

## FORMULARIO PROPUESTAS DE PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS 2022

La propuesta de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD), de conformidad con el apartado 9 del **Programa ordinario de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos Convocatoria 2022**, deberá presentarse a través del formulario detallado a continuación. Para evaluar la propuesta será, por tanto, suficiente con la presentación del formulario cumplimentado en su totalidad, sin que sea necesario incorporar como anexo un plan en un documento independiente.

El formulario está integrado por cuatro elementos:

1. Datos básicos del solicitante
2. Memoria económica relativa al coste y financiación
3. Memoria técnica del plan
4. Anexos

### 1. Datos básicos del solicitante

<b>Denominación entidad local</b>	Ajuntament de Mont-roig del Camp
<b>NIF entidad local</b>	P4309300D
<b>Tipo de entidad local</b>	<b>Municipio</b>
<b>Subcategoría de destino</b>	Destino de sol y playa mixto/residencial
<b>Comunidad autónoma a la que pertenece</b>	Cataluña
<b>Provincia a la que pertenece</b>	Tarragona
<b>Denominación del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino</b>	Plan de Sostenibilidad Turística del Destino (PSTD) de Mont-roig del Camp - Miami Platja (Tarragona)

Datos de contacto:

<b>Persona/s de contacto</b>	
<b>Correo/s electrónico/s</b>	
<b>Teléfono/s de contacto</b>	

### 2. Memoria económica relativa al coste y financiación

<b>Inversión global del plan</b>	3.982.737,00 €
<b>Aportación de la entidad local</b>	1.327.579,00 €
<b>Aportación solicitada a la comunidad autónoma</b>	1.327.579,00 €
<b>Aportación solicitada a la Administración General del Estado</b>	1.327.579,00 €

**Programación económica de actuaciones a lo largo de las tres anualidades (2023-2025):**

EJES DE ACTUACIÓN	ACTUACIONES	TOTAL	2022	2023	2024	2025
<b>EJE 1</b> (Transición verde y sostenible)	1.1. Nuevo espacio para el fomento de la economía circular ECOTECA			432.256,61 €		
	1.2. Red de itinerarios saludables de conexión entre núcleos de población			200.000,00 €	200.000,00 €	100.000,00 €
	1.3.					
	1.4.					
	1.5.					
	<b>Total EJE 1</b>		932.256,61 €		632.256,61 €	200.000,00 €
<b>EJE 2</b> (Eficiencia energética)	2.1. Puntos de recarga para vehículos eléctricos.			90.000,00 €	90.000,00 €	
	2.2.					
	2.3.					
	2.4.					
	2.5.					
	<b>Total EJE 2</b>		180.000,00 €		90.000,00 €	90.000,00 €
<b>EJE 3</b> (Transición digital)	3.1. Plan director de destino turístico inteligente (PDTI) de Mont-roig-Miami.			55.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
	3.2. Impulso al marketing online one to one y generación de experiencias individualizadas.			35.000,00 €	35.000,00 €	35.000,00 €
	3.3. Plan de apoyo a la digitalización de establecimientos turísticos.			12.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €
	3.4. Gestión evolutiva de la web de turismo y mejoras en la accesibilidad.			15.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €
	3.5. Digitalización de la oficina de turismo de Mont-roig y creación de contenido.			40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €
	3.6.					
	<b>Total EJE 3</b>		607.000,00 €		157.000,00 €	225.000,00 €
<b>EJE 4</b> (Competitividad)	4.1. Centro de convenciones para el impulso del turismo de negocios vinculados a la economía verde. ECOESPAI			325.239,70 €	325.239,70 €	
	4.2. Urbanización plaza Girona e implantación parquin cubierto para bicicletas.			212.281,37 €	496.156,88 €	424.562,75 €
	4.3. Plan director del centro histórico de Mont-roig del Camp.			100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
	4.4. Coordinación técnica del plan de sostenibilidad turística en destino.			60.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €
	<b>Total EJE 4</b>		2.263.480,39 €		697.521,07 €	981.396,58 €
		<b>3.982.737,00</b>		<b>1.576.778</b>	<b>1.496.397</b>	<b>909.563</b>

### 3. Memoria técnica del plan

---

#### 1. Índice

#### 2. Descripción del Plan

Mont-roig del Camp lleva años persiguiendo la transformación y enriquecimiento de su modelo turístico con el objetivo de desarrollar todo su potencial en el marco de la Costa Dorada, en las que reinan poblaciones vecinas como Salou y Cambrils. Se pretende construir una marca turística que vaya más allá del potencial de sol y playa característicos de la zona, ya muy consolidada en estos municipios que atraen la mayor parte de los turistas que buscan este tipo de destinos. Generar una marca capaz de diferenciarse y convertir a Mont-roig del Camp-Miami Platja en referentes del turismo sostenible en el sur de la Costa Dorada es una oportunidad para seguir creciendo como destino turístico de calidad y generar nuevas oportunidades. Es importante remarcar que el municipio cuenta con un nivel de renta per cápita inferior a la media catalana y que se registra una diferencia de prácticamente 10 puntos en los índices de desempleo entre hombres y mujeres.

Apostar por un turismo sostenible e inteligente pondrá en valor al municipio en el marco de la Costa Dorada, generando nuevas oportunidades, mejorando la calidad del sector i del empleo. A la vez se pretende romper con la fuerte conexión existente entre la marca de turismo sostenible y grandes zonas naturales protegidas, buscando que la marca de turismo sostenible, o ecoturismo, pueda ir ligada también a un destino costero aparentemente desarrollado, pero que pretende cuidar el mínimo detalle para ofrecer al visitante un destino respetuoso con el medio ambiente, inteligente, comprometido con el reciclaje, la reutilización, la movilidad sostenible y la lucha contra el cambio climático.

Las acciones presentadas en este Plan están trabajadas para conseguir este objetivo, alineando esta estrategia con los objetivos recogidos en el Plan Estratégico de Municipio 2020-2030 y con el Plan Estratégico de Turismo, pero también con los ejes establecidos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, apostando, por tanto, por la transición verde, la transición digital, la eliminación de las brechas de género y el impulso a las políticas de empleo que reduzcan la desigualdad.

En concreto, las acciones propuestas se centran en uno de los objetivos del PRTR, la transformación y modernización del sector turístico a través de la sostenibilidad y la digitalización, aumentando su competitividad y resiliencia.

Así, la acción 1, “Nuevo espacio para el fomento de la economía circular”, y la 2, “Red de itinerarios saludables entre núcleos de población”, se alinean con el eje 1 de Actuaciones en el ámbito de la transición verde y sostenible correspondiendo con actuaciones de implantación de medidas de economía circular desde el servicios públicos y adecuación de itinerarios no motorizados, respectivamente.

La acción 3, “Puntos de recarga para vehículos eléctricos para la zona de playas”, se alinea con el eje 2 de Actuaciones de mejora de la eficiencia energética pretendiendo favorecer la descarbonización y la movilidad sostenible.

La acción 4, “Plan director de destino turístico inteligente (PDTI) de Mont-roig Miami”, 5, “Impulso al *márquetin one to one*”, 6, “Plan de apoyo a la digitalización de establecimientos turísticos”, 7, “Gestión evolutiva de la web de turismo y mejoras en la accesibilidad”, y 8, “Digitalización de la oficina de turismo de Mont-roig y creación de contenido especializado”, se alinean con el eje 3 de Actuaciones en el ámbito de la transición digital, y engloban acciones de comunicación y acceso de recursos y servicios al turista en destino, desarrollando plataformas y sistemas de inteligencia turística en destino y dinamizando el sector turístico local.

Finalmente, la acción 9, “Centro de convenciones para el turismo de negocios vinculados a la economía verde”, 10, “Nodo de la movilidad sostenible”, 11 “Redacción del Plan Director del centro histórico de Mont-roig del Camp”, y 12, “Coordinación técnica del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino”, se alinean en el eje 4 de Actuaciones en el ámbito de la competitividad del sector turístico, mejorando el entorno urbano, alineándolo con la sostenibilidad y creando nueva oferta turística.

### 3. Vocación turística del destino

#### 3.1. Identificación del territorio.

##### – Demarcación territorial en la que tendrá lugar la ejecución del Plan:

El ámbito de actuación será del Municipio de Mont-roig del Camp, municipio situado en la provincia de Tarragona (Catalunya), en la Costa Daurada. Un municipio que, partiendo del núcleo original de población que le da nombre, a partir de los años 60 vio multiplicarse en su territorio múltiples urbanizaciones (hasta 25 núcleos recogidos en el Nomenclátor del INE), especialmente en la costa, siendo el más relevante el de Miami Platja, con 6.249 hab., (que dobla en población al núcleo de Mont-roig del Camp, con 2.895, situado en el interior y de carácter rural). En total, en 2021 el municipio cuenta con 12.689 habitantes empadronados y una población estacional a tiempo completo anual (datos de 2019) de 3.928 habitantes, alcanzándose una concentración máxima de unos 70.000 habitantes en temporada alta.

El término municipal tiene una superficie de 63,31 km<sup>2</sup> y 12 km de litoral que constituyen la Costa Dorada más natural, presentando una clara dualidad playa-rural, con suficientes recursos turísticos desarrollados o susceptibles de desarrollo en ambos ámbitos.

El territorio municipal presenta una clara dualidad playa-rural/interior, con dinámicas socioeconómicas diferenciadas que es necesario integrar tanto social como económicamente, mediante una planificación y actuación conjuntas que contribuyan a una mayor articulación territorial e integración del municipio.

Los recientes procesos participativos de planificación estratégica municipal (Plan estratégico de Turismo 2018-2025 y Plan Estratégico 2020-2030) apuestan claramente por esta visión estratégica: integración, cohesión, búsqueda de sinergias, complementariedad, aprovechamiento de la riqueza y diversidad de recursos disponibles para desarrollar una oferta diversificada de productos que permitan ampliar los segmentos de la demanda captada, apostando por el desarrollo de segmentos como el turismo de negocios, el concienciado medioambientalmente, el rural o el cultural y ofreciendo nuevos atractivos alternativos al turismo de sol y playa mediante una diversificación de la oferta y una modernización en clave medioambientalmente sostenible que beneficie al conjunto del municipio.

– **Mapa de situación:**



– **Mapa de recursos turísticos:**



– **Situación demográfica:**

Población	12.689
Tasa de variación de población / índice de pérdida demográfica última década	Población residente a 01/01/2011: 12.476 Población residente a 01/01/2021: 12.689 Tasa de variación de población: 1,707%
Densidad poblacional	200,43 hab/km <sup>2</sup>
Índice envejecimiento poblacional	Mayores de 64 años 2021: 2.377 Menores de 15 años 2021: 1.875 Índice envejecimiento poblacional: 1,27 Datos Idescat 2021

### 3.2. Potencial turístico del destino

- **Descripción de la oferta turística del territorio y de los productos/experiencias en los que se ha especializado el destino:**

Mont-roig y Miami Platja se ha especializado en 4 segmentos muy importantes que se detallan brevemente a continuación:

#### **El paraíso emergente del cicloturismo**

El clima, el paisaje y una red de carreteras tranquilas y caminos rodeados de naturaleza hacen de Mont-roig y Miami Platja, además de ser un destino que forma parte de la marca “Cicloturismo en Catalunya”, un paraíso para los amantes del **cicloturismo**, en todas sus modalidades. Cada vez son más los que se acercan al municipio atraídos por este deporte, lo que permite seguir promoviendo una **movilidad limpia** y **ayudando a minimizar los efectos del cambio climático** como exigen los **ODS**.

#### **Un destino ideal y seguro para disfrutar en familia**

Ir a la búsqueda de piratas y de sus botines paseando por las calas de Miami Platja, adentrarse por caminos de cuentos de hadas donde las rocas forman esculturas caprichosas o bien descubrir los pequeños tesoros que coleccionaba el genial artista Joan Miró en la Masía Miró a través del juego familiar digital, son algunos de los atractivos turísticos ideales para el público familiar.

