCCIÓN

- 1.1. Objetivos de la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torreveja
- 1.2. Fases de la Estrategia y Metodología

02 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO: SITUACIÓN DE PARTIDA TURÍSTICA

- 2.1. Relaciones causales de los ámbitos clave y el fenómeno turístico torrevejense

03 HACIA UN NUEVO MODELO TURÍSTICO

- 3.1. Productos turísticos torrevejenses: consolidados, emergentes y potenciales

04 LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PROGRAMAS DE ACTUACIÓN Y ACCIONES

- Línea Estratégica 1. Gobernanza
- Línea Estratégica 2. Vertebración Territorial
- Línea Estratégica 3. Movilidad
- Línea Estratégica 4. Sostenibilidad Ambiental
- Línea Estratégica 5. Innovación Socio-Económica
- Línea Estratégica 6. Diversificación del Sector Turístico
- Línea Estratégica 7. Marketing Turístico y Transformación Digital
- Línea Estratégica 8. Productos Turísticos





01 INTRODUCCIÓN

La Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja tiene el propósito de ser la clave para la renovación turística de este destino maduro bajo un marco transversal y participativo. De este modo, este proyecto no realiza una diagnosis exclusivamente turística, sino que analiza diferentes ámbitos temáticos relacionados directa o indirectamente con el turismo. Esta decisión se fundamenta en el hecho de que las implicaciones del fenómeno turístico en cualquier destino deben estar alineadas con el modelo urbano, el modelo de movilidad y, sobre todo, con el modelo de ciudad.

Torrevieja es un destino de la Comunitat Valenciana que se encuentra en el litoral de la comarca de la Vega Baja del Segura. En sus orígenes, fue un pueblo ligado a la producción salinera, la pesca y la navegación; sin embargo, a partir de los años 60, se inicia la gran transformación del municipio debido al fenómeno turístico y a la actividad de la construcción. El modelo de crecimiento turístico se basó en la vertiente residencial, es decir, en la construcción de nuevos asentamientos ubicados en la franja litoral o, en el núcleo urbano preexistente, para alojamiento estacional como segunda residencia.

Así pues, el municipio se ha especializado en el sector servicios, especialmente en actividades asociadas al fenómeno turístico, convirtiéndose en un destino turístico dominado por las segun-

das residencias cuyo principal reclamo es “el sol y playa” -desatendiendo otros recursos naturales y culturales con gran potencial-, con un sistema urbano fragmentado y extensivo que contribuye a una imagen turística frágil.

Ante este panorama, surge el proyecto EnClaveTurística Torrevieja, cuyo objetivo principal es dotar a este municipio, por primera vez, de una hoja de ruta basada en la planificación y gestión turística avanzada, que permita implementar una serie de actuaciones orientadas a las necesidades de la actual ciudad turística y de su rango como centro de servicios al sur de la Comunidad Valenciana.

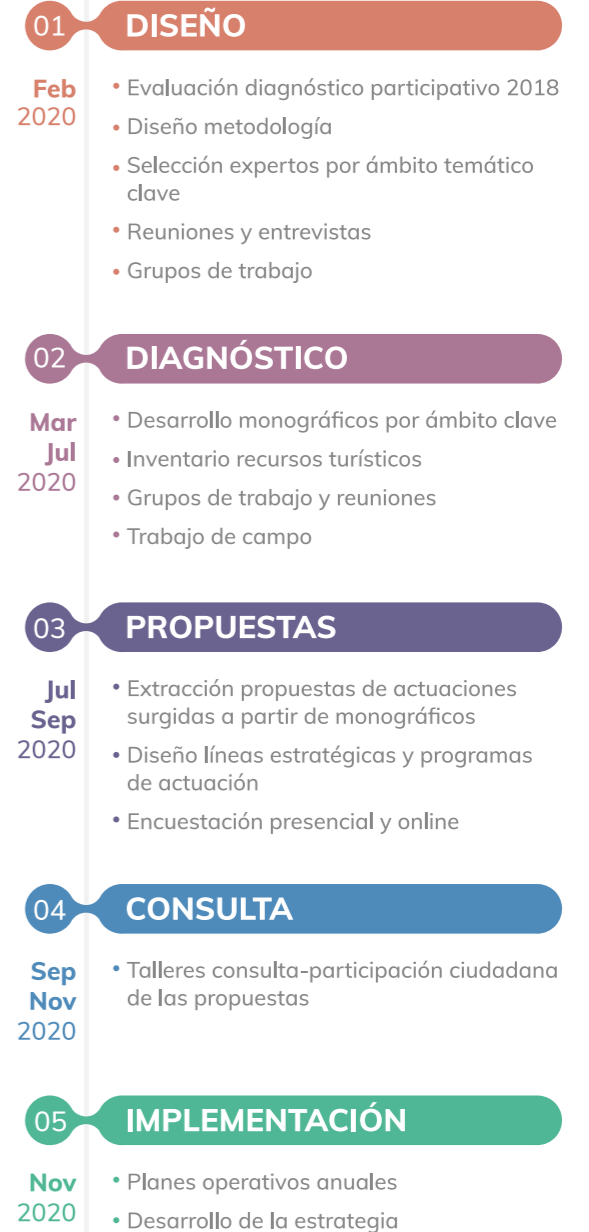
1.1. | Objetivos de la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja

- Elaborar una hoja de ruta donde se establezcan las líneas estratégicas y programas de actuación para el desarrollo turístico de Torrevieja, que asimismo sean coherentes, se integren y alineen con la realidad del municipio.
- Analizar los ámbitos clave del municipio y su efecto en el fenómeno turístico.
- Generar conocimiento compartido sobre las problemáticas y propuestas de mejora para Torrevieja.

1.2. | Fases de la Estrategia y Metodología

El proceso de redacción de la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja se divide en cuatro fases: la fase de diseño, la fase de diagnóstico, la fase de propuestas y la fase de consulta.

La fase de diseño tuvo lugar entre enero y febrero de 2020 donde el Comité Técnico diseñó la metodología a seguir para conseguir los objetivos marcados. De este modo, la metodología de la Estrategia consta de diferentes procesos. En primer lugar, la situación de partida se tomaría del diagnóstico compartido del sector turístico elaborado en 2018. En segundo lugar, a pesar que el turismo es la temática clave de este proyecto, existen



otros ámbitos que también son claves para desarrollar turísticamente el territorio de una manera cohesionada con la realidad de la ciudad, y debían ser examinados, tales como: (i) medio ambiente, áreas protegidas y playas, (ii) comercio y hostelería, (iii) urbanismo, (iv) puerto, (v) accesibilidad y tráfico, (vi) vivienda turística, (vii) empre-

La fase de diagnóstico finalizó a mediados de julio 2020, periodo de gran esfuerzo para analizar y realizar un diagnóstico adecuado a pesar de la situación de alarma producida por la Covid-19. Así pues, durante este periodo se elaboraron los 10 monográficos temático-específicos sobre el destino por expertos relevantes en cada una de



dimiento, empleo y formación, (viii) demografía y sociedad, (ix) transformación digital e (x) imagen y comunicación turística. Por tanto, en esta fase se seleccionaron los expertos para el análisis de cada ámbito, y se llevaron a cabo reuniones de trabajo y entrevistas entre el Comité Técnico y la Comisión de Seguimiento para aprobar el diseño y la metodología de la Estrategia.

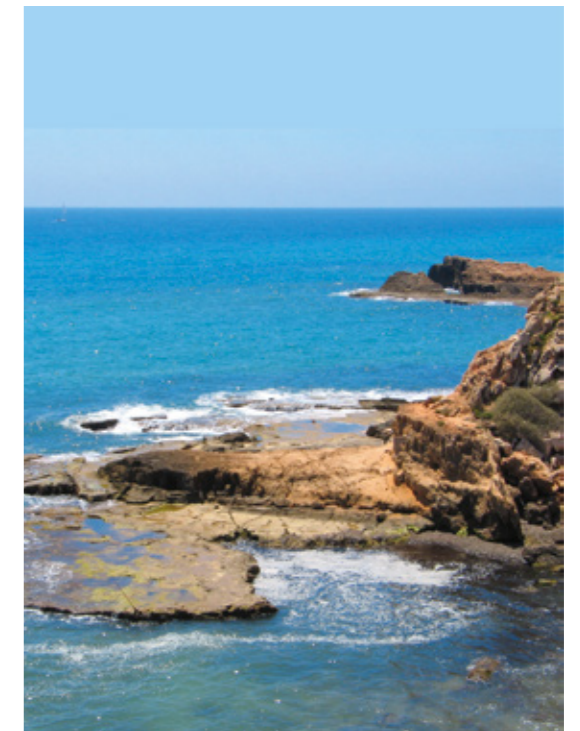
las materias examinando los antecedentes y la situación actual, los retos y claves para el futuro, casos de éxito en otros destinos o municipios, proponiendo actuaciones y explicando los efectos de dichas propuestas en el ámbito turístico. Por otra parte, el trabajo de consulta ciudadana sobre las problemáticas y propuestas llevado a cabo en esta fase se realizó mediante entrevistas telemáticas a diferentes actores del municipio, así

como a los expertos redactores de cada ámbito específico. Como resultado de esta fase de diagnóstico, se elaboró un resumen ejecutivo de cada monográfico y se fijaron los retos y objetivos específicos para el desarrollo turístico de Torrevieja. Así mismo, en la fase de diagnóstico, se inventariaron los recursos turísticos actuales y potenciales mediante análisis de fuentes secundarias y trabajo de campo. En cuanto a la recopilación de datos sobre la demanda turística, se analizaron fuentes secundarias provenientes de la Oficina de Turismo de Torrevieja y, se realizaron encuestas presenciales y online a residentes, personas con segunda residencia y turistas y excursionistas.

La fase de propuestas tuvo un periodo de julio a octubre 2020. En esta fase, y tras el análisis realizado por el equipo de desarrollo, se establecieron los pilares del nuevo modelo turístico de Torrevieja y se analizaron y detectaron los productos turísticos –consolidados, emergentes y potenciales– del destino. Igualmente, se extrajeron las propuestas de actuación surgidas de cada monográfico y se estructuraron en líneas estratégicas, programas y actuaciones.

Finalmente, la fase de consulta finalizó a mediados de noviembre. Durante dicho periodo se realizó un seminario de consulta-participación con responsables políticos, agentes locales y ciudadanía, donde se presentaron los análisis de cada monográfico mediante webinars on-line. Posteriormente, se llevaron a cabo entrevistas con diferentes agentes socio-económicos locales para conocer su opinión y valoración de las actuaciones propuestas. De este modo, se recopiló toda la información obtenida para ser incorporada en la Estrategia y se matizaron las actuaciones en función de las valoraciones de los agentes en-

trevistados. Por último, se tomó en consideración todas las sugerencias y recomendaciones recibidas a través del buzón de sugerencias de la web del proyecto. De este modo, y definitivamente, la Estrategia propone 8 líneas estratégicas, 32 programas de actuación y 92 actuaciones concretas.



02

DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO: SITUACIÓN DE PARTIDA TURÍSTICA

En 2018 se llevó a cabo un diagnóstico compartido con todos los agentes sociales que trabajan y se relacionan con el fenómeno turístico en Torrevieja para conocer las problemáticas y relaciones causales que permiten indagar en los desafíos a los que se enfrenta turísticamente este destino. Así pues, este diagnóstico es el punto de partida para la elaboración de la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja.

Durante este proyecto, en la fase de diagnóstico, se tenía previsto realizar unos talleres de consulta-participación ciudadana para recopilar información específica sobre las problemáticas y posibles soluciones de los 10 ámbitos clave analizados por expertos. No obstante, ante la irrupción de la Covid-19 y el consiguiente confinamiento, se utilizó el estudio de 2018 para proporcionar a los expertos la información resultante del proceso participativo, y plasmar dichas problemáticas y soluciones en sus informes.

2.1. Relaciones causales de los ámbitos clave y el fenómeno turístico torrevejense

A causa de la situación de cuarentena en la que nos encontramos por la Covid-19, la metodología tuvo que ser ajustada y adaptada a las circunstancias disruptivas. No obstante, para mantener los estándares de calidad y consulta, se recurrió al banco de datos generado en el Diagnóstico participativo 2018 y se estructuró el discurso de la población torrevejense en las 10 áreas temáticas.

En el proceso, se identificaron los problemas y se generó un archivo de códigos in vivo-verbatims para comprar y validar el diagnóstico, para después, refrendar la información obtenida con los expertos mediante entrevistas on-line y, adecuarlo al panorama disruptivo.