Además, el núcleo de Mont-roig, cuenta con un juego de descubierta familiar “Mont-roig enigmático” que permite recorrer el centro histórico de forma lúdica, divertida y completamente autónoma.

Y para las familias más activas, Mont-roig y Miami Platja, durante todo el año, ofrece múltiples propuestas para todas las edades, programación de actividades y espectáculos de verano y un sinfín de actividades náuticas, entre otras, con un objetivo común, que todas integren la **sostenibilidad** como concepto fundamental y concienciar que **el medio natural no es una fuente inagotable de recursos**.

#### **Mont-roig y Miami Platja, la casa de vacaciones de Joan Miró**

La vinculación de Joan Miró con Mont-roig del Camp fue tan fuerte que el genio, fuera donde fuera, siempre llevaba una algarroba de Mont-roig para inspirarse, donde Miró tenía la masía, su casa de vacaciones, espacio en el que gestó su universo y su obra.

Descubrir el Mas Miró, el origen de todo, y a través de la ruta “El paisaje emocional de Miró” que transcurre por algunos de los espacios que transformó en arte universal, es la mejor forma de adentrarse completamente en el universo mironiano.

#### **Los mejores sabores de Mont-roig y Miami Platja**

A lo largo del año se organizan varios **eventos gastronómicos**, este 2022 un total de 7, con el objetivo de impulsar el sector de la restauración, los productos locales y el turismo gastronómico.

- **Estimación de las posibilidades turísticas del destino inexploradas:**

Aunque se esté trabajando en estos 4 grandes bloques, **existen posibilidades turísticas del destino que no se han explotado**, por diferentes motivos, ya sean estructurales o de

capacidad de gestión por falta de recursos económicos o humanos.

Entre estas posibilidades no explotadas identificamos la creación de una marca de turismo sostenible y el turismo de negocios y convenciones que no se ha desarrollado todo lo que podría debido a la falta de infraestructuras para poder acoger este tipo de turismo. Esta propuesta es una clara apuesta por el desarrollo de este segmento con el ingrediente agregado de la apuesta por los negocios orientados a la economía verde en la que Mont-roig de la Mare de Déu quiere llegar a ser un destino destacado.

Además, se incidiría más minuciosamente en la explotación de la parte sostenible en los distintos segmentos que ya se trabajan, como el cicloturismo, el familiar, el cultural y el gastronómico, haciendo hincapié en la importancia del medio natural que, debido al gran término municipal disponible, facilita una baja masificación del entorno.

- **Grado de gestión o puesta en valor de los recursos:**

El municipio de Mont-roig del Camp, cuenta con planes específicos de Turismo, como el Plan Estratégico de Turismo 2018-2025 donde se reflejan las 80 principales acciones y estrategias a desarrollar a nivel global, dentro del período en cuestión.

Paralelamente, se ejecutan acciones del Plan Estratégico de Municipio 2020-2030, que tienen una importancia turística importante para el desarrollo del principal sector económico del municipio, y que marcan la deriva estratégica hacia un turismo medioambientalmente sostenible.

A nivel supramunicipal, Mont-roig y Miami Platja forman parte del Espacio de Mejora de Cicloturismo, coordinado por el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona, donde se trabajan y se ponen en común las estrategias a seguir conjuntamente con el objetivo de ir mejorando en este campo tan importante para el territorio.

- **Si el plan está orientado a recursos patrimoniales o naturales protegidos, descripción de los mismos y de su relevancia para su uso turístico, así como de su grado de gestión:**

El municipio cuenta con cuatro recursos patrimoniales con especial interés turístico y que están protegidos a distintos niveles.

Estos recursos son:

El Mas Miró, declarado Bien de Interés Nacional - Patrimonio Histórico de España, gestionado por la Fundación Mas Miró que lo explota ofreciendo visitas guiadas, visitas familiares digitalizadas y gamificadas, visitas nocturnas, entre otras acciones exclusivas.

El municipio también cuenta con un centenar de "barracas" de piedra seca, de las cuales, 5 han sido declaradas Bien Cultural de Interés Nacional y se ha desarrollado una ruta para su visita.

Como Espacio Natural Protegido el municipio dispone del "Estany Gelat" (estanque helado), de unos 2,5 km de longitud en primera línea de costa, que está reconocido como espacio natural protegido e incorporado a la Red Natura 2000.

El otro Espacio Natural Protegido del municipio es el Espacio Natural de la Mare de Déu de la Roca, que es un Espacio de Interés Natural (PEIN). Su conjunto arquitectónico, la Ermita de la Mare de Déu de la Roca, se encuentra actualmente en proceso de ser declarada Bien Cultural de Interés Nacional.

### 3.3. Actividad turística del destino

#### - Cuantificación de la afluencia turística:

No se dispone de información estadística desagregada a nivel municipal sobre afluencia turística. Se envían cuestionarios sobre la ocupación turística desde el Ayuntamiento, pero no todos los alojamientos nos contestan ni todos tienen el mismo peso en el municipio, por lo tanto, cuesta mucho poder obtener datos reales sobre la ocupación. Además, los datos del Tourism Open Knowledge (<https://www.tok.cat/>) de Eurecat y la Diputación de Tarragona no presenta datos desagregados a nivel municipal para Mont-roig del Camp (solo agregados en el Área Central de la Cosa Daurada).

A nivel global, el Instituto de Estadística de Catalunya estima que la Población Estacional a Tiempo Completo Anual de Mont-roig es de aproximadamente unas 4.000 personas (exceptuando el año 2020), es decir, que el municipio soporta, de manera prorrateada, un 25% más de población de la que está censada en él. En realidad, se trata de afluencia de población que se concentra en los meses de verano.

	Població estacional ETCA			Població resident	Població ETCA	Població ETCA (%)
	no resident present	resident absent	total			
2020	2.035	-780	1.255	12.460	13.715	110,1
2019	5.188	-1.260	3.928	12.136	16.064	132,4
2018	5.318	-1.246	4.072	11.809	15.881	134,5
2017	5.287	-1.189	4.098	11.597	15.695	135,3
2016	5.062	-1.122	3.940	11.521	15.461	134,2
2015	5.168	-1.129	4.039	11.877	15.916	134,0

Unitats: Persones en equivalència a temps complet anual (ETCA).  
Font: Idescat. Estimacions de població estacional (base 2016).  
Nota: Població ETCA (%) = Població ETCA / Població resident x 100.

Mont-roig forma parte de los ocho municipios litorales de Cataluña donde la población estacional duplica la empadronada y que coinciden con los núcleos de mayor especialización turística catalana. Según el censo de viviendas de 2011 (INE), el municipio cuenta con 14.057 viviendas de las que 8.816 son viviendas no principales (frente a las 5.241 principales) que son el soporte principal de la población estacional.

	Població estacional ETCA			Població resident	Població ETCA	Població ETCA (%)
	no resident present	resident absent	total			
2020	2.035	-780	1.255	12.460	13.715	110,1
2019	5.188	-1.260	3.928	12.136	16.064	132,4
2018	5.318	-1.246	4.072	11.809	15.881	134,5
2017	5.287	-1.189	4.098	11.597	15.695	135,3
2016	5.062	-1.122	3.940	11.521	15.461	134,2
2015	5.168	-1.129	4.039	11.877	15.916	134,0

Unitats: Persones en equivalència a temps complet anual (ETCA).  
Font: Idescat. Estimacions de població estacional (base 2016).  
Nota: Població ETCA (%) = Població ETCA / Població resident x 100.

Según los usuarios de las oficinas turísticas, el 60% de los turistas son nacionales y un 33%, franceses.

#### - Breve descripción de la oferta turística privada y del empresariado local susceptible de proporcionar servicios de carácter turístico:

Como se ha señalado con anterioridad, el modelo turístico del municipio se ha basado históricamente en buena medida en las segundas residencias y un importante número

de apartamentos turísticos. En este sentido, hay 2.363 viviendas de uso turístico en Mont-roig, lo que supone unas 14.000 plazas (datos a 31/12/2021).

En segundo lugar, destaca el fuerte desarrollo de cámpines en la franja marítima: hasta un total de 6 establecimientos, con una alta capacidad de plazas (10.803), que lo convierten en el **segundo municipio de Cataluña con mayor oferta de plazas de acampada**. De estos establecimientos, 2 son de primera categoría y agrupan 7.530 plazas y 4 de segunda categoría que concentran 3.273 plazas.

En cambio, la oferta hotelera es modesta, con 11 establecimientos y 1.045 plazas. Esta oferta hotelera se divide de la siguiente forma:

- 4 hostales o pensiones, con 135 plazas en total.
- 1 hotel de 1 estrella, con 18 plazas.
- 1 hotel de 2 estrellas, con 25 plazas.
- 3 hoteles de 3 estrellas, con un total de 505 plazas.
- 2 hoteles de 4 estrellas, con un total de 362 plazas.

Por su parte, la oferta de establecimientos de turismo rural es inexistente.

\* Datos 2020.

Fuente: <https://empresa.extranet.gencat.cat/omet/AppJava/lIlistatCa.jsp?pst=1&lg=>

- **Descripción de los equipamientos turísticos de uso público:**

A nivel de infraestructura informativa, en la actualidad hay 2 oficinas de información turística. Hay que destacar que en el presente contexto COVID, el número de oficinas de turismo pasó en el municipio de 6 en 2019 a 2 en 2020. El número de visitas a ellas pasaron de 5.225 en 2019 a 1.869 en 2020. **La oficina de Miami Platja concentra 3 de cada 4 visitas y la de la Església Vella, en el núcleo de Mont-roig, el 25% restante.**

A nivel de infraestructura de soporte a la actividad turística, destacan:

- 12 km de litoral, 10 playas y 11 calas en una de las zonas más vírgenes de la Costa Dorada. Tres de las playas disponen de bandera azul y la del Estany Gelat tiene la distinción de Ecoplaya.

- El Centro BTT, único homologado en la Costa Dorada cuenta con un total de 137 km repartidos en 10 rutas señalizadas según su grado de dificultad. Las rutas parten del Punto de Acogida ubicado en Montroig del Camp, con diversos servicios. También ofrece información turística, alquiler de bicicletas y servicios especializados.

- Entre las instalaciones deportivas destaca el velódromo Josep Florencio Tutusaus, dos polideportivos, seis pistas de tenis y la piscina municipal.

- A nivel cultural, destaca el Mas Miró, centro de interpretación del genial pintor, objeto de un convenio con el Gobierno del Estado y que es un activo de futuro de valor incuestionable.

- **Marca turística del destino, sello o certificación:**

Mont-roig y Miami Platja, como ente de promoción turística, dispone del **Sello de Cicloturismo expedido por la Agencia Catalana de Turismo**. Por cicloturismo

entendemos aquella actividad turística en la que la bicicleta es un componente de la experiencia turística, se distingue claramente de la práctica deportiva más exigente y de estancias deportivas (contempladas en el sello de turismo deportivo).

Esta distinción encaja perfectamente y contribuye a certificar la apuesta clara municipal por este tipo de turismo saludable, especialmente, sostenible.

### **3.4. Gestión del destino**

La gestión del destino la realiza la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento. No existe un Patronato o agrupación de interés económico, pero sí viene funcionando desde 2017, fruto del proceso de elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Mont-roig Miami, la **Mesa Estratégica de Turismo de Mont-roig y Miami Platja**. La integran un representante de cada partido político electo del municipio, además de un representante de cada asociación vinculada al sector turístico y empresarial, el alcalde, la concejal y la técnica de la Concejalía de Turismo. **En total, 16 miembros que se reúnen trimestralmente para valorar las distintas acciones que se han desarrollado y consensuar las que hay previstas para ejecutar en el futuro.**

**Otros ejemplos de colaboración asociados a productos son el Grupo de Trabajo específico para las Jornadas Gastronómicas, el sello Cycling Mont-roig Miami o el convenio de Colaboración con la Fundación Mas Miró, así como con el campo de Golf Bonmont.**

Con este plan se pretende profundizar y obtener un sello de marca de turismo inteligente y sostenible que deberá ser el leitmotiv de todos los productos desarrollados y a desarrollar y que se fomentará entre las empresas turísticas locales a las cuales se asesorará para la obtención de este distintivo de calidad.

## **4. Diagnóstico de la situación actual del destino turístico.**

### **4.1. Identificación de la problemática o necesidades del destino**

Mont-roig Miami presenta una acusada dependencia del sector turístico. La afiliación a la seguridad social en el sector servicios está siempre por encima del 65% del total, aumentando 10 puntos en temporada alta. En la misma línea, la Hostelería es la actividad que genera mayor desempleo en el sector servicios: el 40% del total.

La dinamización del sector turístico debe superar el modelo de sol y playa residencial como producto prácticamente exclusivo, y apostar por una marca que vaya más allá y sea atractiva para nuevos visitantes, vinculados a un nivel adquisitivo medio alto que provoque una mejora en la calidad de los servicios que se ofrecen y, por ende, del propio destino. Fomentar la excelencia de los establecimientos turísticos del municipio puede conllevar a una mejora en la calidad del empleo y de la renta per cápita. Hay que tener en cuenta que la renta bruta media en el municipio se encuentra por debajo de la media de las poblaciones turísticas de la Costa Dorada y de la media catalana.

El impacto de la pandemia COVID19, por otro lado, ha sido harto significativo. La caída de un 60% de los usuarios de las oficinas turísticas municipales es un indicador fehaciente.

El sector turístico del municipio necesita también apostar decididamente por su digitalización en un sentido amplio, un camino inexcusable para no quedar atrás y seguir especializando el destino. La digitalización, actualmente muy deficiente entre las empresas turísticas locales, será imprescindible para mejorar la marca, el destino y poder llegar a los públicos objetivos.

La conformación del término municipal presenta una dicotomía litoral/interior hasta la fecha no suficientemente aprovechada para diversificar la oferta y así poder captar nuevos segmentos de visitantes. Al contrario, la disgregación de núcleos, no suficientemente conectados y cohesionados, supone un hándicap a la hora de apostar por un producto turístico unificado y enriquecido en la diversidad. Por ello es necesario seguir impulsando la reordenación urbana para conformar un centro turístico claro, y especialmente garantizar una buena conexión de este con el resto de núcleos.

Así, el destino Mont-roig Miami presenta un abanico amplio de retos, como son:

- Obtener un sello de destino inteligente y de calidad medioambiental y sostenibilidad.
- Acometer grandes procesos de planificación y reconversión de infraestructuras para avanzar hacia un destino más atractivo y de mayor calidad urbanística, paisajística y ambiental.
- Reducir la estacionalidad y, por tanto, aumentar la temporada de actividad turística.
- Posicionar el destino con criterios de segmentación, superando su asociación histórica al turismo de sol y playa.
- Especializar la marca de turismo sostenible, mejorando la calidad del destino y aumentando así su valor añadido.
- Integrar todos los activos del municipio (territorial/rural/natural), en el marco de un destino integrado mejorando las conexiones entre núcleos diferenciados.
- Desarrollar una gobernanza eficiente y compartida, sobre la base de la Mesa de Turismo.
- Apostar decididamente por la digitalización del destino, tanto en lo referente a su gestión y promoción desde el ámbito público como al apoyo al sector privado en la gestión interna como en la promoción y comercialización de sus productos.
- Seguir avanzando en la transición ecológica y energética.

## **4.2. Análisis DAFO**

### **DEBILIDADES**

- Grado de urbanización de la mayoría de las playas y calas, en general, elevado, lo que denota un litoral, en su mayoría, desnaturalizado y de estética convencional (paisaje irregular, con zonas de elevado interés natural bien mantenidas y otras zonas sobreedificadas).
- Escasa valorización y aprovechamiento turísticos de los recursos culturales / patrimoniales del municipio a través de la creación de producto.
- Poca diversificación de la oferta turística, orientada, esencialmente, al turismo de sol y playa y el turismo deportivo/ciclismo.
- Escasez de oferta hotelera (y la mayoría de gama media-baja), junto a una gran oferta de

viviendas de uso turístico y de apartamentos no categorizados como turísticos.

- Insuficiencias en profesionalización y formación en competencias y habilidades turísticas (idiomas, atención cliente, etc) y en uso de las TIC en las empresas (comercio online, posicionamiento digital, etc.)

#### **AMENAZAS**

- Destinos próximos con una mayor consolidación turística.
- Competencia de otros destinos punteros en el segmento cámping.
- Concentración de los mercados emisores en pocos mercados significativos.

#### **FORTALEZAS**

- Ubicación, accesibilidad externa y climatología benévola.
- Territorio diversificado: un interior rural con atractivos, frente a un litoral más urbano, pero con 12 km. de costa con 4 grandes playas y una decena de calas de calidad (3 banderas azules, una ecoplaya con un espacio PEIN, calas con vegetación natural) no saturadas en verano.
- Municipio de referencia por su oferta de cámping de primer nivel reconocida, en parte, por agentes internacionales (ADAC, ANWB), con más de 1.000.000 pernотaciones/año (pre-COVID).
- Conservación de patrimonio cultura relevante y puesto en valor, como las barracas de piedra seca, Mas Miró, ermita de la Roca (hospedería+restaurante).
- Destinación con una atractiva relación calidad/precio.

#### **OPORTUNIDADES**

- Pacificación viaria, permeabilización y articulación de Miami Platja y la zona de las calas: supresión doble efecto barrera por desafectación grandes infraestructuras (de la N-340 a la Av. Barcelona y de la vía de tren a una vía verde).
- Apuesta decidida por el desarrollo sostenible de la actividad turística (economía circular, movilidad blanda, promoción de productos saludables y de turismo activo, apuesta por el autoabastecimiento de energías limpias, etc).
- Apuesta por la segmentación de la oferta y desarrollo de nuevos productos (de negocios, sénior, familiar, salud, rural, senderismo, gastroeventos) para desestacionalizar la actividad.
- Apuesta decidida por la digitalización y la incorporación de TIC tanto en la gestión y promoción del destino por parte del Ayuntamiento como de las empresas del sector.

### **4.3. Proceso de participación en la elaboración del diagnóstico y de la propuesta de PSTD**

La participación ciudadana en la planificación pública ha sido una constante en el último lustro en el municipio. Además de la lógica implicación del Ayuntamiento de Mont-roig del Camp a través tanto de los responsables políticos como de los servicios técnicos se invitó a participar en el proceso de diagnóstico y planificación a las entidades del tejido socioeconómico local y a

los agentes económicos relacionados con el sector turístico. Estos son algunos de los agentes que más se han implicado:

Cámpings: La Torre del Sol, Paya Montroig Camping Resort, Miramar, Oasis Mar, Playa y Fiesta, Alaia Els Prats Camping & Resort.

Hoteles: Oasis, Cala Cristal, Pino Alto, Plaza Miami, Can Salvador, Resort Bonavista de Bonmont, Pardo.

Inmobiliarias (gestión apartamentos y viviendas vacacionales): Apartamentos Guardamar; Ap. Can Ramon, Isla Romántica, Daurada Homes, ImmoAzur, Ap. Javaloy, Villa Marigolf, Vacaciones Feliz.

Rest. y bares: Bar la Plaza, Mesón Bahía, Cal Xato, el Pati de la Granota, Sol y Mar, Oasis, Chez Lorenzo.

Deportes: 500 watts cycling, Megabici, Golf Bonmont, el Brogit, Divermar, Seawolf Team

Cultura: Olis Solé, Fundació Mas Miró.

Tejido asociativo: Asociación de Empresarios y Comerciantes.

A lo largo del último lustro se han utilizado distintos métodos de participación. Así, para la elaboración del Plan de Acción Municipal 2016-2019 se desarrolló un intenso proceso. Se implicaron un total de 100 trabajadores municipales, 60 particulares y entidades, los grupos políticos y 10 expertos. Se trabajó en 4 grupos temáticos (gobierno abierto, impulso económico, servicios a las personas, espacio público).

En el Plan estratégico municipal 2020-2030 se desarrollaron talleres participativos ciudadanos, dinámicas en las escuelas y el instituto del municipio, un taller especial para gente mayor, entrevistas con 187 vecinos, 13 electos. Los participantes en los talleres y los entrevistados nutrieron tanto la fase de diagnóstico (elaboración análisis DAFO) como la de proposición de iniciativas de mejora, a nivel de municipio o de núcleo de población. La documentación relativa a estos procesos se adjunta en los anexos.

Al coincidir en el tiempo con el P. E. 2020-2030, la participación en el Plan Estratégico de Turismo 2018-25 se centró en llevar a cabo una cuarentena de encuestas a agentes del sector y, en segundo lugar, se desarrollaron talleres participativos para consensuar el diagnóstico y que sirvieron como germen de la Mesa de Turismo de Mont-roig Miami, órgano de gobernanza del sistema turístico municipal. Se constituyó a mediados de mayo de 2017 y está formada por representantes del Ayuntamiento, del sector turístico local, propuestos por todos los grupos municipales, la Fundación Mas Miró y la Universitat Rovira i Virgili.

La potenciación de la Mesa de Turismo de Mont-roig Miami se convirtió así en una pieza central del modelo colaborativo del destino y de una gobernanza compartida. Ésta no es solo un marco para ofrecer información a los agentes económicos, en términos de mejora de la transparencia, sino que es un mecanismo de apoyo y orientación en la toma de decisiones del Ayuntamiento, dado el conocimiento y experiencia sectorial de los miembros de la Mesa. Esta Mesa se

encarga de aspectos como el seguimiento del Plan Estratégico, calendario de eventos y asistencia a ferias o inversiones. Se reúne trimestralmente con carácter ordinario. De manera extraordinaria, se ha reunido para validar esta propuesta.

Se adjunta como anexo 5 los documentos resultantes de algunos de los procesos participativos realizados.

## **5. PLAN DE ACCIÓN PROPUESTO O CONJUNTO DE ACTUACIONES A EJECUTAR**

### **5.1. Descripción de cada actuación:**

**a) Número de la actuación**

1

**b) Eje programático**

Eje 1 – Transición verde y sostenible

**c) Título de la actuación**

Nuevo espacio para el fomento de la economía circular

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación.**

En 2019, la generación de residuos per cápita fue de 3,13kg/hab./día, muy por encima de la media catalana (1,44kg/hab./día). El 45% del total anual de residuos generados se concentraron entre los meses de junio a septiembre. En agosto se triplican los residuos generados en enero. Los turistas, que se alojan en las 2.363 viviendas de uso turístico desechan enseres (de playa, jardín...) que pueden ser recuperados y reutilizados. La estructura y disposición del punto verde de Miami se encuentra obsoleta para asumir esta realidad. No hay espacio para separar adecuadamente, para valorizar el mayor tipo de materiales ni para fomentar su reutilización.

**f) Descripción de la actuación**

En una primera fase, se va a construir en 2022 una nueva planta de reciclaje en Miami para la que se dispone ya de financiación y se contempla en el presupuesto municipal de 2022. Pero se quiere ir más allá de esta actuación y superar a lo que viene siendo la planta de reciclaje tradicional con una segunda fase de este proyecto, consistente en crear, anexo a la planta, un espacio novedoso de gestión de residuos más sostenible, amigable y vinculado a las personas, con un apartado específicamente destinado a la gestión de objetos vinculados con el turismo. Se trata de un centro de recepción, gestión y almacenamiento selectivo de productos para su recuperación, reutilización, valoración y disposición final (enseres, pequeños electrodomésticos, etc), así como un espacio divulgativo y de sensibilización ambiental.