A continuación, se detalla la información resultante del diagnóstico participativo de este proyecto estructurada en 10 áreas temáticas analizadas en profundidad. En primer lugar, se ha redactado la idea general que aúna las problemáticas más relevantes señaladas por las personas entrevistadas en cada área temática junto a una nube de palabras que condensa las principales ideas señaladas en el proceso participativo.

¹ La Sede Universitaria de Torrevieja de la Universidad de Alicante, en colaboración con el Ayuntamiento de Torrevieja, llevó a cabo el estudio "Torrevieja: Diagnóstico participativo del sector turístico" (2018), que sirve como referencia y punto de partida sobre la situación del municipio.

En segundo lugar, se detallan las debilidades que se persiguen paliar y su efecto en el fenómeno turístico torrevejense.

Demografía y sociedad

Torrevieja tiene un déficit de identidad propia y un desarraigo territorial derivados de: 1) una gran heterogeneidad sociodemográfica, 2) una escasa cohesión socio-espacial, fundamentalmente, por el elevado número de turistas residenciales y 3) un fugaz desarrollo socio-urbanístico que ha quebrado la identidad de pueblo pesquero. Este déficit, sumado a la falta de oportunidades laborales, afecta demográficamente al municipio con la pérdida de población activa y joven.

Este documento debe plantear actuaciones con el propósito de conseguir repercusiones positivas sobre el desarrollo de un turismo más sostenible e inclusivo para la ciudad teniendo en cuenta que afectan a otras áreas temáticas de este trabajo y relacionándolas con el Código Ético del Turismo Valenciano como marco de referencia.

Por una parte, sería adecuado convertir los barrios en espacios de encuentro entre turistas y residentes pertenecientes a distintos grupos de edad y nacionalidades, promover la identidad local y el sentimiento de pertenencia mediante memoria oral de la ciudad, lo cual proveería de material útil para la promoción turística, e integrar al empresariado, a las administraciones públicas y a la ciudadanía en la toma de decisiones para que las políticas sean sostenidas.



Emprendimiento, empleo y formación

El modelo turístico residencial low-cost está propiciando un ciclo nocivo de emprendimiento, empleo y formación caracterizado por 1) Precariedad de

Torreveja en el ámbito del emprendimiento, empleo y formación debe definir qué lugar quiere ocupar en el mercado, cómo quiere competir, y con qué elementos quiere que se asocie. Esa construcción de una nueva marca territorial, y más concretamente en el ámbito turístico, está asociada a las



empleo por su temporalidad, ausencia de promoción profesional y salarios bajos, 2) Baja formación y cualificación profesional, 3) Déficit de oferta formativa, 4) Desánimo y pérdida de población activa y joven por la ausencia de expectativas laborales y 5) Déficit de atractivo inversor local y externo.

directrices de este documento y comprende tanto la participación activa del sector público como del privado con programas y proyectos.

Es un proceso a largo plazo que requiere del esfuerzo conjunto, continuado y coordinado en el tiempo por parte de todos los actores del lugar, pero que aporta muchos beneficios. Puesto que los actores de Torreveja a los que se dirigen las

acciones pasan de ser mero escenario, a convertirse en actores principales de su obra.

Comercio y hostelería

La centralidad del modelo turístico-residencial torrevejense, caracterizado por una oferta low-cost y un perfil de turista con bajo poder adquisitivo, ha condicionado la actividad económica del municipio, especialmente en los ámbitos comercial y hostelero. La focalización de la actividad del sector servicios en los meses vacacionales genera periodos de: 1) masificación, con repercusiones en la calidad e imagen, y 2) escasa afluencia de clientes

el resto del año. Estas características del modelo, unidas a la proliferación de grandes superficies comerciales, han dado lugar a un comercio y hostelería local con alta vulnerabilidad económica y social. Por otra parte, el excesivo tráfico de vehículos que transitan por el centro de la ciudad, junto con un tramado urbano que no facilita el acceso peatonal a este tipo de negocios, resta atractivo para el turista que acaba por trasladarse a los centros comerciales existentes en la periferia de la ciudad. A consecuencia de estos factores, se ha producido un descenso de la actividad económica que se traduce en una pérdida de empleos, impactando negativamente en el tejido socioeconómico local.



En el momento actual de escasas expectativas de trabajo es muy importante centrar la programación de acciones formativas, públicas y privadas, en el desarrollo de las capacidades técnicas, tecnológicas y las habilidades de los trabajadores, los directivos y los empresarios de Torrevieja con el objetivo de aumentar la calidad del servicio, de la atención al público y posibilitar la modernización de los establecimientos, como piedras angulares sobre las que construir el nuevo modelo económico de la ciudad. La cualificación (utilizando los canales tradicionales o telemáticos) y la motivación tienen a corto plazo unos efectos multiplicadores en el atractivo para los turistas y los usuarios locales, de unos sectores en los que la atención directa al cliente es un valor diferencial.

Por otra parte, los modelos de acción conjunta entre empresas y administraciones están muy extendidos en España, con mucha más intensidad en la última década debido a la crisis económica, puesto que en este período la inversión pública ha sufrido recortes muy intensos. La colaboración público-privada es una fórmula magnífica para el mantenimiento de los servicios públicos y la ejecución de nuevos programas de inversiones en infraestructuras y dotaciones, para cubrir las políticas de las Administraciones, las demandas de los ciudadanos y las necesidades de las empresas. De otro lado, las propuestas de este documento deben dirigirse a plantear conseguir un espacio urbano más amable para los peatones, potenciando las zonas comerciales locales, factor fundamental para mejorar la calidad de destino turístico percibido por visitantes más exigentes y la imagen de Torrevieja.

Urbanismo

La especulación urbanística acaecida en las últimas décadas, a consecuencia del hiperdesarrollo del sector inmobiliario, ha configurado un entramado urbano con múltiples déficits de habitabilidad e insuficiencia de servicios públicos y privados. Este monocultivo inmobiliario desarrollado en Torrevieja ha condicionado en exceso el planeamiento urbano limitando su capacidad de adaptación – y diversificación – a nuevos contextos socioeconómicos.

Torrevieja, entre los destinos turísticos del mediterráneo español, es un ejemplo paradigmático de lo que, en los discursos y ensayos de política económica, se denomina “máquina de crecimiento” (Logan y Molotch, 2015:157-210). Esta teoría económica descansa sobre la aplicación de políticas públicas de corte empresarial -el denominado «empresarialismo urbano»- alimentadas por la activa disposición de los gobiernos locales a la mercantilización del territorio como estrategia prioritaria de crecimiento económico (López y Rodríguez, 2010:341-347). La arquitectura institucional del Estado de las Autonomías, que transfiere a las regiones españolas las competencias en materia de vivienda, ordenación del territorio y urbanismo, ha contribuido decisivamente a impulsar estas políticas pro-growth.

El diagnóstico realizado confirma que la suburbanización y modelo extensivo del territorio han sido sus notas dominantes. «La situación actual es paradigmática de los destinos masivos de sol y playa en áreas consolidadas, cuyo futuro como destino turístico y residencial requiere acometer procesos de renovación urbana y cualificación en materia de paisaje y medio ambiente, además de acciones relativas a la movilidad, contención de

nuevos crecimientos urbanos y una revisión de los criterios para los nuevos proyectos de oferta de alojamiento» (Vera et al, 2016:724). El porvenir deseable para Torrevieja deberá sustentarse, pues, en la aplicación de “inteligencia colectiva” (Prieto y Ruiz, 2013:227) a su ordenación urbano-territorial, al objeto de minimizar la pérdida de competitividad turística que cabe presumir ante la hipótesis de continuar el rumbo marcado en su historia reciente. Y, para ello, hay que evitar perseverar en un “urbanismo reincidente”.

El impulso de esta dinámica regenerativa, además, adquiere una relevancia incuestionable de cara a explorar las oportunidades conferidas por la centralidad que esta ciudad debe asumir en un contexto comarcal -la Vega Baja del Segura- de «vocación casi metropolitana» (Vera et al, 2016:719) con grandes potencialidades productivo-económicas. Ello devendrá un incremento sustancial de su atractivo, no sólo para desarrollar un turismo más competitivo, sino para fomentar una residencialización permanente más allá de la vinculada a población jubilada noreuropea (Huete, 2009).



Accesibilidad y tráfico

El modelo de planeamiento urbano de Torrevieja ha derivado en una ciudad difícil de transitar y con mala comunicación tanto interna como externa. El tendido urbano deficitario, ligado a una fuerte cultura de uso de vehículo privado, termina por colapsar el centro y los accesos a la ciudad. Este colapso genera una serie de impactos negativos como la contaminación -acústica y ambiental-, la dificultad de tránsito y acceso a servicios y, en última instancia, la degradación de la calidad de vida de turistas y residentes de la ciudad.

En la actualidad, tanto los habitantes como visitantes de la ciudad de Torrevieja están habitua-

dos a una movilidad basada en el vehículo privado con excepción de los desplazamientos de corta distancia, lo cual los hace muy dependientes del mismo.

Se pretenden implantar medidas de gran importancia para aumentar el atractivo de la ciudad pues, desde los ámbitos comerciales, alojamiento de viviendas de uso turístico, etc. es indispensable un espacio público de calidad que, acompañado por una mayor y diversificada oferta turística de la ciudad, recompense la estancia de los turistas y lo redirija hacia un perfil turístico con mayor capacidad de gasto.



Medio ambiente, áreas protegidas y playas

El informe de consulta a expertos reveló que la falta de cuidado, conservación y adecuación en la gestión de los espacios naturales de Torrevieja junto con la falta de compromiso social y consideración por el medio ambiente ha generado una pérdida de biodiversidad y riqueza paisajística. El déficit de concienciación de la sociedad impacta negativamente en la agenda política medioambiental reduciendo las acciones impulsadas desde la administración. En consecuencia, se reduce el potencial de los recursos medioambientales del municipio y su promoción como atractivo turístico. Dificultando, en última instancia, la diversificación del sector turístico.

De este modo, las propuestas contenidas en este documento están encaminadas a mejorar la calidad ambiental del municipio. Se trata de intervenciones puntuales que buscan mejorar la calidad de vida y el bienestar de los residentes.

No obstante, los beneficios medioambientales pueden incrementar la competitividad del destino, ayudando a mejorar la experiencia turística de los visitantes. La elaboración de una política ambiental estudiada y consensuada puede favorecer el desarrollo y promoción de determinadas modalidades de turismo. Es evidente que los componentes del medio natural ofrecen una serie de servicios ecosistémicos. Entre estos servicios están los culturales, que incluyen las actividades productivas ligadas con el sector turístico.

En Torrevieja, las modalidades turísticas que más se pueden beneficiar son las relacionadas con el turismo litoral y el turismo de naturaleza. Dentro del primero destacan los productos: sol y playa, turismo náutico y pesca-turismo. Mientras que, en el segundo, las propuestas relacionadas con mantener o mejorar el estado de la calidad ambiental de los espacios naturales protegidos, refuerzan su potencial endógeno para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza.



Puerto y dársena interior

Degradación paulatina de las instalaciones del Puerto y de las Eras de la Sal que han dado como resultado espacios desaprovechados. Esta infrautilización afecta a su potencial como activos dinamizadores y desestacionalizadores del turismo y la economía local.

En relación con el puerto y su dársena se deben definir acciones para reforzar el reconocimiento de su patrimonio cultural y potenciar nuevos atractivos turísticos de calidad.

Los objetivos principales que deben plantearse en las actuaciones son: mejora de los equipamien-

tos, servicios y actividades urbanas y turísticas, incrementar la oferta cultural, turística y de ocio relacionada el patrimonio cultural torrevejense, fomentar la actitud de sensibilización hacia el patrimonio salinero a través de su conocimiento, potenciar la dimensión histórica de Torrevieja, como elemento de proyección de una imagen de prestigio y singularización, crear un nuevo espacio e infraestructura urbana de calidad, que sea un punto de encuentro para los ciudadanos de Torrevieja y sus visitantes, establecer un instrumento para la diversificación y el crecimiento del sector terciario en Torrevieja, y especialmente, para el impulso del turismo cultural, y desarrollar la promoción exterior y la mejora del posicionamiento de Torrevieja, en términos de oferta cultural y turística.



Alojamiento turístico y segundas residencias

El modelo turístico-residencial torrevejense, marcado por una fuerte estacionalidad y caracterizado por una oferta desestructurada, genera una infrautilización del stock de viviendas de potencial uso turístico y una merma en la calidad e ima-

Dada la omnipresencia de los alojamientos turísticos residenciales a lo largo del tejido urbano municipal, su gestión y desempeño se interrelacionan con gran parte de las temáticas analizadas en este proyecto.