En definitiva, se trata de un proyecto dirigido a la implicación del sector turístico (agentes y turistas) del municipio para avanzar hacia un modelo de economía

circular.

Teniendo en cuenta que uno de los retos del municipio es convertirnos en un referente del turismo sostenible, un centro de estas características se hace totalmente necesario para conseguir los objetivos de sensibilización ambiental, economía circular, reutilización y conseguir un sello de calidad de destino sostenible.

Una de las líneas de sensibilización que se trabajarán desde este centro irá destinada a los propietarios de apartamentos turísticos para que sean capaces de trasladar a sus huéspedes la importancia de transformar un residuo en un recurso y seguir reciclando a pesar de encontrarse en el entorno relajado de unas vacaciones.

En este momento, el proyecto se halla en fase de redacción y se contempla en los presupuestos municipales para 2022.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

Dotar al municipio de un centro para llevar a cabo proyectos de recuperación de materiales, generar un espacio de intercambio y aula ambiental. Favorecer la economía circular vinculada a la actividad turística y sensibilizar a los visitantes.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria construcción punto verde, turistas, propietarios de apartamentos turísticos y residentes usuarios.

**j) Presupuesto**

432.256,61,- €

**k) Resultados previstos**

Los principales resultados que se prevén son:

- Se canalizará y recuperará un mayor porcentaje de materiales valorizables procedentes de residuos que no son objeto de la recogida domiciliaria, con especial énfasis en los relacionados con la población estacional y el turismo.
- Se dispondrá de una instalación y gestión innovadoras que implicarán a la ciudadanía en la reducción de residuos, la minimización de los costes de explotación y la maximización de la recuperación de materiales.
- Se sensibilizará a la población residente y visitante sobre la necesidad de apostar por la economía circular.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Puesta en funcionamiento del servicio. Binario
- Puestos de trabajo creados. Numérico
- Usuarios de la instalación. Numérico
- Enseres recuperados, clasificados por categorías. Numérico
- Encuesta de satisfacción a los usuarios del servicio. Cualitativo.
- Acciones de difusión y sensibilización llevadas a cabo. Numérico
- Número de participantes en las sesiones de sensibilización. Numérico

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de**

**producto/experiencias turísticas?**

Sí. Especialmente para aquellos colectivos turísticos muy sensibilizados con el medio ambiente y que buscan destinos medioambientalmente sostenibles.

- n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos necesarios para realizar la actuación.

---

**a) Número de la actuación**

2

**b) Eje programático**

Eje 1 – Transición verde y sostenible

**c) Título de la actuación**

Red de Itinerarios saludables de conexión entre núcleos de población

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

El municipio tiene más de 20 núcleos de población diferenciados. Entre ellos, la accesibilidad en bicicleta o a pie en condiciones de seguridad es, en muchos casos, difícil o imposible. Todo ello dificulta un cambio hacia modos de desplazamiento blandos en itinerarios a menudo cortos. El ayuntamiento apuesta por el desarrollo sostenible, por atraer un tipo de turismo sensibilizado con el medio ambiente que apueste claramente por una movilidad con huella de carbono cero y, en definitiva, por un modelo de vida más saludable. Además, esta red mejorará la marca de destino turístico sostenible y será, por sí misma, un punto de atracción turística.

**f) Descripción de la actuación**

El Ayuntamiento está diseñando una red de itinerarios de movilidad sostenible que conecte los diferentes núcleos de población que componen el municipio. Esta red conectará las diferentes urbanizaciones y principales núcleos de población de manera segura para ciclistas, personas que usen vehículos de movilidad personal no contaminantes y peatones. Estos circuitos pretenden configurar una red de movilidad sostenible alternativa a las carreteras actuales para que puedan ser usadas por los miles de turistas que se concentran en urbanizaciones y cámpings del municipio principalmente en temporada alta y que necesitan desplazarse hasta las playas, zonas comerciales y puntos de interés turístico. Por otro lado, esta red de vías ciclables y/o senderos para peatones se trabajará como un producto turístico en sí mismo dentro de la estrategia de creación de un destino referente en turismo sostenible y cicloturismo.

Cabe destacar que el municipio está atravesado por una serie de infraestructuras viarias que han quedado en desuso o han perdido parte de su importancia como la antigua vía del tren y la N-340 que están en proceso de reconversión y que se incorporarán de manera muy destacada a esta red de vías ciclables con la generación de carriles bici en ambas, a los que se sumará la creación del nuevo carril bici proyectado en la T-323. La red ciclable estará pensada fundamentalmente para la movilidad cotidiana de residentes y turistas buscando los trazados más directos posibles, bien sea por calles, carreteras o pistas. Se definirá la sección-tipo de los principales tramos de la red ciclable, distinguiendo entre diferentes tipologías. Esta actuación, que se implementará durante las 3 anualidades es clave en la articulación de los núcleos del municipio y de los puntos de interés turístico.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

- Desarrollar una red de vías ciclistas y peatonales que acabe con el aislamiento entre núcleos en modos de movilidad blanda.

- Prestigiar la imagen del destino, en línea con su apuesta por el turismo sostenible.
- Creación de un producto turístico en el segmento del cicloturismo.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresas ejecutoras de las obras, usuarios de la red.

**j) Presupuesto**

500.000,- €

**k) Resultados previstos**

Los resultados tangibles de la actuación serán:

- Una red de senderos y pistas ciclables acondicionados y señalizados que, mayormente aprovechando la red de caminos públicos existentes (o nuevos viales conseguidos por cesión, etc) permita la conectividad entre núcleos de población/urbanizaciones del municipio y permita el desplazamiento a pie, en bicicleta o vehículos de movilidad personal no contaminantes en condiciones de seguridad.

- Instalación de mobiliario asociado a la red: puntos de descanso, paneles informativos de la red.

Como resultados inducidos, se espera una disminución de desplazamientos motorizados en trayectos cortos.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación, adjudicación, ejecución. Binarios
- Número de núcleos de población en los que se actúa. Numérico
- Metros lineales de viales ejecutados. Numérico.
- Aforos y conteos manuales del uso de la red. Numérico.
- Valoración de la puesta en servicio de la red. Cualitativo y cuantitativo a través de encuestas a usuarios posterior a la ejecución de distintos tramos.

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí.

Como infraestructura para la práctica de paseos a pie y en bicicleta, esta actuación servirá de soporte para el desarrollo del turismo sostenible, saludable y cicloturismo, nichos de mercado estratégicos.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos necesarios para realizar la actuación o bien derechos de paso adquiridos.

**a) Número de la actuación**

3

**b) Eje programático**

Eje 2 – Mejora de la eficiencia energética

**c) Título de la actuación**

Puntos de recarga (10) para vehículos eléctricos

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª y 2ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

Un conductor de vehículo eléctrico necesita desplazarse a cualquier punto sin preocuparse por no encontrar suficientes puntos de recarga. En un destino turístico sostenible como pretende ser el municipio de Mont-roig del Camp, donde la mayoría de los visitantes acceden en vehículo privado, es necesario proveer una red de recarga pública de vehículos eléctricos. Es de esperar que en los próximos años éstos coparán cada vez mayores cotas de mercado.

Además, en una tecnología que lleva asociadas soluciones app de localización de puntos de recarga, disponer de éstos es un atractivo para visitantes que beneficiará a comercios y restaurantes.

**f) Descripción de la actuación**

La movilidad eléctrica es fundamental para lograr la descarbonización del transporte. España pretende alcanzar los 5 millones de vehículos eléctricos en 2030. En este sentido, como parte de su compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente y como vía eficaz para la lucha contra el cambio climático, el Ayuntamiento de Mont-roig del Camp quiere seguir impulsando y liderar la transición hacia la movilidad sostenible y la electrificación del transporte en el municipio. Un aspecto estratégico en este campo es la provisión de puntos de recarga públicos o "electrolineras", que formarán parte de los planes de movilidad urbana municipales.

Así, con esta actuación se instalarán 10 puntos de recarga en la zona de playas donde se concentra una gran cantidad de vehículos en temporada alta, para completar la red municipal, que ya cuenta con 4 puntos en el centro de servicios de Miami Platja. Estos puntos de carga estarán disponibles las 24 horas del día y los 365 días del año.

Disponer de esta red de puntos de carga de vehículos eléctricos estará alineada con la estrategia municipal para atraer un tipo de turismo más sensibilizado con el respeto al medio ambiente y la lucha contra el cambio climático. En definitiva, contribuirá a mejorar la marca de turismo sostenible del municipio.

Estos puntos de recarga se ubicarán en las zonas de aparcamiento municipales en el ámbito de las playas.

La gestión de estos puntos de recarga será 100% municipal.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

Los objetivos específicos de esta actuación son:

- Completar la red de puntos de recarga de vehículos eléctricos del municipio.
- Contribuir a la transición de vehículos de combustibles fósiles hacia la movilidad eléctrica.
- Mejora de la marca de turismo sostenible.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria suministro de los puntos de recarga y del software de gestión, usuarios residentes y visitantes.

**j) Presupuesto**

180.000,- €

**k) Resultados previstos**

Esta actuación conllevará como resultado tangible la instalación de 10 nuevos puntos de recarga acelerada de vehículos eléctricos e híbridos enchufables de 22 kW, con capacidad de recarga simultánea de dos vehículos, acabado antivandálico, identificación mediante tarjeta RFID, medida de potencia y de energía (MID), indicación de estado para señalización LED y display LCD.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación, adjudicación y puesta en servicio. Binarios.
- Cumplimiento de los plazos de adjudicación, tramitación y ejecución. Numéricos
- Nº de recargas efectuadas. Numérico
- Nº de usuarios únicos. Numérico
- Tiempo medio de recarga/vehículo. Numérico
- Procedencia de los usuarios. Discrecional
- Valoración ciudadana del servicio. Cualitativo y cuantitativo a través de encuesta a usuarios

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí. Dado que esta red de puntos de recarga de vehículos eléctricos da apoyo a la estrategia de marca de turismo sostenible.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos necesarios para realizar esta actuación.

**a) Número de la actuación**

4

**b) Eje programático**

Eje 3 - Transición digital

**c) Título de la actuación**

Plan Director de Destino Turístico Inteligente (PDTI) de Montroig-Miami

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

Dada la alta competitividad turística debida al nuevo perfil del visitante, la implementación de las TIC en un destino turístico como Mont-roig Miami es ineludible para su modernización. La tecnología es un factor eminentemente transversal y se usa como palanca de eficiencia e innovación en todos los ejes estratégicos de un destino. El amplio abanico de soluciones smart apenas ha sido desarrollado hasta la fecha por lo que para poder afrontar la transformación del destino hacia un modelo de gestión inteligente y un desarrollo turístico más sostenible, se hace imprescindible formar parte de la red de Destinos Turísticos Inteligentes.

**f) Descripción de la actuación**

El primer paso para poder alcanzar nuestro objetivo de ser DTI será la adhesión de nuestro destino a la Red DTI, en calidad de miembro titular con el compromiso de iniciar a corto plazo el proceso de conversión a Destino Turístico Inteligente de Mont-roig y Miami Platja según la metodología de la Secretaria de Estado de Turismo.

Posteriormente, en la fase inicial del proyecto en 2023 se contempla la ejecución del Informe Diagnóstico y Plan de Acción DTI y la implementación de puntos wi-fi en 5 puntos estratégicos del destino.

En las anualidades 2024 y 2025 se contempla el despliegue y la ejecución de las acciones propuestas para ejecutar el Plan de Acción DTI.

La implantación de la metodología DTI se materializará a través de la ejecución del Informe Diagnóstico y Plan de Acción DTI. Esta metodología basada en más de 90 requisitos y 260 indicadores para el conjunto de ejes claves de un DTI (gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad) que implementa SEGITTUR permitirá valorar el grado de madurez de nuestro destino y proponer un plan de acción para poder ser un "Destino Turístico Inteligente" y así entrar en un proceso de mejora continua que garantice nuestra capacidad para hacer frente con éxito a los retos y transformaciones que plantea el nuevo entorno económico, social y tecnológico.

En la anualidad 2023 se contempla la ejecución del Informe, Diagnóstico y Plan de Acción DTI y la implementación de puntos wi-fi en 5 puntos estratégicos del destino.

En las anualidades 2024 y 2025 se contempla el despliegue y la ejecución de las

acciones propuestas para ejecutar el Plan de Acción DTI.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

Transformar Mont-roig Miami en un destino turístico innovador, sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que facilite la interacción e integración del visitante con el entorno e incremente la calidad de su experiencia en el destino y garantice el despliegue integral de los ejes del DTI: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp

**i) Actores implicados**

Secretaría de Estado de Turismo, Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresas adjudicatarias de soluciones tecnológicas para destinos inteligentes, empresas y agentes turísticos de la destinación y del territorio.

**j) Presupuesto**

255.000,- €

**k) Resultados previstos**

La transformación en un Destino Turístico Inteligente supone la revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología resultando de ello:

- Un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros.
- Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.
- Un impulso al desarrollo sostenible del destino en sus vertientes medio-ambiental, económica y socio-cultural.
- Una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes.
- Mejorar la accesibilidad universal en Mont-roig del Camp y Miami Platja, tanto en términos tecnológicos como físicos, para garantizar que todos los visitantes, independientemente de sus capacidades, puedan disfrutar plenamente de las experiencias turísticas ofrecidas.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación, adjudicación, redacción y recepción del plan. Binarios
- Licitación, adjudicación y realización acciones derivadas del plan. Binarios
- Cumplimiento de los plazos de redacción y ejecución. Binarios
- Cumplimiento de los plazos de tramitación. Binarios
- Empresas y agentes locales implicados en elaboración. Numérico.
- Actuaciones derivadas del plan efectivamente ejecutadas. Porcentaje.
- Actuaciones TIC implementadas efectivamente derivadas del plan por ámbitos. Numérico

**m) ¿Est á la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí.

Se pretende obtener el sello "Destino Turístico Inteligente in progress", inicialmente, y finalmente, el sello "Destino Turístico Inteligente" (UNE 178501:2018).

Indirectamente, la elaboración e implementación posterior del PDTI contribuirá a mejorar el desarrollo global de los distintos productos turísticos de la destinación Mont-roig Miami, mejorando la experiencia de nuestros visitantes favoreciendo el uso de los dispositivos digitales mediante la implementación de puntos wi-fi para facilitar el acceso a la información digital, ofreciendo a nuestros visitantes otras formas de ver, vivir y explorar nuestro singular paraíso, contribuyendo así al desarrollo inteligente y sostenible de Mont-roig y Miami Platja y mejorando la competitividad y el posicionamiento de la destinación.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos necesarios para la implantación de los puntos Wifi previstos en esta actuación.

---

**a) Número de la actuación**

5

**b) Eje programático**

Eje 3 - Transición digital

**c) Título de la actuación**

Impulso al marketing online one to one y generación de experiencias individualizadas.

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

El destino debe diversificarse y especializarse para superar la estacionalidad de la demanda. Es necesario pasar del modelo tradicional de directorio de contenidos a un recomendador de experiencias según el perfil del viajero y días que quiera pasar en el destino: Los 10 imperdibles de Mont-roig, un fin de semana en Mont-roig, Mont-roig en 24 horas, etc. El marketing tiene que tender a pasar a ser one to one, aprovechando las nuevas tecnologías y las redes sociales.

Esta actuación agrupa las líneas de actuación 2.8 y 2.9 del Plan Estratégico de Turismo de Mont-roig Miami.

**f) Descripción de la actuación**

Se desarrollará durante la 1ª, 2ª y 3ª anualidad (2023-2025).

La actuación consiste en el desarrollo de una webapp que permita a nuestros visitantes organizar su estancia en base a sus intereses y el nivel de especialización que busca en un contexto de turismo sostenible, es decir englobará toda la información del destino, servicios, puntos de interés y toda aquella información de interés relevante para el ecoturista.

Inicialmente se contempla la realización de un plan estratégico que marque las directrices de desarrollo para que organice y acompañe tanto al destino como al sector privado en la ordenación de la oferta para que posteriormente se pueda ejecutar y desarrollar la webapp como motor y generador de experiencias digitales individualizadas y su posterior promoción en los diferentes canales y medios de comunicación.

En la fase inicial del proyecto, en el 2023 se contempla la contratación de una empresa especializada en turismo sostenible no sólo para que organice la oferta actual, sino que también ayude al sector privado a incrementar y mejorar su oferta para este focus group

En la segunda fase del proyecto, en la anualidad 2024 se prevé ejecutar la Webapp especializada para que ofrezca a los visitantes toda la información detallada del destino en función de sus intereses.

En la tercera fase del proyecto, en la anualidad 2025, se prevé realizar un plan de márketing y comunicación especializada para el turismo sostenible.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

- Llegar al público objetivo sensibilizado en temas medioambientales
- Crear un destino más experiencial
- Mejorar la experiencia de usuario según su perfil
- Potenciar la creación de experiencias turísticas locales
- Reforzar la marca de turismo sostenible

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresas de servicios tecnológicos contratadas, empresas turísticas locales.

**j) Presupuesto**

105.000,- €

**k) Resultados previstos**

Algunos de los principales resultados que se obtendrán serán:

- Ordenación de la oferta actual especializada
- Creación de nuevos productos
- Mejora de la experiencia de los visitantes
- Diferenciación y especialización del destino
- Incremento de turistas y ampliación significativa de turistas potenciales
- Conocimiento del comportamiento del turista
- Mejora de la imagen de marca del destino.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Puesta en operación de la acción. Binario.
- Número de productos turísticos creados. Numérico.
- Número de usuarios de la webapp. Numérico
- Número de campañas desarrolladas. Numérico.
- Número de seguidores en las redes sociales. Numérico.
- Plataformas y RR.SS con presencia activa. Numérico.
- Número subscriptores newsletter. Numérico.
- Nuevos productos experienciales creados por empresas: Numérico.
- Nuevos productos experienciales creados por la Concejalía de Turismo: Numérico

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí.

Se profundiza en el objetivo de conseguir una marca de turismo sostenible de referencia en la Costa Dorada.

Esta actuación también está enmarcada en mejorar la digitalización y desarrollar una estrategia turística a favor de la sostenibilidad, protegiendo la cultura, mejorado la economía local y reduciendo el impacto medio ambiental.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

No son necesarios terrenos para realizar esta actuación.

**a) Número de la actuación**

6

**b) Eje programático**

Eje 3 - Transición digital

**c) Título de la actuación**

Plan de apoyo a la digitalización de establecimientos turísticos

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

El municipio de Mont-roig del Camp cuenta con casi doscientas empresas vinculadas al turismo y al sector servicios (alojamientos, restaurantes, servicios turísticos). Dada la evolución del sector turístico actual y la importancia de la digitalización del sector, se hace de vital importancia dotar de herramientas al tejido empresarial del municipio que les permita llevar a cabo una transición digital que apoye la modernización del sector y la capacitación de las empresas mediante la inclusión de un plan integral de digitalización.

**f) Descripción de la actuación**

Con este plan y a través de la contratación de personal técnico especializado en el ámbito de la innovación y la digitalización del sector turístico, se ofrecerá formación y asesoramiento técnico a todas las empresas vinculadas al sector para evolucionar, mejorar y adaptar su negocio hacia la digitalización del mismo. Por una parte, se desarrollará un Plan de formación segmentado por tipos de establecimientos turísticos y de necesidades vinculadas a cada uno de ellos aportando conocimiento y herramientas para abordar todos los aspectos relacionados con la digitalización del sector mediante formaciones en redes sociales, analítica web, e-commerce... El asesoramiento técnico individualizado consistirá en realizar una auditoría de los medios disponibles y el estado de los mismos de la empresa en cuestión, y un asesoramiento, seguimiento y tutorización de los nuevos recursos implementados que ayuden al desarrollo de la destinación. La actuación se externalizará mediante licitación.

En la primera anualidad, en el 2023 se quiere realizar la formación especializada al sector turístico, y en las siguientes anualidades, 2024 y 2025, se contempla el asesoramiento técnico especializado para ayudar al sector a la implementación de nuevos recursos y estrategias digitales, en el marco del objetivo común de la consolidación de la marca de turismo sostenible.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

- Crear un plan de formación especializado y segmentado por tipo de establecimientos para el sector privado.
- Asesorar, tutorizar y hacer el seguimiento de la implantación de las nuevas estrategias de forma personalizada para el sector privado.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp.

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria servicio, agentes y empresas turísticas locales.

**j) Presupuesto**

92.000,- €

**k) Resultados previstos**

- Celebración de talleres, que se impartirán en sesiones de 3 o 4 horas (Reputación online, adecuación de contenidos en páginas web, storytelling, analítica en redes sociales, Google Analytics, Creación de Facebook e Instagram, etc.) en grupos reducidos y agrupados sectorialmente.
- Realización de auditorías, formación personalizada y seguimiento de las empresas sobre las temáticas tratadas en los cursos.
- Mejoras en la comercialización de productos online de las empresas participantes.
- Alineación de la estrategia digital con la estrategia de marca.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación, adjudicación, inicio y celebración talleres y auditorías personalizadas. Binario.
- Nº de talleres impartidos. Numérico
- Nº de empresas participantes en talleres impartidos. Numérico
- Nº de empresas auditadas y formadas individualmente. Numérico
- Valoración de la acción formativa. Cualitativo y cuantitativo: encuesta a empresas participantes.
- Valoración de la acción auditora y de formación individualizada. Cualitativo y cuantitativo: encuesta a empresas participantes.

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí, se pretende mejorar la oferta turística existente con la profesionalización, innovación y digitalización de sector privado para mejorar el desarrollo global de destinación y la consolidación de marca de turismo sostenible.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

No son necesarios terrenos para realizar esta actuación.

**a) Número de la actuación**

7

**b) Eje programático**

Eje 3 - Transición digital

**c) Título de la actuación**

Gestión evolutiva de la web de turismo y mejoras en la accesibilidad

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

El 90% de los usuarios utilizan internet para planificar algún aspecto de su viaje. El posicionamiento de una web de promoción turística necesita trabajo continuo. Mont-roig Miami ha realizado un esfuerzo de adaptación de su página ([www.mont-roigmiami.cat](http://www.mont-roigmiami.cat)) en los últimos años, segmentando según perfiles de visitantes, creando una web intuitiva, visual, articulada en base a experiencias, adaptada a dispositivos móviles, etc., pero requiere de una gestión evolutiva constante en la que se potencie el atractivo ecoturístico del municipio (renovación de contenidos, nuevas funcionalidades).

**f) Descripción de la actuación**

Con esta actuación se pretende asegurar la actualización y mejora constante y permanente de la web de promoción turística del destino, inicialmente, en la anualidad 2023 se pretende implementar un nuevo maquetador de diseño web para incrementar la funcionalidad y el atractivo visual de la misma.

Posteriormente en las anualidades 2024 y 2025 se quiere implementar nuevas funcionalidades que permitan mejorar la experiencia turística de nuestros visitantes, pudiendo personalizar la página web con elementos de inteligencia artificial como chatbots, planificador de rutas, personalización de itinerarios o incluso creando un espacio personalizado para la creación de un cuaderno de viaje para los usuarios, así como la obtención de métricas para la obtención de datos del perfil del visitante.