En este marco, la mejora de la calidad del espacio público y de la movilidad urbana resulta clave a fin



gen de los alojamientos de la ciudad. El predominio del turista residencial y la escasez de oferta hotelera en la ciudad, son factores que propician un turismo cautivo. Este tipo de turista, cuyo factor de atracción es el Sol y Playa, se caracteriza por un escaso consumo-gasto en el municipio. Conjuntamente, los déficits de oferta y demanda señalados reproducen un modelo turístico que reduce las alternativas y limita las capacidades de desarrollo local.

de que aumente progresivamente el atractivo de la ciudad de cara a la captación de nuevos turistas, la fidelización de los existentes y el incremento del gasto turístico lo que, a su vez, contribuiría a reducir la estacionalidad. De este modo, se considera que las medidas complementarias (mejora del espacio público, movilidad, oferta turística, rehabilitación, etc.) como el posicionamiento nacional e internacional como referencia en la gestión de las viviendas de uso turístico, contribuirían a una mejora de la imagen y comunicación turística de Torrevieja.

Imagen y comunicación turística

La imagen asociada a Torreveja es la de un destino turístico de baja calidad; masificado, barato y sin una identidad propia que ejerza como elemento diferenciador. La estrategia comunicativa de promoción turística no proyecta una imagen de ciudad atractiva para el potencial turista. Ambos factores, limitan la capacidad de superación del paradigma de Sol y Playa ligado históricamente a Torreveja y dificultan el desarrollo de alternativas en el ámbito turístico.

Reinventarse e innovar son acciones esenciales si se desea estar preparado para enfrentarse a los retos que día a día van aflorando. En un entorno como el turístico, donde todo es intangible y, en muchos casos, efímero (por el cambio continuo), entender las exigencias de los targets, las nuevas necesidades de gestión del destino, los espacios de comunicación más eficientes, la relación directa con los visitantes, entre muchos otros, son cuestiones de una gran magnitud. Lo mismo sucede con las tendencias: identificar lo que viene para adecuar las estructuras y estrategias.



Transformación digital y nuevas orientaciones en turismo

La oferta de ocio y actividades turísticas de la ciudad se encuentra excesivamente focalizada en los periodos vacacionales y orientada al turista residencial de sol y playa. Esta particularidad dificulta el desarrollo de una oferta complementaria que posea la capacidad de generar atractivo en los periodos no estivales y que permita llegar a perfiles de turistas no residenciales. Torreveja posee recursos naturales, deportivos y ocio-culturales que se encuentran infrautilizados durante gran parte del año y saturados en los periodos estivales, degradando, de este modo, la calidad de los servicios y activos turísticos.

En términos generales, es necesario implementar un enfoque de planificación y gestión turística adaptado al escenario turístico actual, altamente influenciado por la irrupción de las TIC y la rápida adopción de estas por parte de la demanda. Hecho que ha motivado la aparición de nuevos paradigmas relacionados con la sociedad del conocimiento -TIC, la innovación, la gobernanza y el turismo experiencial, entre otros (Vera-Rebollo et al, 2011). Es el denominado Smart tourism o turismo inteligente, marcado por la conexión de lo físico con lo digital gracias a tecnologías como el Internet de las Cosas (Gretzel et al, 2015).



02 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO: SITUACIÓN DE PARTIDA TURÍSTICA

Encontramos ahora a un turista digital que se convierte en productor y consumidor de experiencias, estableciéndose como prescriptor de destinos y marcas. Es por ello por lo que la tecnología ocupa una posición estratégica, al permitir el desarrollo de procesos de co-creación entre destinos, turistas y empresas que generan un gran volumen de

datos que se integran en el escenario Big Data. Aquí se encuadra el enfoque DTI como respuesta a las necesidades de los destinos tradicionales como Torrevieja, que ante la intensa digitalización de la actividad turística necesitan dar respuesta a los distintos retos turístico-tecnológicos.



03 HACIA UN NUEVO MODELO TURÍSTICO

Torrevieja ha basado su implantación turística desde una vertiente turística-residencial. Este modelo ha causado una serie de impactos negativos descritos anteriormente en este documento. Sin embargo, durante la situación pandémica vivida en el 2020 a causa de la Covid-19, se ha demostrado que el modelo residencial y de alquiler vacacional ha sido el modelo más resiliente. De este modo, este proyecto tiene el propósito de encaminar Torrevieja hacia un nuevo modelo que integre las fortalezas y corrija las debilidades de la vertiente residencial en un nuevo modelo más sostenible, innovador e integrador.

Una de las principales problemáticas encontradas es que el municipio no ha contado con una planificación turística a largo a plazo que estableciese un horizonte concreto con unas medidas específicas. Así pues, esta Estrategia pretende renovar el modelo turístico torrevejense estableciendo unas líneas estratégicas y programas de actuación que se mantengan en el tiempo, en particular con un horizonte temporal de 5 años. Igualmente, ha de remarcarse que, tanto el modelo turístico como las actuaciones están alineadas con el Libro Blanco de Turismo de la Comunitat Valenciana, el Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025 y, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030) impulsados por Naciones Unidas.

Por otra parte, esta estrategia asienta las bases de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana, así como del Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del Estatuto del Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana, que tienen el propósito de garantizar la sostenibilidad, la inteligencia en los sistemas de conocimiento y gestión, la hospitalidad, el código ético, la valorización del territorio y el paisaje, la relevancia de la cultura, las señas de identidad y tradición local y la cooperación y participación de las entidades y organizaciones locales en un nuevo modelo de gobernanza.

Para definir el modelo turístico hacia donde Torrevieja debe dirigirse, se ha analizado el modelo turístico existente ya que es el punto de partida y, por tanto, no puede anularse y empezar de cero. Sin embargo, es posible llevar a cabo medidas que palién las debilidades y potencien las fortalezas y oportunidades.

De este modo, el modelo turístico que se plantea para Torrevieja se basa en los pilares de la gobernanza, la sostenibilidad y la inteligencia.

La gobernanza se centra fundamentalmente en la participación social en la toma de decisiones y en la transparencia. Se trata de aspectos fundamentales que facilitan la planificación y la gestión de un destino turístico de forma abierta y cola-

borativa, a partir de la consideración de las aportaciones del colectivo que forma parte del propio destino turístico. Se trata de fomentar la colaboración, cooperación y, en una fase más avanzada, la corresponsabilidad en la toma de decisiones y ejecución de actuaciones. Es la única vía para empezar a trabajar de una forma diferente, para tomar decisiones consensuadas, decisiones que reflejen la voluntad de todas las partes que forman un destino turístico, incluida la propia ciudadanía.

Por otra parte, la sostenibilidad turística es uno de los grandes retos pendientes de los destinos turísticos. Si bien en el ámbito turístico se han llevado a cabo desarrollos teóricos del concepto de sostenibilidad turística y prácticos en forma de metodologías y sistemas de indicadores, lo cierto es que hasta el momento el proceso refleja ciertas dificultades en el paso del concepto teórico desde la escala macro a la micro o municipal. También carencias asociadas a la existencia de herramientas de gestión que permitan obtener resultados derivados de su aplicación en la planificación y gestión de los destinos.

Ahora bien, la coyuntura actual hace pensar que la integración de la sostenibilidad turística entre los principios básicos de la planificación y gestión de los destinos pasa por un momento único, consecuencia de varios factores:

- a) El impulso global por parte de Naciones Unidas a través de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (2015).
- b) La sensibilización del sector turístico hacia los efectos derivados del impacto del cambio climático.

El uso de la tecnología como palanca para la transición hacia una economía turística verde y digi-

talizada, como elemento clave para la obtención de resultados derivados de la implementación de medidas en clave de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Por último, y en relación al pilar de la inteligencia, nos referimos a la toma de decisiones inteligentes basadas tanto en los datos provenientes de las infraestructuras físicas y canales digitales existentes del sistema turístico (Gretzel et al., 2015), como en los datos generados por otros ámbitos clave del municipio no turísticos (medio ambiente, urbanismo, movilidad, etc.). Una problemática que se arrastraba en los modelos tradicionales era la dificultad a la hora de conseguir datos. Sin embargo, en el contexto tecnológico del siglo XXI, se generan cantidades ingentes de datos que con el uso de las herramientas adecuadas hace factible su recopilación, almacenamiento y análisis individual o integrado con otros datos.

Tradicionalmente, las fuentes de datos turísticos para la obtención de conocimiento e información,

se basaban en inventarios y encuestas que se les realizaban a los visitantes, así como, en la cesión de información que los otros entes públicos y empresas privadas proporcionaban a las DMOs o tuviesen a disposición del público en general (Femenia-Serra y Navarro-Ruiz, 2018). Posteriormente, con la llegada de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), los destinos utilizaban estas herramientas en la promoción, y como canal de coordinación interna, pero no tanto como una herramienta útil para la planificación (Femenia-Serra y Navarro-Ruiz, 2018). Este panorama ha cambiado radicalmente gracias a la revolución digital y, por consiguiente, al uso creciente de las TIC por parte de múltiples actores, lo que ha proporcionado una cantidad de datos masivos de tipo económico, social, medioambiental y político que se ha venido a denominar 'big data', caracterizado por su volumen, velocidad y variedad (Graham y Shelton, 2013). Estos datos que son creados actualmente a través de sensores y software, posibilitan su visualización y análisis dinámico (tiempo real) que los hacen especialmen-

te interesantes en la toma de decisiones por parte de cualquier tipo de organismo (Goodchild, 2013). En turismo, el big data se alimenta de elementos insertos en el espacio físico, pero principalmente se nutre de los datos generados por la demanda en su interacción a través de múltiples dispositivos, básicamente móviles, en diversos canales online (Femenia-Serra y Navarro-Ruiz, 2018).

De esta manera, el concepto inteligente supone revalorizar el destino mediante un modelo de gestión integrador e integral basado en datos que promueva la competitividad, facilite el uso de sus atractivos turísticos, genere recursos innovadores, mejore la eficiencia de los servicios, y que impulse, tanto el desarrollo sostenible, la accesibilidad y el uso de tecnologías de la información y comunicación (Ivars-Baidal et al., 2017). Estas actuaciones generarán un incremento positivo en la experiencia del visitante, repercutirá en el bienestar del residente, propiciará la cooperación público-privada y optimizará los recursos y servicios públicos.



3.1. Productos turísticos torrevejenses: consolidados, emergentes y potenciales

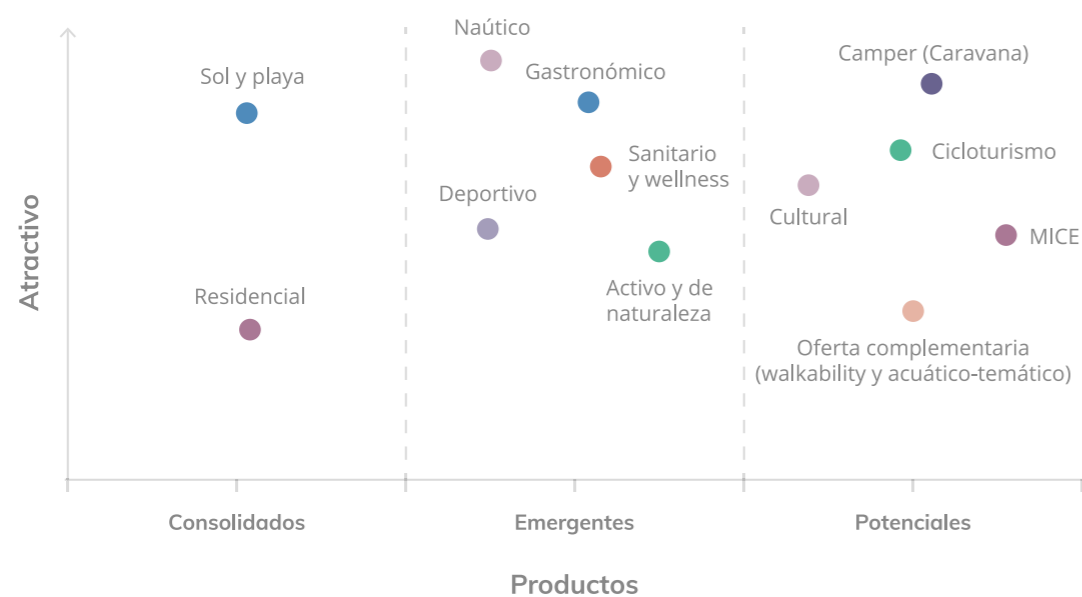
Para establecer una hoja de ruta turística es primordial analizar los productos turísticos consolidados, emergentes y potenciales, e indicar las prioridades que deben otorgarse a cada uno de ellos a tenor del escenario global y de la potencialidad que Torrevejeja presenta en cada caso.

Como se ha explicado en el apartado del análisis de los recursos, Torrevejeja posee gran cantidad de atractivos de diferente naturaleza que ofrecen diversidad en la oferta turística. No obstante, los únicos productos turísticos consolidados entorno a recursos locales son el turismo residencial y vacacional de sol y playa. Bien es cierto que, en los

últimos años, la administración local ha impulsado otros productos para diversificar la oferta y, así, satisfacer a un mayor número de visitantes. Estos productos emergentes son: turismo gastronómico, náutico, deportivo, activo y de naturaleza y sanitario-wellness.

Por otra parte, del diagnóstico conjunto realizado, del trabajo de campo y de las entrevistas y encuestas llevadas a cabo, se extraen una serie de productos turísticos potenciales basados en las singularidades del destino. Por ende, se propone el turismo itinerante (auto-caravana, caravana y campers), el turismo cultural, el cicloturismo, y el turismo de eventos y congresos (MICE) como productos turísticos a desarrollar. Finalmente, como oferta complementaria, se sugiere el desarrollo del subproducto turismo de deambulación (walkability) y el turismo acuático-temático focalizado en un turismo familiar.

Matriz productos turísticos Torrevejeja



El turismo de masas se asentó en el Mediterráneo español a partir de la puesta en valor de un espacio geográfico privilegiado, los arenales y costas bajas del litoral bañado por un mar tranquilo y cálido y unas condiciones climáticas bonancibles, en las que disfrutar de los baños de sol. Las motivaciones para el viaje tenían que ver con atracciones primarias, entre las que destacaban de forma muy destacada precisamente las playas y el clima. El sol y la playa son la base de una transformación territorial dirigida a acoger una demanda turística creciente cuyas expectativas se colmaban además con un precio notablemente asequible para una demanda mayoritariamente europea.

La evolución del mercado turístico, su crecimiento y expansión a otros entornos geográficos en un proceso de progresiva globalización, así como la gradual e imparable madurez de la demanda turística hacen surgir y consolidarse nuevos destinos y también emerger nuevas motivaciones capaces de vehicular nuevos flujos turísticos especializados. Al mismo tiempo, esa tendencia se traduce en la exigencia de un mayor catálogo de alternativas de ocio, diversión y entretenimiento a cada destino. Es la denominada ampliación de la mirada turística, descrita por Urry (1990) en la última década del pasado siglo, que dota asimismo de complejidad al fenómeno turístico en su conjunto. Lo cierto es que actualmente, con independencia el atractivo predominante o primario de un destino, se hace necesario segmentar la oferta y orientarla a perfiles diferenciados de turistas para tratar de satisfacer nichos diversos y ofrecer argumentos para la atracción y fidelización de todo tipo de clientes.

Ante la pérdida de atractivo de las ofertas turísticas tradicionales, los destinos se han visto obli-

gados a adoptar estrategias de renovación que, entre otras medidas, buscan diversificar, añadir complejidad, construir un abanico de alternativas para que el turista experiencial colme sus expectativas de aprendizaje, acceda a vivencias memorables que queden en el recuerdo.

Por tanto, se han diagnosticado una serie de productos emergentes y potenciales que pueden renovar la oferta turística torrevejense. Es importante remarcar que esta estrategia ha optado por focalizarse en productos surgidos a raíz de los recursos turísticos, en vez de en productos por mercados. Este hecho se debe a que, primero, es indispensable adecuar y poner en valor los recursos –principales atractores–, para después, atraer a los segmentos de mercado específicos.



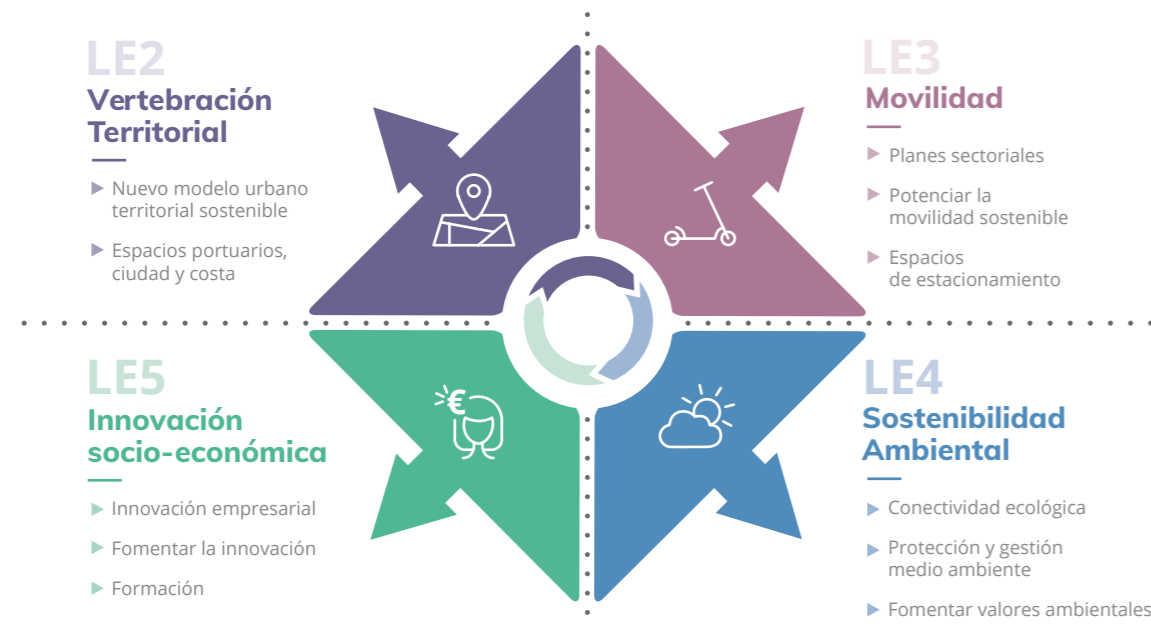
04

LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PROGRAMAS DE ACTUACIÓN Y ACCIONES

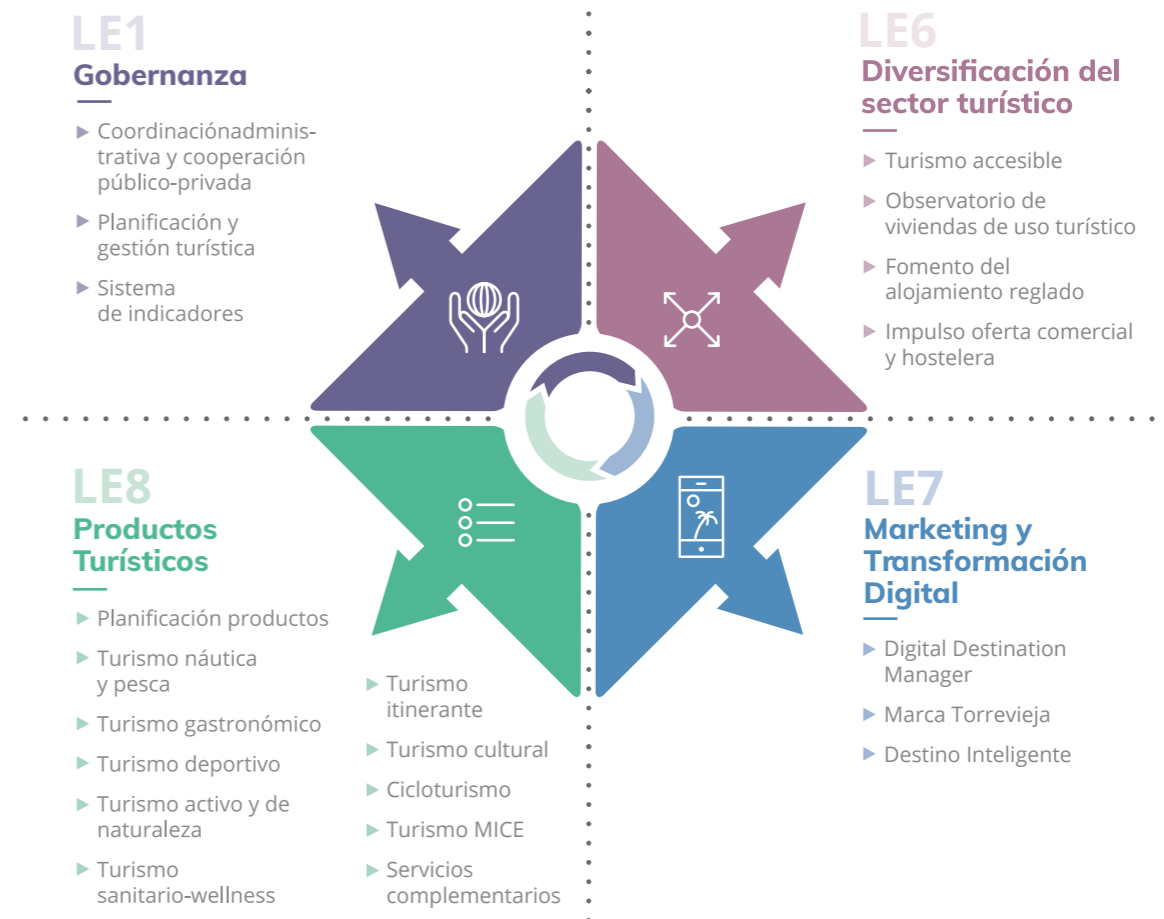
En este apartado se exponen las líneas estratégicas y programas de actuación de la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja. Los programas de actuación y acciones concretas se definen y provienen de los estudios monográficos elaborados por expertos, de las aportaciones de la ciudadanía y de los agentes socioeconómicos, así como del trabajo de campo realizado en Torrevieja y de entrevistas al personal técnico. De este modo, la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja se compone de 8 líneas estratégicas, 32 programas de actuación y 92 actuaciones específicas.

Como se ha mencionado en la introducción de esta Estrategia, el modelo turístico no puede ser independiente del modelo urbano, de movilidad y, sobre todo, del propio modelo de ciudad. Por ello, esta Estrategia sugiere una serie de actuaciones con el propósito de buscar sinergias y puntos de interrelación entre dichos ámbitos de la ciudad y de que se alineen mediante estrategias transversales y específicamente turísticas.

Líneas Estratégicas Transversales



Líneas Estratégicas Turísticas



Algunas de las propuestas recogidas en el presente documento están sujetas a procesos dilatados de estudio, diseño, preparación y redacción de proyectos, concursos, ejecución de obras, etc. que, al mismo tiempo, necesitan ser ejecutadas y coordinadas por otras áreas del Ayuntamiento como urbanismo, movilidad, medio ambiente, patrimonio, etc. En concreto, nos referimos a las actuaciones que emanan de las Líneas Estratégicas Transversales. Por tanto, es imprescindible una coordinación y consenso de las concejalías y servi-

cios municipales para asumir su impulso y gestión. La Estrategia Turística de Torrevieja tiene una periodicidad de 5 años, a pesar de que algunas actuaciones pueden alargarse en el tiempo dependiendo de los procesos de ejecución de obras. No obstante, queremos remarcar en esta introducción que la primera actuación que ha de emprenderse es la "Fundación de un ente gestor en planificación y gestión turística" ya que desde este ente es desde donde emanarán, se impulsarán, gestionarán y se seguirán las diferentes actuaciones propuestas.

Línea estratégica 1. Gobernanza

Los destinos deben incorporar una nueva dialéctica en su planificación y gestión basada en la colaboración interadministrativa, esto es a

diferentes escalas (local, provincial, etc.), y con el sector privado. En el caso de zonas turísticas con un nivel de desarrollo consolidado, son imprescindibles planteamientos que contemplen la integración de las diferentes áreas de gestión que directa o indirectamente influyen en el turismo y el sector empresarial.

PA1. COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA Y COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

1. Consolidación del Consejo Municipal de Turismo de Torrevieja

Propósito de la actuación

El Ayuntamiento de Torrevieja, crea el "Consejo Municipal de Turismo de Torrevieja", bajo los auspicios de la municipalidad sobre el asesoramiento y colaboración en materia turística que han de realizarse en cuanto a promoción, publicidad, y todas las demás actividades relacionadas con la materia en cuestión. Este órgano es de carácter consultivo.