Para poder atender de manera óptima a un tipo de público sensibilizado en temas medioambientales deberán crearse nuevos contenidos adecuados que generen interés en este ámbito.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

- Mejorar los listados de establecimientos turísticos.
- Mejorar la experiencia del usuario (visitante y cliente potencial) en la web y en dispositivos móviles.
- Mejorar el posicionamiento de la web en Internet y la imagen de marca del destino.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria prestación del servicio, empresas turísticas locales.

**j) Presupuesto**

35.000,- €

**k) Resultados previstos**

- Nueva arquitectura de contenidos web más dinámica e innovadora
- Mejora de la experiencia del usuario, permitiendo realizar un cuaderno de viaje propio en función de sus necesidades e intereses.
- Mejorar el proceso de reserva de servicios con las empresas turísticas locales.
- Conocer perfil visitante web mediante Google Analytics.
- Mejora del branding del destino y de su posicionamiento en Internet.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación y adjudicación servicio. Binario.
- Análisis evolutivo de:
  - Nº de visitas mensuales de la web.
  - Duración de la Visita.
  - Tipo de Usuario.
  - Páginas más vistas dentro de la web.
  - Procedencia de las visitas.
  - Ubicación del visitante.
  - Dispositivo y navegador por el que se accede.
- Nº empresas en la web.
- Valoración de la calidad, facilidad de uso, accesibilidad, dinamismo, etc. de la web. Cualitativo y cuantitativo: encuesta a visitantes de la misma.

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí. Esta actuación pretende mejorar la experiencia y la relación del usuario con el destino desde la fase inicial de búsqueda de lugares por explorar, pretende la que la organización y la preparación del viaje ya sea una experiencia en si misma que motive a los clientes potenciales a viajar al destino.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

No son necesarios terrenos para realizar esta actuación.

**a) Número de la actuación**

8

**b) Eje programático**

Eje 3 - Transición digital

**c) Título de la actuación**

Digitalización de la Oficina de Turismo de Mont-roig del Camp y Big Data

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

Mont-roig dispone de una oficina de turismo ubicada en la antigua iglesia de Sant Miquel, en el centro histórico correspondiente al núcleo interior. Los cambios en la demanda de los usuarios están induciendo a un cambio en los servicios de información turística de los destinos y de las herramientas y soportes usadas para ello, por lo que la Oficina de Turismo de Mont-roig del Camp debe evolucionar a un concepto de oficina con fuerte base tecnológica y capacidad de informar y comercializar el destino en tiempo real, a la vez que permitirá obtener conocimiento detallado del comportamiento de los turistas.

**f) Descripción de la actuación**

Con esta actuación se quiere digitalizar la Oficina de Turismo del núcleo de Mont-roig del Camp, para aprovechar todas las oportunidades que la tecnología nos puede aportar, en equilibrio no competencial con la información turística tradicional.

Este proceso de digitalización seguirá la estrategia de la nueva Oficina de Turismo de Miami Platja; mediante la incorporación de una mesa interactiva para mejorar la experiencia del visitante en el punto de acogida a la vez que ofrecerá un soporte al informador/a turístico/a. A través de la interacción del visitante con el dispositivo, el usuario podrá descubrir los diferentes lugares de interés del municipio con información detallada de los mismos, como imágenes y geolocalización de los puntos de interés, información de las empresas y sus servicios, agenda, reservas online e información detalla de las estadísticas de uso.

También se quiere implementar una plataforma multidispositivo, multiusuario y multiidioma provisto de un sistema de gestión de contenidos que permita la creación de un sistema de cartelería virtual actualizado en tiempo real, con descarga en móvil y actualización de agenda móvil de los usuarios, y que se visualizará mediante la implementación de pantallas de gran formato.

Para las anualidades 2024 y 2025 se quiere implementar nuevas herramientas y soluciones para la gestión inteligente de datos Big Data, se apuesta por el estudio y el conocimiento del comportamiento de los turistas en todas sus facetas y así para obtener una visión estratégica que ayude a la toma de decisiones en la gestión del destino.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

Modernizar e innovar la oficina de turismo para personalizar la experiencia del visitante en base a sus gustos y preferencias, minimizar el impacto medioambiental en favor a la digitalización y obtener métricas para el estudio del comportamiento del visitante.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp.

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria transformación digital y Big Data.

**j) Presupuesto**

120.000,- €

**k) Resultados previstos**

- Motor estadístico de consultas turísticas; Encuesta de satisfacción; Sistema de cálculo de personas; Servicios digitales de reserva de servicios.

- Mejora de la zona expositiva con la implementación de soluciones tecnológicas que permita a los usuarios obtener información del destino de forma autónoma, personalizada y actualizada. Se implementará un sistema de digitalización de la cartelería, publicaciones y folletos que permitirán su visualización y descarga a través de su propio Smartphone, para así minimizar el impacto ecológico en favor de la sostenibilidad.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación, adjudicación, ejecución, recepción servicio digitalización. Binario.
- Visitantes de la oficina. Numérico
- Nº de usos de cada dispositivo informativo. Numérico
- Valoración de la calidad, facilidad de uso, accesibilidad, dinamismo, etc. de la web.
- Cualitativo y cuantitativo: encuesta a visitantes de la oficina.
- Estudio del perfil del visitante y comportamiento del mismo (número de visitas y procedencia, tiempo medio de distancia, pernoctaciones, impacto económico, etc.)

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí, la digitalización de la oficina de turismo permitirá mejorar la experiencia del visitante en la planificación de su estancia, teniendo a su disposición herramientas digitales que le permitirán organizar y disponer de la información en su propio Smartphone.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos y recursos necesarios para desarrollar esta actuación.

**a) Número de la actuación**

9

**b) Eje programático**

Eje 4 – Competitividad

**c) Título de la actuación**

Centro de convenciones para el impulso del turismo de negocios vinculados a la economía verde

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª y 2ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

El municipio no dispone de ningún equipamiento adecuado en el que poder albergar encuentros de negocios. Un nuevo centro de estas características, vinculado al fomento de la economía verde, impulsaría el turismo de negocios y ayudaría a desestacionalizar la demanda turística. La cercanía de PortAventura y Salou donde se alojan grandes eventos nos ha hecho llegar peticiones que no podemos atender por no disponer de este espacio que podría ser complementario a los que ya se ofertan en la demarcación. Definimos esta actuación como base para generar demanda de turismo de negocios que sea además un turismo vinculado al medioambiente.

**f) Descripción de la actuación**

El proyecto “Centro de Convenciones para el turismo de negocios” se ubica en un continente, el Ecoespai, que reúne todo lo que el ayuntamiento de Mont-roig del Camp quiere potenciar: la transformación turística, el impulso de la economía sostenible y la transición ecológica.

El Ecoespai entremezcla usos y actividades inmersos en estos tres ejes, creando espacios flexibles que a su vez mantendrán un diálogo formal con los espacios exteriores. En el seno de este continente se prevé la construcción del nuevo Centro de Convenciones para el turismo de negocios que se pretende que estén, preferentemente, ligados a la economía verde.

La subvención se solicita para la construcción del “Centro de convenciones” que se albergará dentro del Ecoespai.

El objetivo del proyecto es atraer congresos de pequeño formato, presentaciones de productos o exposiciones de empresas que busquen un emplazamiento singular, con una alta sensibilidad por el medio ambiente y la transición ecológica. Se pretende que cualquier compañía consolidada o *startup* vinculada a la sostenibilidad y la economía verde quiera celebrar sus reuniones o convenciones en nuestro Centro de Convenciones, puesto que la elección del espacio en sí mismo, enriquecerá su relato empresarial.

Un hall de entrada generoso dará acceso al auditorio, de 120 plazas, en el que habrá anexada una zona de relación *P2P* contigua (o *networking*). El auditorio, sala de conferencias, congresos o espacio *Ted-Talking*, es el corazón del edificio y le dará

personalidad. Estará ubicado en un punto central estratégico, recibirá al visitante y a su vez hará de conexión con la zona verde exterior.

El distribuidor principal por donde se accederá a la zona de convenciones generará un distribuidor donde se mezclarán los tres ejes, **Económico-Ecológico-Ecoturístico**. Intencionadamente, el edificio combina y desdibuja los límites entre los distintos usos, buscando compartir espacios y aprovechar al máximo la capacidad del mismo.

La gestión del equipamiento será 100% pública.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

Creación de un centro de convenciones para el impulso del turismo de negocios verde que contribuya a la desestacionalización del turismo y al impulso del sello de calidad turística sostenible del municipio y de las empresas locales del sector.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp.

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria construcción y empresas turísticas.

**j) Presupuesto**

650.479,40 - €

**k) Resultados previstos**

Además de la construcción del Centro de convenciones, otros outputs serán:

- Convenciones y jornadas realizadas.
- Incremento de la afluencia turística en el municipio procedente del turismo de negocios.
- Dinamización de uno de los espacios fundamentales en el seno del Ecoespai.
- Mejora del posicionamiento de marca de turismo sostenible.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Licitación, adjudicación, inicio y recepción de las obras. Binarios
- Número de jornadas anuales realizadas. Numérico.
- Número de empresas captadas como cliente. Numérico.
- Número de pernoctaciones y uso de servicios locales de restauración y/o comerciales. Numérico.
- Valoración de la puesta en servicio de la infraestructura. Cualitativo y cuantitativo a través de encuestas a usuarios posterior a la puesta en servicio.

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí. La actuación está orientada a dar apoyo a la creación de un producto turístico específico destinado al target de negocios y convenciones inexistente en la actualidad y bajo el paraguas principal de negocios orientados a la economía verde.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos para llevar a cabo la actuación.

---

**a) Número de la actuación**

10

**b) Eje programático**

Eje 4 - Competitividad

**c) Título de la actuación**

Urbanización plaza Girona e implantación p rquing cubierto para bicicletas

**d) Fecha de ejecución (1 , 2  o 3  anualidad)**

2  y 3  anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

La gran extensión de Miami Platja acentúa los desplazamientos en vehículo. Se pretende que este vehículo sea no motorizado o transporte individual sostenible. Se prevé que los desplazamientos sostenibles aumenten exponencialmente en la confluencia de diversas vías ciclables con lo que será imprescindible disponer de un punto de referencia donde los usuarios puedan llegar, dejar sus bicicletas o vehículos de movilidad personal no contaminantes y dirigirse a las playas o a la zona comercial. Esta actuación crear  este punto neurálgico de reunión para turistas y residentes que se desplacen con vehículos no motorizados en condiciones de seguridad.

**f) Descripción de la actuación**

Se trata de crear un espacio que aproveche el magnetismo fruto de la localización estratégica entre vías de la movilidad sostenible y que además ofrezca una gran variedad de servicios para que distintas actividades se mezclen y generen una riqueza urbana propia de un municipio dinámico y turístico.

El espacio donde se ubica esta actuación se encuentra entre la antigua vía del tren, que se prevé transformar en una vía verde, y el principal eje cívico del municipio, la avenida Barcelona, una reconversión y pacificación de la antigua N-340 a su paso por el centro turístico.

El nodo de la movilidad sostenible ofrecerá los siguientes servicios:

- Punto de reunión, información ciclista y turística. Snack-Bar.
- Zona de aparcamiento de seguridad para bicicletas, con capacidad para 120 plazas.
- Aparcamiento complementario para bicicletas y patinetes eléctricos para 80 plaza.
- Circuito infantil de bicicletas para la educación vial.
- Estación de carga eléctrica para bicicletas.
- Circuito "Pumptrack" para bicicletas, patines, patinetes.
- Zonas de descanso con vegetación, fuentes para reponer agua potable, espacio refrescante con fuente lúdica y vaporizadores.

Los criterios que se han seguido son:

- **Funcionalidad y adaptabilidad** potenciando el uso de la bicicleta como transporte local;
- **Humanización** del espacio a través del alumbrado, arbolado y mobiliario público;
- **Eco diseño**. Incorporar en todas las decisiones del proyecto de urbanización,

criterios de actuación con la voluntad de actuación medioambientalmente sensible.