2. Consolidación del Consejo Local para el fomento del Desarrollo, el Emprendimiento y la Innovación

Propósito de la actuación

El Ayuntamiento de Torrevieja, crea el "Consejo Local para el fomento del Desarrollo, el Emprendimiento y la Innovación", un consejo consultivo sectorial que se espera contribuya a la consecución de un futuro de crecimiento económico justo y próspero, integrador y sostenible, para la ciudad de Torrevieja.

3. Creación de un Consejo de Movilidad de Torrevieja

Propósito de la actuación

La implantación de un modelo de movilidad sostenible se debe basar en un modelo de gobernanza que impulse las acciones a implantar y que estas actuaciones queden consensuadas con los principales representantes de la ciudad, garantizándose la aceptación y éxito de la actuación. Por ello, se propone la creación de un Consejo de Movilidad.

4. Transversalidad de acciones turísticas locales en todos los departamentos municipales

Propósito de la actuación

Es imprescindible poner en marcha herramientas de gobernanza que faciliten la colaboración entre agentes e instituciones. En el caso de las políticas públicas, resulta esencial la coordinación y cooperación institucional en las acciones que se llevan a cabo o se diseñen. Por ello, es necesaria la coordinación horizontal entre las áreas de un mismo Ayuntamiento.

5. Potenciar la cooperación y colaboración público-privada turística

Propósito de la actuación

Establecer un marco de colaboración entre las empresas privadas de Torrevieja (comercio, hostelería, alojamiento, actividades de ocio, etc.), la administración pública, las asociaciones sectoriales, y el resto de agentes integrados en el municipio. Los acuerdos de colaboración permitirán definir las acciones necesarias para impulsar las actuaciones. El objetivo de esta propuesta de actuación es conseguir un proceso de toma de decisiones informado, gracias a planes de actuación orientados a la obtención de información tanto de la oferta como de la demanda. Así mismo, esta actuación potencia el "data sharing", cuyo concepto se basa en compartir datos entre empresas y organismos públicos (data sharing E2G) con el fin de mejorar el proceso de toma de decisiones en el destino turístico, impactando económicamente y socialmente de manera positiva en el tejido empresarial.

6. Participación pública continua para el desarrollo turístico

Propósito de la actuación

Los residentes deben ser los principales beneficiarios de cualquier actividad desarrollada en el lugar donde viven. Deben ser consultados e incluidos en el proceso de toma de decisiones desde su etapa inicial. Las autoridades locales deben integrar un enfoque participativo con la ciudadanía a propósito de las iniciativas relacionadas con el turismo, desde la toma de decisiones y la aplicación hasta el seguimiento. Este enfoque horizontal no sólo compartirá compromisos y responsabilidades, sino que también traerá oportunidades para la innovación social basadas en la co-creación. Alineada con el Código Ético del Turismo Valenciano.

PA2. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA

7. Fundación de un ente gestor en planificación y gestión turística

Propósito de la actuación

Implementar las actuaciones recogidas en esta Estrategia es una tarea ardua y a largo plazo. Por ello, se propone la creación de un ente gestor específico que fortalezca o renueve la estructura de la administración turística local. Es necesaria la existencia de un equipo responsable visible que desarrolle los planes operativos por productos turísticos y establezca conexiones con el sector público y privado para llevar a cabo esta hoja de ruta. De este modo, se pretende mejorar el capital relacional entre los actores público-privados de Torrevieja para conseguir una mayor eficiencia en la estrategia de planificación y comunicación del destino

8. Reconocimiento de la condición de Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana

Propósito de la actuación

En cumplimiento de lo dispuesto en las previsiones del artículo 29 de la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana (LTOH), en enero de 2020 se publicó en el DOGV el Decreto 5/2020 de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana.

La nueva regulación del municipio turístico supone un cambio profundo sobre la situación anterior, configurando un sistema dinámico de cumplimiento de requisitos y asunción de obligaciones que debe ser acreditado y mantenido en el tiempo por los municipios, una vez que han adquirido la condición de turísticos. Por tanto, el propósito de esta actuación se refiere a la solicitud de reconocimiento de la condición de Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana.

PA3. SISTEMA DE INDICADORES

9. Creación de un sistema de indicadores para monitorizar la evolución del proyecto

Propósito de la actuación

Conocer con precisión el estado y evolución de los principales indicadores de actividad, retos y expectativas, así como realizar un seguimiento de la evolución de las actuaciones propuestas en esta Estrategia.

10. Estudio para la implementación del sistema de indicadores de ciudades resilientes ISO 37123: 2019

Propósito de la actuación

Construir una ciudad capaz de evaluar, planificar y actuar de una manera eficaz ante sucesos inesperados, con el propósito de salvaguardar la calidad de vida de la ciudadanía, así como su patrimonio y su imagen. Identificar las áreas y los colectivos más vulnerables de la ciudad con el objetivo de poder implementar políticas adecuadas y prevenir los efectos negativos de una catástrofe.

Potenciar el establecimiento de alianzas con otras ciudades del mundo a través del aprendizaje mutuo en cuestiones de resiliencia y prevención de riesgos.

Línea estratégica 2. Vertebración territorial

El Libro Blanco de Turismo de la Comunidad Valenciana expone que en el territorio confluyen diferentes políticas con incidencia territorial (ordenación del territorio, urbanismo, infraes-

tructuras, desarrollo rural, etc.). Por tanto, las intervenciones sobre él desde una perspectiva turística deben enfocarse mediante un refuerzo de la coordinación y cooperación administrativa. Los programas de actuación de esta línea estratégica se dirigen a recomendar medidas en el planeamiento urbanístico que integre la perspectiva urbana y turística.

PA4. NUEVO MODELO URBANO-TERRITORIAL SOSTENIBLE

11. Redacción del Plan General Estructural de Torrevieja

Propósito de la actuación

El Plan General Estructural establecerá la ordenación estructural del término municipal de Torrevieja a través de la definición de las determinaciones reguladas en el artículo 21 de la LOTUP. Al tiempo, deberá someterse al procedimiento de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica regulado en esta Ley. Por ello, además de la documentación propiamente ambiental exigida por la legislación sectorial, contendrá documentos específicos en los que se incluirán los estudios de tráfico, de movilidad y transporte, del potencial de vivienda y de suelo para actividades económicas, acústico, de inundabilidad, de disponibilidad de recursos hídricos, de Paisaje, de evaluación socio-económica, de patrimonio cultural, de afección a la Red Natura y, en general, todos los que sean exigibles por aplicación de la normativa sectorial.

12. Redacción del Plan de Ordenación Pormenorizada de Torrevieja

Propósito de la actuación

Instrumento de ordenación urbanística municipal complementario al Plan General Estructural, que contendrá las determinaciones del artículo 35 de la LOTUP. Se trata de un instrumento de capital importancia para poder vislumbrar las capacidades regenerativas y de renovación urbana que ofrece la ciudad existente, toda vez que el PGE, en el suelo urbano, se restringe a identificar las actuaciones de renovación urbana de mayor relevancia y significación.

El Plan de Ordenación Pormenorizada tendrá, por tanto, la responsabilidad de proponer intervenciones quirúrgicas, de acupuntura urbana, configuradoras de microcentralidades locales que difícilmente van a quedar desveladas en el PGE. En especial, va a desempeñar un papel destacado para atemperar las deficiencias detectadas en la periferia residencial de Torrevieja.

PA5. ESPACIOS PORTUARIOS, CIUDAD Y COSTA

13. Remodelación de la zona pesquera

Propósito de la actuación

Las instalaciones pesqueras en el puerto de Torrevieja están deterioradas y muy mal estado de urbanización y equipamientos, precisan renovación y existen incluso algunos espacios que están pendientes de ordenación y otros cuyo anterior uso pesquero ha sido eliminado. Se trata, por tanto, de establecer una nueva ordenación en el conjunto de espacios en el que actualmente se encuentran las instalaciones pesqueras, zona de almacenes y pertrechos para la pesca y área de atraque del tráfico de bahía, para seguidamente acometer las actuaciones de desarrollo de esa nueva ordenación.

14. Nueva ordenación y mejora de la conectividad puerto-ciudad

Propósito de la actuación

El puerto de Torrevieja tiene actividad comercial solo en el dique de poniente. En su zona noreste, con las instalaciones pesqueras y náutico-deportivas presenta problemas de permeabilidad y accesibilidad con la ciudad. Además, existen discontinuidades en el perímetro interior del puerto, tanto en las Eras de la Sal hacia Marina Internacional, como en la playa del Acequión, donde no es posible siquiera el tránsito peatonal.

El propósito de la actuación propuesta es resolver estos déficits existentes: eliminación de la valla que separa el puerto del paseo de la Libertad, reordenación de espacios y conexiones peatonales y viarias necesarias.

15. Mejoras en la utilización de espacios portuarios

Propósito de la actuación

En el puerto de Torrevieja existen espacios e instalaciones cuya ordenación, uso y relación con el entorno requiere de mejoras. Así, por ejemplo, la zona ferial, el área de aparcamiento, el viario existente en el dique de levante, la relación del paseo Vistalegre con el real Club Náutico de Torrevieja, etc. La propuesta tiene por objeto la mejora del aprovechamiento y uso ciudadano del conjunto de espacios portuarios.

16. Nuevos equipamientos en la dársena de poniente

Propósito de la actuación

En 2008 se construyó la nueva dársena pesquera en el dique de poniente para trasladar allí las actividades e instalaciones pesqueras, se construyó en 2008 pero sigue sin uso. Existen diversas iniciativas para su ocupación. La propuesta tiene como objetivo el estudio y puesta en marcha de las actividades que se pretende allí ubicar.

Línea estratégica 3. Movilidad

Garantizar la movilidad sostenible mediante el diseño urbano y la intermodalidad de los transportes, el desarrollo de ejes de movilidad alternativa (redes peatonales y de bicicletas) que contribuyan a la mejora de la calidad turística y residencial, la gestión de flujos en destinos con afluencia

masiva de turistas y la accesibilidad del destino a personas con diversidad funcional se han convertido en aspectos clave en cualquier territorio para fomentar la movilidad sostenible tanto de residentes como de visitantes. Por tanto, se pretende integrar la perspectiva turística al modelo de movilidad urbana, un eje muy relevante para el desarrollo turístico.

PA6. PLANES SECTORIALES

17. Plan integral de Accesibilidad

Propósito de la actuación

Siguiendo las bases establecidas en el Plan de Movilidad Urbana Sostenible, es necesario mejorar la accesibilidad del municipio, proyectando y planificando un futuro sin barreras urbanas ni arquitectónicas que dificulten y disminuyan la autonomía de movilidad de las personas, independientemente de sus capacidades de movilidad, edad y género.

18. Revisión-actualización del Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Torrevieja de 2016

Propósito de la actuación

El propósito de esta acción es revisar y actualizar el actual Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) de Torrevieja que data del año 2016, a fin de adaptarlo a los nuevos criterios de ordenación a establecer por el Plan General Estructural.

Entre los objetivos a desarrollar por la Revisión-Actualización del PMUS, cabe destacar: (a) reducir la tasa de crecimiento del tráfico automóvil, (b) hacer posible y atractivo el uso de medios de transporte alternativos: bici, bus, tren, vehículos eléctricos, marcha a pie, (c) remodelar la red viaria principal a fin de adaptarla a las diferentes formas de desplazamiento, (d) organizar el estacionamiento, (e) regular el transporte y la distribución de mercancías en la ciudad, (f) controlar la contaminación y el ruido causado por el tráfico, (g) dotar a las áreas anexas de las infraestructuras lineales de vegetación autóctona o ruderal potencialmente recuperable con vegetación autóctona. Se pueden plantar lentiscos como especie paraguas.

PA7. POTENCIAR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

19. Regeneración urbana eje costero

Propósito de la actuación

Esta acción se basa en la necesidad de crear un gran eje costero para mejorar la calidad ambiental y urbana de ese entorno. Coincidiendo con la zona de mayor densidad urbanística y demanda turística, se propone iniciar la regeneración urbana del eje costero central y urbano en base a un itinerario de amplias zonas peatonales entre La Veleta-Los Náufragos y la Playa de Los Locos conectando con los tramos de paseo existente en la zona del puerto y de la Playa del Cura.

20. Creación de un red de itinerarios peatonales

Propósito de la actuación

Completando el itinerario planteado en la propuesta anterior (PA7-19) de este documento, se deberán crear itinerarios peatonales básicos, desde los propios costeros hasta los interiores que permiten la interconexión con el casco urbano, zonas comerciales y administrativas de la ciudad. Con esta malla peatonal nuevamente se busca el aumento de los desplazamientos a pie en detrimento del uso de los modos motorizados y más contaminantes.

Asimismo, esta actuación se engarza con el Corredor Verde Municipal, una propuesta municipal para potenciar la movilidad sostenible.

21. Creación de una malla de carriles bici/vehículos de movilidad personal

Propósito de la actuación

La creación de una red de carriles bici y de vehículos de movilidad personal adicional a la peatonal también es precisa para estimular el aumento del uso de modos de transporte blandos. Como en el caso anterior, la red debe constituirse como una malla interconectada, estructurada por las principales vías de comunicación de la ciudad, segura y atractiva para los usuarios, y adecuadamente señalizada y mantenida. Esta actuación se alinea con la propuesta del Corredor Verde Municipal que tiene planteada el Ayuntamiento.

22. Adaptación y modificación recorridos transporte público urbano y medidas de mejora

Propósito de la actuación

Mejorar la red de transporte público existente en el municipio, realizando itinerarios que aumenten tanto la velocidad comercial como la cobertura de la población asistida, reforzando los servicios del intercambiador de Eras de la Sal y de la propia estación de autobuses.

23. Modernización del sistema de transporte público

Propósito de la actuación

La competitividad del transporte público urbano respecto del vehículo privado pasa por su necesaria modernización en términos de los sistemas de información (itinerarios, frecuencias, etc.) y espacio destinado al viajero en marquesinas y zonas de espera.

24. Nueva Estación de Autobuses

Propósito de la actuación

Uno de los accesos a Torreveja se produce en autobuses o autocares regionales y nacionales. Es por ello que, la infraestructura de acogida de estos vehículos debe remodelarse y modernizarse puesto que la actual estación de autobuses está deteriorada y su mantenimiento es mínimo.

25. Promoción de la movilidad sostenible

Propósito de la actuación

Las acciones para el fomento de la movilidad sostenible que se han propuesto previamente se han de complementar con las correspondientes de su promoción, dando a conocer tanto a residentes como turistas los beneficios que comporta.

PA8. ESPACIOS DE ESTACIONAMIENTO

26. Regulación del estacionamiento en superficie para viajeros y mercancías e información al usuario

Propósito de la actuación

Ante el grave problema de déficit de estacionamiento en superficie en la zona centro de Torreveja, se propone una regulación del estacionamiento en superficie con objeto de que se incremente la rotación en este entorno y facilite la carga-descarga ligada a la logística urbana.

Línea estratégica 4. Sostenibilidad ambiental

Debido a la gran cantidad de recursos naturales con altos valores paisajísticos que posee Torreveja, una línea estratégica se centra en la sostenibilidad ambiental. Este tipo de sostenibilidad se refiere a la gestión eficiente de recursos naturales

en la actividad productiva, permitiendo su preservación para las necesidades futuras. De este modo, se fomenta una responsabilidad consciente sobre lo ecológico a lo largo del tiempo. Al mismo tiempo, se pretende poner en valor el paisaje como recurso turístico, ya que forma parte de la cultura mediterránea de la Vega Baja y, por tanto, ha de preservarse, protegerse y adecuarse como otro recurso con potencial turístico.

PA9. CONECTIVIDAD ECOLÓGICA

27. Actuaciones sobre el Parque Natural y su perímetro

Propósito de la actuación

Mejorar la conectividad ecológica entre las lagunas de La Mata y Torreveja.
Fomentar la biodiversidad local. Crear nuevos equipamientos para la gestión del uso público.

28. Creación de corredores ecológicos en ramblas

Propósito de la actuación

Mejorar la conectividad ecológica interna y externa.

PA10. PROTECCIÓN Y GESTIÓN MEDIO AMBIENTAL

29. Plan de Adaptación al Cambio Climático

Propósito de la actuación

Necesidad de adaptación a los escenarios previstos del cambio climático, que supondrá en la región mediterránea un descenso de precipitaciones y la pérdida de confort climático con aumento de temperatura en los meses estivales.

30. Plan especial de protección del Paraje Natural del Molino del Agua

Propósito de la actuación

Elaborar el plan de gestión. Mejorar la calidad ambiental del espacio natural y fomentar la biodiversidad local. Mejorar la gestión del uso público.

31. Plan de seguimiento en el entorno de la cala Ferris

Propósito de la actuación

Mejorar la calidad ambiental. Avanzar hacia el uso público del espacio.

32. Plan de vigilancia y seguimiento de las aguas costeras. Plan anticontaminación marina

Propósito de la actuación

Disponer de un plan de vigilancia y seguimiento de las aguas costeras, así como de un plan de contingencias frente a sucesos de contaminación marina.

33. Preservación del medio marino: instalación de fondeos ecológicos y reserva marina de interés pesquero

Propósito de la actuación

Evitar el anclaje indiscriminado sobre praderas de Posidonia oceanica en calas y litoral de Torreveja. Continuar el proyecto del catedrático de biología marina de la Universidad de Alicante, Alfonso Ramos, "Viabilidad de la creación de una reserva marina de interés pesquero en el litoral torrevejense".

PA11. FOMENTAR VALORES AMBIENTALES

34. Potenciar los sistemas de gestión medioambientales

Propósito de la actuación

Incrementar los espacios gestionados con sistemas de gestión medioambientales. Avanzar hacia el reconocimiento de la sostenibilidad. Incrementar la comunicación ambiental de la Red Natura 2000.

35. Participación en programas de seguimiento científico y difusión medioambiental

Propósito de la actuación

Fomentar el conocimiento sobre los valores naturales para optimizar la gestión municipal y, mejorar el conocimiento y actitud de la población respecto al medio ambiente litoral y su sostenibilidad.

Línea estratégica 5. Innovación socio-económica

La innovación, entendida como nuevas ideas empresariales puestas en práctica para lograr mejores resultados, donde el talento y la tecnología juegan un papel relevante, es una dimensión fundamental en este cambio social y en el desarrollo

de una “economía glocal”, imprescindible para la mejora de la competitividad del nuevo modelo de ciudad de Torrevieja. Junto a esta dimensión de la innovación económica, es necesario considerar también el fomento de la innovación social, entendida como la capacidad para lograr mejoras tangibles en la calidad de vida, la participación ciudadana, la protección del patrimonio o la sostenibilidad social y ambiental (Méndez, 2013).

PA12. INNOVACIÓN EMPRESARIAL

36. Innovación de la planta residencial: nómadas digitales y teletrabajo

Propósito de la actuación

Actualmente es tendencia la apuesta por estancias internacionales de varios meses e incluso permanentes para teletrabajadores. Debido a la gran cantidad de planta residencial que queda inutilizada durante la temporada no estival, esta actuación tiene el propósito de incentivar y atraer a los nómadas digitales, nacionales y extranjeros, o teletrabajadores que deseen residir en este entorno mediterráneo durante su periodo laboral. De este modo, se utilizarían las viviendas vacías durante septiembre-junio, fomentando el empleo, atrayendo nuevo talento y desestacionalizando la demanda.

37. Mapa de innovación de la ciudad de Torrevieja

Propósito de la actuación

Es necesario descubrir aquellos sectores de alto valor añadido que implican innovación en entidades locales y detectar tendencias y sectores emergentes en el municipio de Torrevieja y en su área de influencia. Atendiendo a este contexto, se plantea un Estudio donde el universo poblacional queda constituido por empresas y entidades innovadoras localizadas en la ciudad de Torrevieja y sus áreas limítrofes para tener una fotografía real de las empresas innovadoras ubicadas en el municipio. A partir de este estudio, se podrá crear un ecosistema empresarial innovador que sirva como polo de atracción de nuevas estructuras de emprendimiento (nuevas empresas, incubadoras, coworking, etc.).

38. Estudio de competencias tecnológicas en las empresas de la provincia de Torrevieja y municipios limítrofes y comparativa con la oferta formativa

Propósito de la actuación

Hasta la fecha, no se ha realizado ningún estudio reciente de las competencias tecnológicas que debe atesorar el talento de la provincia de Alicante desde el lado de la demanda empresarial, enfoque que se plantea en este trabajo gracias a la metodología que se va a utilizar (encuesta on-line y la realización de entrevistas en profundidad). A partir de los resultados anteriores, se elaborará un listado detallado de competencias demandadas por las empresas con objeto de obtener una información lo más rica y concisa sobre esas necesidades empresariales. Finalmente, se contrastarán las demandas en estas competencias tecnológicas con la oferta formativa tanto universitaria como de otros centros públicos y privados.

PA13. FOMENTAR LA INNOVACIÓN

39. Impulso a la Compra Pública Innovadora para Administración Local

Propósito de la actuación

Desde el Área de Innovación del Ayuntamiento de Torrevieja se incluye esta actuación para identificar las necesidades/retos de la ciudad susceptibles de afrontar por el Ayuntamiento de Torrevieja mediante procesos de compra pública innovadora (CPI).

De cara al periodo 2020-2021, el Ayuntamiento de Torrevieja tiene previsto apalancarse en la compra pública de innovación como elemento de tracción de mercados innovadores dentro de su estrategia por configurar una ciudad sostenible, inteligente e integradora.

40. “HackaSOFt: pensamiento crítico y creativo”

Propósito de la actuación

El “HackaSOFt” está inspirado en el concepto “hackathon”, que es un término usado en las comunidades hacker para referirse a un encuentro de futuros profesionales cuyo objetivo es el desarrollo colaborativo de soluciones a problemas empresariales. El objetivo será doble: por un lado, hacer aportes a las necesidades de empresas mediante pruebas de concepto y prototipos de manera colaborativa con grupos multidisciplinares y, por otro, aprender haciendo desde un punto de vista crítico y creativo.

41. Jornadas T+F: "Talento y financiación para la creación de empresas innovadoras"

Propósito de la actuación

La financiación de la actividad productiva de estas empresas en su fase inicial se enfrenta a tres grandes problemas: el acceso más difícil a la financiación ajena, la mayor dependencia bancaria y unos costes financieros de los recursos ajenos más elevados que en las empresas de mayor tamaño. Además, las empresas deben tener la oportunidad de conocer de forma más directa lo que pueden ofrecer los investigadores, de manera que encuentren en los doctorandos una fuente atractiva de recursos humanos.

Con la realización de la Jornada pretendemos dar a conocer a la comunidad universitaria los instrumentos de financiación que se pueden obtener para la creación de empresas innovadoras y las posibilidades de incorporar talento innovador generado por la Universidad de Alicante.

42. Concurso "Cuéntanos tu idea, IDEATHON"

Propósito de la actuación

En octubre 2020 se realizó una jornada llamada IDEATHON para recopilar ideas innovadoras dentro del tejido empresarial local. Así pues, se pretende seguir desarrollando estas jornadas para actualizar nuevas ideas.

Esta actuación:

- Fomentará el trabajo autónomo y colaborativo, e incitará a investigar y compartir recursos tecnológicos y audiovisuales, integrando el pensamiento compartido y ayudándoles a aprender y desarrollar competencias emprendedoras.
- Enseñará a nuestros jóvenes a comunicar visualmente ideas y proyectos basados en la innovación.

43. Creación de un plan de ocio de calidad y educativo para la prevención de conductas de riesgo.

Propósito de la actuación

Crear un plan de ocio educativo compuesto por propuestas de ocio juvenil orientadas al desarrollo de actividades saludables, cívicas y éticas a partir de una experiencia piloto llevada a cabo durante las fiestas de Carnaval de Torrevieja.

44. Participación en proyectos europeos

Propósito de la actuación

El Curso práctico "Europa oportunidad para lo local: como elaborar y gestionar proyectos europeos" va destinado a formar futuros gestores de proyectos europeos en el ámbito local, realizando una aproximación al mundo de la financiación y de las políticas europeas desde una perspectiva multidisciplinar de la gestión de fondos europeos.

Por otra parte, están surgiendo proyectos europeos focalizados en la protección y desarrollo sostenible de las salinas (<http://www.enicbcmed.eu/projects/medartsal>). De este modo, se recomienda considerar la oportunidad de formar parte de estos proyectos europeos que pondría en valor el recurso identitario de Torrevieja, como es la sal.

PA14. FORMACIÓN

45. Desarrollar un plan formativo orientado a las habilidades directivas en emprendimiento e innovación turística

Propósito de la actuación

Poner en marcha un plan formativo plurianual a medida para directivos y empresarios donde se fortalezcan los conocimientos en emprendimiento e innovación.

46. Desarrollar un plan formativo a medida de los profesionales del comercio y la hostelería

Propósito de la actuación

Poner en marcha un plan formativo plurianual a medida para profesionales del sector comercial y la hostelería en colaboración con todos los agentes implicados (Ayuntamiento, asociaciones sectoriales, escuelas, CDT, Universidad, comercios, empresas de restauración, etc.) para impulsar ambos sectores y ofrecer la formación necesaria que les permita ser más competitivos y generar empleo y servicios de calidad.