Además de convertirse en un punto de encuentro estratégicamente ubicado para los visitantes que se muevan en bicicleta o patinete, esta zona se convertirá en sí misma en un atractivo turístico del municipio.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

Dotar al municipio de un punto de encuentro de ciclistas, visitantes y residentes donde dejar en condiciones de seguridad los vehículos sostenibles de uso personal y ser un punto turístico emblemático para aquellos visitantes concienciados con el medio ambiente.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp.

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa adjudicataria construcción y empresas turísticas.

**j) Presupuesto**

1.133.001,00,- €

**k) Resultados previstos**

- Incremento del turismo concienciado con la movilidad sostenible.
- Sustitución progresiva de elementos de transporte contaminante por otros sostenibles medioambientalmente.
- Generación de un nuevo punto de atracción turística en un punto estratégico del núcleo de Miami Platja conectado con los principales ejes viarios del municipio.
- Dotar de un espacio específico para dar servicio especializado a los cicloturistas.
- Generar un espacio exterior al Ecoespai y al centro de convenciones que comulgue con el concepto del que se impregnan estos equipamientos.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Número de visitas de cicloturistas atendidos en los puntos de información turística. Numérico.
- Número de usuarios de bicicletas atendidos en los servicios especializados. Numérico.
- Número de ciclos de carga de bicicletas y patinetes eléctricos realizados en los puntos habilitados. Numérico.
- Utilización media de las plazas de párquing de bicicletas habilitadas. Numérico.

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí. Esta actuación, además de mejorar instalaciones para el turista en general y el residente, está destinada a mejorar el producto específico del turismo sensibilizado con la movilidad sostenible y el medio ambiente creando una zona específica para satisfacer sus necesidades.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos para llevar a cabo la actuación.

---

**a) Número de la actuación**

11

**b) Eje programático**

Eje 4 - Competitividad

**c) Título de la actuación**

Plan Director del Centro histórico de Mont-roig del Camp

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

El centro histórico de Mont-roig del Camp presenta unas características urbanas singulares respecto del resto de núcleos de población del municipio, que requieren de un tratamiento específico: remodelación viaria, rehabilitación edificios, modernización infraestructuras de servicios, envejecimiento y pérdida de población, decaimiento actividad económica, ... La necesidad de un Plan Director ya se planteó hace más de una década (2009), pero no se elaboró por la crisis. El actual equipo municipal retomó el proyecto para su elaboración y está en la actualidad en proceso de licitación.

**f) Descripción de la actuación**

Durante 2022 se elaborará el Plan Director del centro histórico de Mont-roig del Camp que establecerá las directrices que ordenarán la actuación de remodelación de dicho núcleo histórico, que será desplegada mediante posteriores instrumentos urbanísticos y otras medidas de carácter social. Así, se revisará la normativa urbanística, se abordará la realización de políticas de vivienda joven, la concesión de ayudas y subvenciones a la rehabilitación de viviendas, el posible esponjamiento del núcleo, la reordenación de la movilidad y de las zonas de aparcamiento, la revisión de las actividades permitidas, el estudio de la estructura de la propiedad, la necesidad o no de adquirir o permutar fincas, etc... Este plan estratégico es imprescindible para la remodelación del centro histórico y que facilite la explotación y puesta en valor de las oportunidades turísticas que el centro histórico de Mont-roig ofrece y que, ahora mismo, están infraexplotadas.

Se tratará, pues, de definir un proyecto de intervención integral en la elaboración del cual la participación ciudadana tendrá un papel central.

Este Plan Director se licitará en 2022. Está previsto que su redacción se aborde en 2022 y principios de 2023 disponiendo ya de financiación en el presupuesto de 2022. Está previsto que sus acciones se ejecuten en el trienio 2023-24-25 y son para éstas para las que se solicita financiación en este plan.

Este plan director deberá ser realizado teniendo en cuenta la perspectiva medioambiental y de sostenibilidad que son la base de este plan.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

A partir del plan director operativo, mediante un reglamento específico de normas urbanísticas, permitir acometer su rehabilitación y dinamización socioeconómica y

turística. Implicar a los vecinos desde el inicio en la rehabilitación.

**h) Actor ejecutor**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp.

**i) Actores implicados**

Ayuntamiento de Mont-roig del Camp, empresa redactora plan, vecinos y entidades del centro histórico, empresas ejecutoras del plan.

**j) Presupuesto**

300.000,- €

**k) Resultados previstos**

A partir de la redacción del Plan Director del Centro histórico de Mont-roig del Camp:

- Activación de un proceso de participación ciudadana ad hoc para la elaboración del plan (empoderamiento, orgullo ciudadano y sentimiento de pertenencia de los habitantes del centro histórico).
- Descripción de las actuaciones a realizar para poner en valor las potencialidades turísticas del centro histórico.
- Implementación de las actuaciones de mejora necesarias para valorizar turísticamente el centro histórico de Mont-roig.

**l) Indicadores para su evaluación**

- Nº de líneas de actuación del Plan. Numérico.
- Nº de sesiones proceso participativo. Numérico.
- Nº participantes en las sesiones participativas. Numérico.
- Valoración ciudadana del proceso de elaboración del Plan Director. Cualitativo y cuantitativo a través de encuesta.
- Nº de actuaciones implementadas efectivamente. Numérico.
- % de incremento de nº de visitantes a partir de la implantación del plan. Numérico.

**m) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí. Indirectamente, con la posterior puesta en marcha de las determinaciones del Plan Director, se mejorará el atractivo turístico del centro histórico.

**n) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

Sí se dispone de los terrenos necesarios para realizar la actuación.

**a) Número de la actuación**

12

**b) Eje programático**

Eje 4 - Competitividad

**c) Título de la actuación**

Coordinación Técnica del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino

**d) Fecha de ejecución (1ª, 2ª o 3ª anualidad)**

1ª, 2ª y 3ª anualidad

**e) Necesidad del destino o de los productos que justifica la actuación**

Para implementar, con la necesaria eficacia y agilidad, las diferentes actuaciones que configuran el PSTD de referencia, la actual estructura de recursos humanos disponibles por el Ayuntamiento de Mont-roig del Camp resulta insuficiente.

En consecuencia, se requiere la contratación del soporte técnico necesario conformado por un profesional experimentado en la coordinación y gestión de proyectos singulares de transformación urbana y reposicionamiento de destinos turísticos.

**f) Descripción de la actuación**

Contratación de la asistencia técnica profesional necesaria para coordinar e impulsar las diferentes actuaciones determinadas en el PSTD de Mont-roig Miami. Se desarrollará durante las 3 anualidades.

El objeto de esta contratación externa licitada por medio de concurso público abierto en concurrencia competitiva será el servicio gerencia para la coordinación funcional, soporte material y secretaria administrativa a la Comisión Municipal específica encargada de la Coordinación General del PSTD de Mont-roig Miami. Esta Comisión Municipal específica estará conformada por las diferentes Concejalías y funcionarios encargados de la contratación administrativa y dirección facultativa de las actuaciones integradas en el PSTD de Mont-roig Miami.

Además, actuará como órgano de apoyo a la comisión de seguimiento del plan.

**g) Objetivos específicos de la actuación**

- Disponer de la capacidad técnica y profesionalidad necesarias para programar e impulsar la realización de las actuaciones materiales del PSTD
- Asegurar el cumplimiento de las formalidades procedimentales requeridas para la tramitación del PSTD
- Comunicar y publicitar los objetivos y logros del Plan de Sostenibilidad Turística en Mont-roig del Camp – Miami Platja

**h) Actor ejecutor**

Alcaldía del Ayuntamiento de Mont-roig del Camp.

**j) Actores implicados**

Alcaldía, Concejalía de Turismo, Mesa de Turismo (agentes privados) y Comisión Mixta de Seguimiento del plan.

**k) Presupuesto**

180.000,- €

**l) Resultados previstos**

- Realización efectiva, en tiempo y forma, de las actuaciones materiales determinadas en el PSTD.
- Gestión y cumplimiento eficaz de los requerimientos formales y económicos establecidos en el Convenio entre MICT, Generalitat y Ayuntamiento de Mont-roig.
- Promover y coordinar el trabajo transversal entre las concejalías municipales responsables de implementar las actuaciones del PSTD.
- Impulsar la participación e implicar a los agentes privados en el desarrollo del PSTD.
- Identificación e interlocución técnica válida para todos los agentes públicos y privados responsables del éxito del plan.

**m) Indicadores para su evaluación**

El cuadro de mando integral necesario para la evaluación de la Coordinación Técnica contratada se estructurará, como mínimo, en los siguientes indicadores anuales:

- Inversión y gasto público realizado.
- Inversión y gasto privado derivado.
- nº criterios ambientales en la selección de contratistas.
- nº certificaciones turísticas conseguidas.
- nº sistemas de gestión de calidad implantados.
- grado de consenso formalizado entre agentes públicos y privados.
- nº nuevos productos ofertados.

**n) ¿Está la actuación orientada a implantar o mejorar el desarrollo de producto/experiencias turísticas?**

Sí. Indirectamente, con la contratación de una Coordinación Técnica profesionalizada del PSTD de Mont-roig Miami se pretende impulsar los procesos de implantación y certificación de la UNE 178501 como DTI.

**o) ¿Dispone la entidad local de la titularidad de los recursos o terrenos necesarios para realizar esta actuación? En caso contrario, ¿tiene garantizada su disposición mediante algún acuerdo de cesión o similar?**

No aplica.

## 5.2. Relación del plan con otros procesos de planificación:

Este Plan de Acción deriva de 2 procesos recientes de planificación estratégica y uno de participación ciudadana llevados a cabo en el municipio y a los que ya se ha hecho referencia, como son:

- El Plan Estratégico de Turismo de Mont-roig Miami 2018-2025, elaborado en 2017-18 por el Parque Científico de Turismo y Ocio y por el Grupo de Investigación de Turismo y Territorio de la Universitat Rovira i Virgili.
- El Plan Estratégico de Mont-roig del Camp 2020-2030, elaborado por la empresa Idencity en 2018-2019.
- Además, ambos procesos de planificación se insieren en la tradición de planificación y participación municipal y, a su vez, tienen un precedente anterior como fue el amplio proceso de participación ciudadana desarrollado para la elaboración del Plan de Acción Municipal 2016-2019.

Tanto en la definición del PAM 2016-19 como en el Plan Estratégico 20-30 la actividad turística fue parte central en la definición de estrategias y acciones, dado su peso en la economía local.

Buena parte de las actuaciones previstas en el PAM 2016-2019 se ejecutaron, pero algunas están en fase de desarrollo (o se incorporaron en los planes estratégicos posteriores). Sin embargo y, como es lógico, actuaciones contenidas en el Plan estratégico municipal 2020-2030 y en el Plan estratégico de turismo 2018-2025 están por ejecutar. Así, el PSTD permitirá acometer su ejecución en los próximos 3 años. Como se indica y se puede observar en las fichas de las actuaciones propuestas, éstas derivan directamente de propuestas incluidas en uno o en ambos planes estratégicos.

Uno de los objetivos de este plan es, en el marco del eje de Digitalización, elaborar el Plan de Destino Turístico Inteligente de Mont-roig Miami e implementar actuaciones que se desprendan de él. Por eso se dedica a este fin la línea de actuación nº 4 del PSTD de Mont-roig Miami.

Con el desarrollo de esta línea de actuación y de las otras líneas de actuación en materia de digitalización ya determinadas en el Plan Estratégico del Turismo de Mont-roig Miami 2018-25 y ya contempladas específicamente en este PSTD se estará en posición de obtener el sello "Destino Turístico Inteligente in progress", inicialmente, y posteriormente, el sello "Destino Turístico Inteligente" (UNE 178501:2018).