47. Divulgar y consolidar valores de innovación, emprendimiento, identidad y ambientales desde el aula

Propósito de la actuación

Actuación dirigida a los docentes de la formación reglada de Torreveja para que transmitan competencias emprendedoras, sociales, identitarias y ambientales, tanto generales como singulares, de Torreveja a su alumnado. Es necesario que las personas más jóvenes conozcan el entorno que les rodea, potencien el arraigo identitario (a través de la cultura de la sal, por ejemplo) y aprendan a respetarlo.

Línea estratégica 6. Diversificación del sector turístico

El sector turístico engloba a las empresas y servicios complementarios turísticos, es decir, alojamiento, restauración, comercio, equipamientos

turísticos y otros servicios relacionados con el fenómeno. De este modo, para que el sistema turístico funcione adecuadamente, es necesario diseñar actuaciones para potenciar y diversificar las empresas y servicios que se nutren del fenómeno turístico, siempre ligadas a la consolidación, desarrollo y gestión de los recursos y productos turísticos.

PA15. TURISMO ACCESIBLE

48. Redacción de un Plan Director de Turismo Accesible

Propósito de la actuación

Posicionar a Torreveja como un referente del turismo accesible mejorando la accesibilidad universal en toda la cadena de valor turístico, generando experiencias accesibles y promocionando los recursos y productos con mayor grado de accesibilidad.

PA16. OBSERVATORIO DE VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO

49. Convertir a Torreveja en referente nacional e internacional de las viviendas de uso turístico

Propósito de la actuación

Puesto que la ciudad de Torreveja es líder nacional en turismo residencial, el despegue de las viviendas de uso turístico supone una gran oportunidad para erigirse como referente en el mercado turístico en la gestión de estas viviendas.

De este modo, Torreveja podría convertirse en un Lab de proyectos piloto de Viviendas de Uso Turístico mediante la sinergia con las plataformas P2P.

50. Formación e información sobre los alojamientos turísticos P2P

Propósito de la actuación

Realizar una labor pedagógica dirigida tanto a los ciudadanos como a los propietarios de segundas viviendas de los beneficios obtenidos por la implementación de los alojamientos ofertados en plataformas P2P así como de las estrategias a seguir para maximizar los ingresos generados por la actividad.

51. Certificación de calidad e higienización de los alojamientos turísticos

Propósito de la actuación

Es necesario implementar certificaciones de calidad sobre los servicios básicos y planes de actuación para la higienización y desinfección de los alojamientos turísticos dada la situación de alerta mundial por la covid-19.

52. Ventajas fiscales para las segundas residencias

Propósito de la actuación

Para aumentar la ocupación de las segundas viviendas a lo largo de todo el año se debe incentivar el uso de las plataformas P2P de alojamiento turístico. Para ello, se propone una rebaja del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) a aquellos propietarios que oferten estos servicios.

PA17. FOMENTO DEL ALOJAMIENTO REGLADO

53. Creación de oferta de alojamiento dinámica frente al turismo residencial

Propósito de la actuación

Debido al escaso número de plazas hoteleras o de alojamiento reglado, frente a las plazas residenciales, se propone fomentar la creación de oferta de alojamiento hotelero para dinamizar algunos de los productos turísticos emergentes, como el turismo MICE o turismo deportivo.

Existen productos turísticos cuyo nicho de mercado prefiere la estancia en establecimientos hoteleros con servicios muy concretos para cubrir sus necesidades. Por tanto, para impulsar y ser competitivos es necesario apostar por la creación de oferta reglada.

PA18. IMPULSO DE LA OFERTA COMERCIAL Y HOSTELERA

54. Marco de colaboración público-privado para potenciar las empresas de comercio y hostelería

Propósito de la actuación

Establecer un marco de colaboración entre las empresas de los sectores de comercio y hostelería, la administración pública, las asociaciones sectoriales y el resto de agentes integrados en el municipio. Los acuerdos de colaboración permitirán definir las acciones necesarias para impulsar el comercio y la hostelería de Torrevieja (acciones formativas, informativas, de ocio...)

Línea estratégica 7. Marketing turístico y transformación digital

El marketing turístico es un elemento relevante dentro del sistema turístico, ya que da a conocer el destino, sus recursos y servicios; motivando, convenciendo, sensibilizando y persuadiendo a los visitantes. Por ello, es de gran importancia establecer una hoja de ruta en base a la comunicación y creación de imagen de Torrevieja que

potencie sus fortalezas y dé a conocer los cambios que se pretenden con esta estrategia turística. Por otra parte, el futuro de los destinos parece más dependiente que nunca de la evolución de la tecnología. El proceso de transformación digital que viene experimentando el turismo desde hace décadas, con diferente intensidad en función del subsector que se analice, sitúa a los destinos turísticos ante la asimilación de la necesidad de mantenerse en un permanente estado de vigilancia tecnológica.

PA19. DIGITAL DESTINATION MANAGER

55. Creación de la figura del Digital Destination Manager

Propósito de la actuación

Esta actuación tiene como fin centralizar la gestión de la comunicación digital entorno a una figura que será la responsable de todas las acciones en este ámbito.

PA20. MARCA TORREVIEJA

56. Rebranding y reposicionamiento de la marca Torrevieja

Propósito de la actuación

La voluntad de esta actuación es desarrollar una nueva identidad diferenciada de la marca Torrevieja, que ayude a reducir las connotaciones negativas con el fin de reposicionar al destino en la mente del turista.

57. Creación de la unidad de Vigilancia de Marca

Propósito de la actuación

Esta actuación tiene como fin crear un equipo que realice un seguimiento exhaustivo en tiempo real de la presencia de la marca en todos los ámbitos a fin de consolidar el proceso de reposicionamiento.

58. Campañas de sensibilización local

Propósito de la actuación

Influir en el comportamiento del visitante y del residente para que modifique su actitud negativa hacia la imagen de Torrevieja como destino turístico.

PA21. DESTINO INTELIGENTE

59. Torrevieja Smart2

Propósito de la actuación

La presente propuesta de actuación tiene como objetivo principal el desarrollo operativo del enfoque de gestión "Destino Turístico Inteligente" en la ciudad. Este enfoque debe plantearse de manera consensuada con todos los agentes de destino, integrando todos los objetivos estratégicos de la ciudad. Dada la relevancia económica del turismo en Torrevieja, la aplicación del enfoque Smart debe centrarse en la mejora de la gestión turística. No obstante, es muy interesante que se incorporen aspectos de ciudad que repercutan en una mejora de los servicios públicos ofrecidos tanto a turistas como a residentes. Esto es, combinar los enfoques Smart City y Smart Destination.

60. Sensorización turística

Propósito de la actuación

Una de las principales características del actual escenario turístico es la conexión del mundo físico con el digital, gracias a tecnologías como el Internet de las Cosas (Internet of Things, IoT) y el aumento de la conectividad. El objetivo de esta propuesta de actuación es favorecer una sensorización progresiva de la ciudad en aquellos ámbitos más relacionados el turismo en la ciudad, como, por ejemplo, las playas, los espacios naturales, los paseos marítimos, el aparcamiento público, oficinas de información turística, etc.

61. Economía de los datos

Propósito de la actuación

La gran cantidad de dispositivos y aplicaciones conectadas a Internet gracias a tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), generan diariamente una enorme cantidad de datos que tienen la potencialidad de mejorar los procesos de toma de decisiones. El propósito de esta actuación es fomentar la cultura de los datos en la ciudad y, más concretamente, su puesta en valor mediante estrategias de apertura de datos, el uso de técnicas de análisis y explotación mediante tecnologías como el Big Data y la Inteligencia Artificial, etc.

Línea estratégica 8. Productos turísticos

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan turístico de un destino y genera una experiencia turística integral. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (UNWTO, 2019).

Este plan ha priorizado los productos entorno a los recursos turísticos existentes en el destino, en vez de en los mercados. Se ha tomado esta decisión porque primer es necesario ordenar y poner en valor el elemento atractor (los recursos), para después, mediante la promoción y comunicación, atraer a los mercados específicos.

A pesar de la diversidad de productos turísticos propuestos, tras el diagnóstico realizado, se aconseja priorizar las actuaciones referentes a turismo náutico, gastronómico, deportivo y sanitario ya que son los productos turísticos emergentes y los más avanzados en su posicionamiento. Por otra

parte, y debido a la singularidad de los recursos naturales y culturales que posee el municipio, recomendamos encarecidamente llevar a cabo, en el primer periodo de implementación del plan, las actuaciones propuestas para el turismo de naturaleza y cultural, ya que posicionaría el destino y diversificaría su oferta e imagen del turismo de sol y playa.

PA22. PLANIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

62. Clubes de producto y planes operativos

Propósito de la actuación

La administración turística local ha impulsado diversos productos turísticos mediante la promoción de sus actividades y, por otra parte, esta Estrategia propone una serie de productos turísticos potenciales. No obstante, es necesario el impulso de la creación de cada club de producto con su respectivo plan operativo donde se establezcan unas actuaciones específicas y adecuadas enmarcadas dentro de esta Estrategia de Desarrollo Turístico.

En cada plan operativo, se llevará a cabo un diagnóstico en profundidad (DAFO-CAME o facilitadores vs. delimitadores) de cada producto, y se establecerán unas actuaciones específicas, consensuadas por todos los actores (públicos y privados) para impulsar de una manera coherente, adecuada y sostenida en el tiempo cada producto.

PA23. TURISMO NAÚTICO Y DE PESCA

63. Modernización de la Lonja e instalaciones pesqueras

Propósito de la actuación

El actual deterioro y mal estado de las instalaciones pesqueras encuentra uno de sus máximos exponentes en el caso de la Lonja y edificaciones anexas. La flota pesquera en Torre Vieja sigue teniendo actividad importante. En consecuencia, se trata de modernizar las instalaciones pesqueras en el puerto de Torre Vieja, tanto, de manera especial, en el caso de la Lonja como de las edificaciones e infraestructuras pesqueras en su conjunto: líneas de atraque, servicios y equipamientos.

64. Reorientar el espacio y actividad de la Lonja Pesquera de Torre Vieja al uso turístico

Propósito de la actuación

La propuesta tiene como objetivo el desarrollo de la vertiente turística de las instalaciones pesqueras en el puerto de Torre Vieja. Ese uso turístico puede darse en dos desarrollos: por una parte, facilitando la creación de empresas turísticas dedicadas a la organización de salidas al mar para convivir con la práctica pesquera de la mano de profesionales activos; por otra parte, en relación con las actividades pesqueras en puerto, es decir, descarga de las embarcaciones, preparación de las capturas, subasta de la pesca, etc.

65. Nuevos desarrollos en pesca activa, turismo náutico y del espacio salinero

Propósito de la actuación

La propuesta se refiere a la puesta en marcha de nuevas iniciativas turísticas, concretamente las relativas a:

- Pesca activa
- Actividades de turismo náutico
- Valorización de la explotación salinera con fines educativos y turísticos

PA24. TURISMO GASTRONÓMICO

66. Potenciar el desarrollo del turismo gastronómico

Propósito de la actuación

Promover el desarrollo del turismo gastronómico en Torre Vieja para lograr posicionar el destino en este segmento de demanda turística y atraer visitantes tanto nacionales e internacionales como excursionistas del entorno provincial y regional. Esta tipología turística tiene carácter desestacionalizador y permite además ofrecer un producto auténtico, experiencial, basado en el patrimonio local y comarcal, compatible y complementario con otras modalidades de ocio y turismo.

67. Repensar el Mercado Central La Plasa

Propósito de la actuación

Revitalizar y adaptar a las nuevas tendencias de la demanda el Mercado Central la Plasa, de forma que recupere y fortalezca su papel como espacio comercial, gastronómico y cultural.

68. Lonja Pesquera de Torreveja como espacio gastronómico

Propósito de la actuación

Se trata de remodelar física y funcionalmente el espacio de la Lonja Pesquera y la zona del puerto pesquero para que, junto con el Mercado Central "La Plasa", el Museo de la Sal y las Eras de la Sal permitan valorizar el patrimonio gastronómico de la ciudad y el consiguiente despegue del turismo gastronómico. La propuesta tiene como objetivo el desarrollo de la vertiente turística gastronómica en el puerto de Torreveja.

69. Promover una marca para la sal y los productos del mar de Torreveja

Propósito de la actuación

Dotar de un distintivo de calidad que certifique el origen de los productos emblemáticos de la localidad, sal y pescado y aporte al consumidor una garantía de calidad y frescor.