Con el objetivo de transformar Mont-roig Miami en un destino turístico innovador, sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que facilite la interacción e integración del visitante con el entorno e incremente la calidad de su experiencia en el destino, en una primera fase en realizará un procedimiento de diagnóstico integral, con el que se diseñará un plan de acción que se integre con la propia estrategia del destino para su transformación en Destino Turístico

Inteligente. Se analizarán requisitos alrededor de cinco ejes: gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad y sostenibilidad, promoviendo una visión integradora. A continuación, se desarrollará la fase de seguimiento e implementación del plan, para que Mont-roig del Camp Miami Platja pueda llegar a distinguirse con el sello “Destino Turístico Inteligente” y entrar en un proceso de mejora continua que garantizará su capacidad para hacer frente con éxito a los retos y transformaciones que plantea el nuevo entorno económico, social y tecnológico mundial.

La redacción del PDTI se producirá en 2023 y su despliegue en las anualidades 2024 y 2025.

### **5.3. Procedimiento de comunicación y mecanismos de participación previstos durante la ejecución del Plan.**

- **Descripción de los procedimientos u órganos previstos para canalizar la participación de los actores locales en la ejecución del plan.**

En cuanto a la comunicación, el proyecto incorpora un procedimiento en dos ámbitos: operativo interno y comunicativo externo.

El ámbito operativo interno incluye la dirección cotidiana del plan, la relación con los colaboradores externos y las asistencias para la gestión y evaluación del plan.

Las áreas del ayuntamiento implicadas son: Turismo, Urbanismo y Economía, Medio Ambiente y Salud Pública, Impulso Económico y Ocupación. Los regidores y regidoras presididos por el alcalde constituirán la Comisión municipal de seguimiento del proyecto. Trimestralmente realizarán un seguimiento formal del proyecto a partir del análisis de los indicadores.

En el ámbito operativo externo, la Mesa de Turismo de Mont-roig Miami será el contexto en el que se canalizará la participación de los agentes del sector turístico. Pero para propiciar una mayor operatividad se conformarán 4 grupos de trabajo, coincidentes con los 4 ejes temáticos de la estrategia, en cada uno de los cuales se trabajará en las actuaciones específicas de cada ámbito:

- Grupo de trabajo de Transición verde y sostenible.
- Grupo de trabajo de Mejora de la eficiencia energética.
- Grupo de trabajo de Transición digital.
- Grupo de trabajo de Competitividad.

Las reuniones de los grupos de trabajo serán bimensuales y las reuniones ordinarias del "plenario" de la Mesa de Turismo continuarán siendo trimestrales.

La comunicación directa con la ciudadanía se vehiculará a través del portal del portal web municipal, la APP "Mont-roig Miami Participa", la publicación trimestral del Ayuntamiento (COMUNICA) y las diferentes redes sociales.

- **Descripción de procedimientos de comunicación y difusión entre la entidad local y los distintos actores implicados para dar visibilidad al plan a lo largo de la ejecución del mismo.**

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Jornadas informativas   | <input checked="" type="checkbox"/> Correo electrónico de actores implicados |
| <input checked="" type="checkbox"/> Página web del destino  | <input type="checkbox"/> Página web comunidad autónoma                       |
| <input type="checkbox"/> Prensa escrita   | <input checked="" type="checkbox"/> Prensa digital                           |
| <input type="checkbox"/> Boletines oficiales  | <input checked="" type="checkbox"/> Redes sociales                           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Radio   | <input checked="" type="checkbox"/> Televisión                               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Otros (indicar brevemente): Web/app municipal y web turismo Mont-roig Miami |  |

## 6. Medios para garantizar la viabilidad de la ejecución del plan

Para implementar, con la necesaria eficacia y agilidad, las diferentes actuaciones que configuran el PSTD de referencia, la actual estructura de recursos humanos disponibles por el Ayuntamiento de Mont-roig del Camp resulta insuficiente. En consecuencia, se requiere la contratación del soporte técnico necesario conformado, al menos, por un profesional experimentado en la coordinación y gestión de proyectos singulares de transformación urbana y reposicionamiento de destinos turísticos. El objeto de esta contratación externa licitada por medio de concurso público abierto será el servicio de gerencia para la coordinación funcional, soporte material y secretaría administrativa a la Comisión Municipal específica encargada de la Coordinación General del PSTD. Esta Comisión Municipal específica estará conformada por las diferentes Concejalías y funcionarios encargados de la contratación administrativa y dirección facultativa de las actuaciones integradas en el PSTD.

En el caso de la actuación nº 1 “Nuevo espacio para el fomento de la economía circular”, en 2022 se redactará el proyecto ejecutivo en base al proyecto básico que se adjunta. Se ha previsto ya en el presupuesto municipal para 2022 el importe para llevar a cabo esta actuación. Las actuaciones previstas se implementarían a partir de 01/01/2023.

En el caso de las actuaciones 2 a 8, éstas se realizarán en caso de obtener financiación y sólo se dispone de presupuestos orientativos para la realización de las mismas.

En el caso de la actuación nº 9 “Centro de convenciones para el impulso del turismo de negocios vinculados a la economía verde”, que se enmarca en el ECOESPAI, esta última actuación que engloba al centro de convenciones está prevista también en el presupuesto de 2022 y se prevé redactar el proyecto ejecutivo durante este ejercicio. La actuación nº 10 “Urbanización plaza Girona e implantación parquin cubierto para bicicletas” se vincula a la actuación número 9 y se ejecutaría en caso de obtener financiación. Se adjunta una memoria básica que engloba las dos actuaciones.

En el caso de la actuación nº 11, Plan Director del Centro histórico de Mont-roig del Camp, la redacción del plan director está actualmente en proceso de licitación y dispone de dotación presupuestaria. Este plan está previsto que se redacte durante 2022 y primer trimestre de 2023 y, las actuaciones que de él emanen, se ejecutarían bajo el amparo del presente plan durante 2023, 2024 y 2025.

La gerencia del plan prevista en la actuación nº 12 se ejecutaría en caso de concederse la financiación para este plan.

## **7. Previsión del impacto y principales resultados del plan:**

### **7.1. Resultados e impactos carácter socioeconómico y ambiental:**

En la ficha descriptiva de cada una de las acciones que componen el plan, se ha hecho un esbozo de los resultados previstos para cada una de ellas y las repercusiones concretas esperables, así como los indicadores para su medida.

Una consecuencia del desarrollo del plan será el incremento de los puestos de trabajo asociados a la puesta en servicio de nuevas infraestructuras turísticas y la mejora de los resultados de empresas turísticas. Con prudencia, considerando la situación actual, entendemos que el desarrollo de este plan, que despierta claras sinergias con multitud de otras actuaciones desarrolladas en el municipio, contribuirá a la desestacionalización al favorecer que se desarrollen nuevos productos más allá del sol y playa tradicional. Algunos de los principales efectos serán: Mejora de la movilidad; Mejora de la capacitación de los trabajadores del sector; Mejora de los equipamientos y espacios públicos; Creación de nuevos productos y experiencias; Digitalización del destino; Reducción de la brecha de género en el empleo; Incremento de la renta per cápita y, por ende, reducción de la desigualdad.

Las repercusiones ambientales directas de muchas de las acciones del proyecto son claras, y no se puede menospreciar la contribución a la sostenibilidad de este enfoque aplicado transversalmente a todo el proyecto. No se puede concebir la sostenibilidad, como un conjunto de acciones aisladas dentro de un proyecto, sino como uno de los valores nucleares del mismo, independientemente de que algunas actuaciones lo evidencien de una manera más clara por su formato, su objetivo, sus métodos o resultado directo.

En las acciones encontrarán los indicadores asociados al desempeño de cada una de ellas, incluyendo indicadores de carácter medioambiental. Sintetizando, algunos de los principales efectos serán: el fomento de la economía circular y del consumo sostenible, adaptación a la lucha contra el cambio climático (favoreciendo los modos blandos de movilidad y la electrificación del parque de vehículos del municipio) y fomento de la transición energética.

### **7.2. Beneficios esperados**

Entre los beneficios esperados de la ejecución del presente plan se encuentran la generación de nuevos productos turísticos destinados al segmento del turismo de negocios enfocados a la economía verde; nuevos productos dirigidos al turista especialmente sensibilizado con el

turismo sostenible y con los nuevos modos de transporte no contaminantes; la creación de nuevas sendas e itinerarios saludables que contribuyan a la reducción de la huella de carbono en el municipio y, especialmente y de modo central, a la obtención de un sello de turismo inteligente y de calidad medioambiental que contribuya a diferenciar al municipio dentro de la Costa Dorada y a nivel estatal. Esta diferenciación dentro del seno de la Costa Dorada es imprescindible si queremos competir con destinos próximos como Salou y Cambrils con una mayor consolidación turística y que suponen una de las amenazas identificadas.

Todas estas acciones contribuirán ineludiblemente a la mejora de la imagen y de la promoción de la oferta. Además, se contribuirá a la especialización y diferenciación de las empresas turísticas locales respecto a las del entorno al asesorarles en la transformación y modernización del destino mediante la transición energética, la digitalización y la obtención del sello de sostenibilidad y calidad medioambiental al que aspira el municipio.

Con la ejecución del conjunto de acciones propuestas, se contribuirá a una mayor diversificación de la oferta turística, a la desestacionalización del destino, identificados ambos factores como unas de las debilidades del mismo.

Por otra parte, con el apoyo a la digitalización de las empresas turísticas locales se fomentará, por un lado, una multiplicación exponencial de la promoción del destino, y por otro, se ahondará en la profesionalización y la formación de los y las trabajadoras del sector, lo que contribuirá a mejorar sus retribuciones por esta mayor cualificación y a reducir la brecha de género. Esta es otra de las debilidades del municipio identificadas en el análisis DAFO que se quiere superar.

### **7.3. Procedimiento de evaluación de los resultados:**

En cada una de las acciones incluidas en el plan se han incorporado un conjunto de indicadores de distintos tipos que serán compilados, ordenados y analizados en primera instancia por la asistencia técnica, e incorporados a un informe trimestral con el que la Comisión Municipal de seguimiento desarrollará la evaluación permanente del plan y posteriormente por la comisión tripartita de seguimiento del plan.

Este informe incluirá también un cuadro de mando operativo y un resumen económico del grado de ejecución del plan. Del estudio del conjunto de esta información, la dirección operativa del plan podrá tomar las medidas oportunas para introducir medidas correctoras, proponer modificaciones o ajustes de acciones o de calendario, o proponer cualesquiera acciones que se consideren necesarias en función de la situación para alcanzar los objetivos generales y específicos del plan.

Los indicadores seleccionados pueden consultarse en cada una de las fichas de acción.

#### 4. Anexos a la memoria técnica

---

Los anexos 1 a 5 serán obligatorios. El anexo 6 será opcional.

##### **En relación a la entidad local:**

1. Tarjeta de identificación fiscal entidad local con formato electrónico.
2. Declaración responsable de la entidad local firmada electrónicamente que recoja el compromiso de su aportación a la financiación del plan
3. Certificación expedida por la Intervención de la entidad local que acredite la disponibilidad financiera para realizar su aportación al plan
4. Consentimiento expreso de la entidad local firmado electrónicamente por el que se autoriza, a los efectos de tramitación del convenio para la ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística correspondiente:
  - A la Secretaría de Estado de Turismo, la consulta y verificación de los datos de la entidad local relativos a hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias con la AEAT a efectos generales y de estar al corriente en el cumplimiento de las obligaciones de la Seguridad Social a efectos generales.
  - A la comunidad autónoma correspondiente, la consulta y verificación de los datos de la entidad local relativos a hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias con la comunidad autónoma a efectos generales.

##### **En relación al plan presentado:**

5. Documentación acreditativa de la participación con actores locales en la elaboración del plan

##### **Otros**

6. Otra documentación de interés (mapas o documentación complementaria que, por formato, no ha podido incluirse en el formulario y que se consideren de imprescindible remisión para la valoración de la candidatura)