70. Creación y promoción de un Festival Gastronómico de la sal y los productos del mar

Propósito de la actuación

Impulsar el patrimonio gastronómico de la sal y los productos del mar de Torreveja como generador de identidad y comunidad a través de la participación de ciudadanos, productores y negocios locales; como complemento de otros festivales comarcales como el Festival Gastro Vega Baja.

71. Promover una ampliación y reorientación de la demanda de ocio con el "Tardeo"

Propósito de la actuación

Potenciar la demanda de hostelería y ocio en horario diurno para dar mayor vitalidad a los espacios urbanos y animación en la calle que estimule el consumo.

PA25. TURISMO DEPORTIVO

72. Consolidar el turismo deportivo en Torreveja

Propósito de la actuación

El turismo deportivo en Torreveja es un producto emergente que se ha tratado de impulsar desde la Unidad de Turismo Deportivo. No obstante, es necesaria la puesta en marcha de diferentes actuaciones que consolide dicho producto turístico.

73. Club de Producto Mediterráneo Activo-Deportivo (CreaTurisme)

Propósito de la actuación

Adherirse al "Programa de Producto Turismo Deportivo de la Comunitat Valenciana".

74. Escuelas deportivas internacionales

Propósito de la actuación

Torreveja ya ha iniciado el camino de creación de producto en torno al turismo deportivo. El siguiente paso es implicar a toda la población para fomentar su participación en actividades deportivas que supongan una oportunidad para el intercambio generacional e intercultural, y que generen afición para la creación de experiencias turísticas basadas en el deporte.

PA26. TURISMO ACTIVO Y DE NATURALEZA

75. Potenciar el Turismo Activo y de Naturaleza a través de sus Espacios Naturales Protegidos

Propósito de la actuación

Potenciar los dos espacios naturales de Torreveja mediante actividades de bajo impacto medio ambiental

76. Comunicación sobre los valores naturales del litoral

Propósito de la actuación

Informar a la población local y turistas de los principales valores naturales de la costa, sus hábitats, especies y funciones ecosistémicas, con especial atención a la presencia de arribazones de *P. oceanica* en sus playas y el correspondiente plan de gestión que el ayuntamiento lleve a cabo.

PA27. TURISMO SANITARIO-WELLNESS

77. Fortalecer el Turismo Sanitario-wellness

Propósito de la actuación

El turismo sanitario-wellness es un producto turístico emergente de Torreveja promocionado en FITUR 2014 donde Ayuntamiento, Hospital Quirón y Corte Inglés unieron sinergias para su impulso. No obstante, son necesarias diferentes actuaciones para fortalecer este producto turístico.

78. Creación de un Aula Universitaria de la Salud para el Envejecimiento Activo

Propósito de la actuación

Convertir a Torreveja en un referente de calidad de vida y turismo de salud. Prestar atención especializada en temas de salud y envejecimiento activo a las personas extranjeras. Promover el empleo y las actividades profesionales en el ámbito de la salud. Mejorar la capacidad de respuesta de Torreveja ante situaciones de riesgo.

PA28. TURISMO ITINERANTE

79. Regular el Turismo Itinerante

Propósito de la actuación

El turismo itinerante se refiere al viaje realizado con una furgoneta camper, una caravana o una autocaravana. Debido a una falta de regulación clara y adecuada desde todos los niveles administrativos, es necesario regular y acotar un espacio determinado para el estacionamiento de estos vehículos.

PA29. TURISMO CULTURAL

29.1 Plan de actuaciones “Las salinas: patrimonio mediterráneo”

80. Gobernanza cultural

Propósito de la actuación

Es necesario valorar la implementación de una forma jurídica más adecuada a la puesta en marcha de un nuevo plan cultural de la ciudad, considerando si el funcionamiento del Instituto Municipal de Cultura se puede adaptar a la nueva situación, o si es conveniente plantear otro tipo de soluciones.

81. Plan de ordenación de los espacios museísticos de la ciudad

Propósito de la actuación

Tal y como explicita el proyecto museológico, en la actualidad, hay un buen número de museos en la ciudad que no presentan una oferta estructurada. Es imprescindible establecer una política museística que priorice las propuestas más importantes, que mejore la calidad de la experiencia ofrecida y que ordene y estructure debidamente su comunicación.

82. Proyecto integral del patrimonio de las Salinas

Propósito de la actuación

Hay innumerable información documental y gráfica de las salinas que se encuentra dispersa, y en ocasiones de difícil acceso. Además, el municipio cuenta con patrimonio industrial mueble e inmueble ligado a las salinas (antiguas fábricas, puentes, etc.) que están en desuso. Por otra parte, el Centro de Interpretación Salinera se encuentra cerrado permanentemente, y el acceso a las Salinas se limita al ser un espacio minero de propiedad privada.

Por ende, se requiere realizar un proyecto integral que aglutine todo el patrimonio de las Salinas para convertirlo en un recurso turístico de primer orden.

29.2 Recursos culturales de primer orden: Eras de la Sal, Habaneras y Torres BIC

83. Recuperación del Conjunto Monumental Eras de la Sal

Propósito de la actuación

El grave deterioro actual de gran parte del conjunto monumental requiere acometer planes, estudios proyectos e intervenciones que conduzcan a recuperar su valor y asegurar la buena preservación del bien. El conjunto histórico y monumental de las Eras de la Sal es el nexo que permite relacionar identidad, cultura e historia de Torre Vieja. Pone de manifiesto la relación de Torre Vieja con el mar y las salinas y su explotación, así como con la navegación, las habaneras, la construcción de embarcaciones, la cartografía histórica, la construcción del puerto y sus orígenes.

84. Nuevo Auditorio (Eras de la Sal)

Propósito de la actuación

El conjunto monumental de las Eras de la Sal es el contenedor ideal para la realización de actos culturales. El caso del Certamen Internacional de Habaneras y Polifonía es un ejemplo de uso con repercusión importante, y son enormes las posibilidades de que el recinto albergue en verano y el buen tiempo todo tipo de actos. Actualmente el tornavoz no reúne las condiciones debidas, los equipamientos son insuficientes y las instalaciones a todas luces inadecuadas.

85. Potenciar las manifestaciones artístico-musicales torrevejenses

Propósito de la actuación

El Certamen Internacional de Habaneras y Polifonía pone de relieve la importancia de la música en el territorio torrevejense. A raíz de esta singularidad, han surgido otras manifestaciones artístico-culturales que han de ponerse en valor y ligarse a la cultura como por ejemplo las Jornadas Hispanocubanas de Torre Vieja o las diversas actividades realizadas por los coros locales. Por otra parte, también es de importancia otras manifestaciones musicales llevadas a cabo por las bandas de música locales (Los Salerosos y Unión Musical) o por la Orquesta Sinfónica de Torre Vieja. Por tanto, el propósito es promover la conservación, el conocimiento, el estado y la difusión del patrimonio cultural torrevejense ligado a la tradición musical.

86. Renovación y puesta en valor de las Torres BIC

Propósito de la actuación

Torre Vieja cuenta con dos Bienes de Interés Cultural como son la Torre de la Mata y la Torre del Moro, siendo la segunda una torre del embarcadero histórico de La Mata, mientras que la segunda es una Torre Vigía propiamente dicha. No obstante, se precisa, en particular, de la renovación arqueológica de la Torre del Moro y de la adecuación al uso turístico de ambos BIC.

29.3 Rutas urbano-culturales

87. Nuevas rutas peatonales y puesta en valor de recursos culturales

Propósito de la actuación

Torre Vieja posee diversos recursos culturales (tangibles e intangibles) que necesitan ser impulsados mediante la creación de rutas y una promoción adecuada.

88. Creación intergeneracional de rutas turísticas y de ocio juvenil

Propósito de la actuación

Promover las relaciones intergeneracionales entre jóvenes y mayores en la ciudad de Torrevieja. El objetivo es generar un intercambio de conocimientos y experiencias para la confección de una ruta turística y de ocio juvenil centrada en la cultura y la salud.

Recuperar el patrimonio histórico y cultural de Torrevieja a través del relato de los mayores e integrarlo en las actividades turísticas y de ocio de los jóvenes.

Fomentar la participación de jóvenes y mayores en los asuntos que conciernen a su ciudad. En especial, la de los mayores extranjeros y los jóvenes en riesgo de exclusión social.

29.4 Memoria oral de la ciudad

89. Voces de Torrevieja. Archivo de la memoria oral de la ciudad

Propósito de la actuación

La memoria oral es una herramienta fundamental para conocer nuestro pasado histórico. Por esto, los trabajos de historia oral, de recogida de testimonios, experiencias y vivencias tienen una importancia capital en la recuperación de la memoria local. Por ello, el propósito es elaborar una web que reúna trabajos sobre la vida cotidiana y la identidad cultural a través del estudio de la memoria oral de la ciudadanía de Torrevieja (recuperar la historia contemporánea, creación de un fondo documental, promover estudio local de cultura, historia e identidad).

PA30. CICLOTURISMO

90. Fomentar el Cicloturismo en Torrevieja

Propósito de la actuación

Crear un producto de cicloturismo acorde al entorno torrevejense.

PA31. TURISMO MICE

91. Recomendaciones para el producto MICE

Propósito de la actuación

Potenciar el producto MICE en Torrevieja.

PA32. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

92. Favorecer la deambulación (walkability)

Propósito de la actuación

Ubicar señalética direccional e informativa en espacios peatonales para distribución de flujos. Considerar vías pecuarias y vía verde para crear nuevas rutas y senderos.

Implantar señalética interpretativa en recursos culturales y monumentales.

Coordinación del proyecto: Sandra Navarro Ruiz

Comité Técnico

- José Fernando Vera Rebollo | Universidad de Alicante
- Armando Ortuño Padilla | Universidad de Alicante
- Marco A. Celdrán Bernabeu | Universidad de Alicante
- José Norberto Mazón López | Director Sede Universitaria de Torrevieja. Universidad de Alicante

Comisión de Seguimiento

- Eduardo Dolón Sánchez | Ilmo. Alcalde de Torrevieja
- Rosario Martínez Chazarra | Ilma. Vicealcaldesa y Concejala de Turismo
- Francisco Moreno Juárez | Gabinete de Alcaldía del Ayuntamiento de Torrevieja
- Lidia Rodríguez Pérez | Técnico Oficina de Turismo de Torrevieja
- Ramón Sánchez | Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Torrevieja

Expertos elaboración Monográficos

- Accesibilidad y tráfico: Armando Ortuño, Vicente Mateu y Jairo Casares | Universidad de Alicante
- Comercio y hostelería: Fermín Crespo, Isabel García Luis y Arturo Jiménez Rodríguez | ATAMA Estrategia Responsable
- Medio ambiente, playas y áreas protegidas: Alejandro Triviño, Gabriel Soler, Juan E. Guillén, María Vicedo, David Gras y Joaquín Martínez | Instituto de Ecología Litoral
- Alojamiento: Armando Ortuño, Jairo Casares y Vicente Mateu | Universidad de Alicante
- Urbanismo: Pedro Górgolas | Universidad de Sevilla
- Transformación digital en turismo: Marco Celdrán y David Giner | Universidad de Alicante
- Puerto y dársena interior: Vicente Esteban Chapapría | Universidad Politécnica de Valencia
- Demografía y sociedad: Raquel Huete y Carlos Sáez Maciá | Universidad de Alicante
- Emprendimiento, empleo y formación: Rafael Lafont | Universidad de Alicante (Director FUNDEUN)
- Imagen y comunicación turística: Mariano Torres, Rubén Arandis-i-Agramunt y Sara Serrano | SIEN Consulting Planificación Inteligente
- Consulta-participación ciudadana: Antonio Aledo, Guadalupe Ortiz, Iker Jimeno, José J. Mañas, Pablo Aznar, Emilio Climent | Universidad de Alicante

Responsable tecnológico de la web: Alberto Berenguer Pastor

Coordinación del proyecto: Sandra Navarro Ruiz

Maquetación: El Santo Comunicación

Web del proyecto: <https://estrategia.turismodetorrevieja.com/>

Agradecimiento:

El Comité Técnico y la Comisión de Seguimiento agradecen la implicación de todas las personas y entidades que han participado en este proyecto haciendo posible la elaboración de la Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja para el periodo 2021-2025, una hoja de ruta turística transversal, participativa y consensuada.



ESTRATEGIA DE DESARROLLO
TURÍSTICO DE TORREVIEJA

RESUMEN EJECUTIVO

