



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

LAS SIETE MARAVILLAS DE ALIFORNIA: CONCEPCIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

Autor

MARTA ALFONSO ROMEO

Directora

CARMEN BERNE

Facultad de Economía y Empresa

Curso 2015/2016

Índice	Pág.
1. Introducción	4
1.1 Las 7 Maravillas de Alicante:Alifornia.....	5
2. Objetivos	6
3. Metodología	10
4 Análisis Interno.Territorial.....	11
4.1. Localización	11
4.2. Medio Físico	12
4.2.1. Caracterización climática	12
4.2.2. Suelo	13
4.2.3. Hidrología	14
4.3. Medio biótico	15
4.3.1. Situación y límites	15
4.3.2. Rasgos fisiográficos	15
4.3.3. Espacios Naturales Protegidos	15
4.3.3.1. <i>Parques Naturales</i>	15
4.3.3.2. <i>Parajes Naturales Municipales</i>	18
4.4. Medio social	21
4.4.1. Población	21
4.4.2. Infraestructuras	23
4.4.3. Patrimonio	25
4.5. Análisis DAFO	27
5. Fichas de Recursos (inventario)	28
5.1. <i>Cala de la Granadella</i>	28
5.2. <i>Fuentes del río Algar</i>	31
5.3. <i>Cuevas de Canelobre</i>	34

5.4. <i>Guadalest</i>	37
5.5. <i>Casco Antiguo de Altea</i>	40
5.6. <i>Hogueras de Sant Joan. Alicante</i>	43
5.7. <i>Moros y Cristianos de Alcoy</i>	46
6. Estrategia	49
7. Propuestas	49
7.1. Creación de la página web y perfiles en las redes sociales	49
7.2. Concurso de logos	49
7.3. Creación y desarrollo de una aplicación móvil	52
8. Presupuesto, Financiación, Impuestos y Ayudas	57
8. Conclusión	68

Motivaciones personales de seguimiento de la línea TFG

Las 7 maravillas de Alicante, en concreto Alifornia, nace de la idea principal del Blog Alifornia. Hoy en día las aplicaciones de marketing móvil ofrecen un gran número de beneficios para la industria de viajes y turismo, y permiten la comunicación directa y personal en tiempo real con la posibilidad de una respuesta inmediata y directa.

Este trabajo quiere descubrir cuáles son las siete maravillas de Alicante a través de la opinión de los alumnos del Grado de Turismo. Asimismo, se pretende realizar un análisis interno en profundidad para poder aplicar y hacer efectiva una estrategia de marketing concreta basada en recursos online fundamentalmente, con una destacada presencia de la propuesta turística en la red y desarrollando el rendimiento de negocio turístico en un mercado que es muy competitivo.

Con este estudio, se pretende que el público objetivo participe como si fuera un promotor único del proyecto, teniendo la oportunidad de participar en iniciativas creadas por el proyecto para su promoción turística a través de métodos innovadores, siendo un usuario activo del proyecto. Por ello, se desarrollará una estrategia de comunicación y comercialización basada en el desarrollo de la promoción turística a través de las nuevas tecnologías.

El desarrollo tecnológico está provocando una serie de cambios en la sociedad mundial impensables hace apenas dos décadas. Internet ha supuesto la eliminación de barreras físicas y culturales, permitiendo comunicar distintos puntos del planeta de manera prácticamente instantánea y, al amparo del avance de la red, están surgiendo nuevos proyectos que han despertado el interés general por su carácter innovador.

Con la elección de este estudio se apuesta por una reinversión de las políticas de promoción publicitaria aplicadas al turismo, desarrollando talleres de sensibilización turística tanto públicos como privados, mejorando la información turística mediante una promoción integral, creando y desarrollando la marca paraguas **Las 7 Maravillas de Alifornia**. Para esto hay que analizar, inventariar y clasificar todos los recursos turísticos de la provincia de Alicante.

Este trabajo fin de grado se enmarca en un proyecto financiado por la Diputación de Alicante de cuyo equipo de trabajo soy miembro. La base de su financiación es presupuesto de la propia Diputación. Sin embargo, esta financiación se complementa con otras fuentes basadas en ayudas obtenidas de diversas entidades vinculadas con la

promoción turística. La inserción de publicidad (ver Anexo 6) en la página web con un determinado posicionamiento de las empresas anunciantes en la aplicación es el medio considerado para obtener beneficios a medio y largo plazo.

1. Introducción

Las famosas y conocidas siete Maravillas del Mundo Antiguo, datadas a mediados del siglo III a.C., eran un conjunto de obras arquitectónicas consideradas dignas de ser visitadas, por ser aquellos monumentos de la creación y el ingenio humano. El conjunto lo componían: la Gran Pirámide de Gizeh en Egipto; una maravilla antigua única conocida como los Jardines Colgantes de Babilonia; el Templo de Artemisa en Éfeso, actual Turquía; la Estatua de Zeus en Olimpia en Grecia; la Tumba del Rey Mausolo en Halicarnaso; el Coloso de Rodas en Grecia y el Faro de Alejandría en Egipto.

En el año 2007, se eligieron Las siete Maravillas del Mundo Moderno o Nuevas Maravillas del Mundo en un concurso mundial realizado por una empresa privada que se basó en la lista mencionada anteriormente. Las siete elegidas, no sin polémica, fueron: el Chichén Itzá, en la Península del Yucatán de México; el Coliseo de Roma; el Cristo Redentor de Río de Janeiro, en Brasil; la Gran Muralla China; el Machu Picchu, en Cuzco en Perú; Petra, en Jordania y el Taj Mahal, en India.

Tras la masiva participación y éxito de la iniciativa, los países empezaron a realizar sus propias elecciones y España no se quedó atrás. Meses más tarde se inició la campaña para elegir los doce Tesoros de España, que en un principio iban a ser siete, y que tras los votos de la población fueron: la Mezquita-Catedral de Córdoba, las Cuevas de Altamira, la Catedral de Sevilla, la Alhambra de Granada, la Catedral-Basílica de Nuestra Señora del Pilar de Zaragoza, el Parque Nacional del Teide, el Teatro romano de Mérida, la Catedral de Santiago de Compostela, la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, la Basílica de la Sagrada Familia, la Playa de la Concha en San Sebastián y el Museo Guggenheim de Bilbao.

Así, tras esta breve introducción histórica, y conociendo las grandes posibilidades de la provincia de Alicante, bañada por ese mismo mar que dio lugar a las civilizaciones más importantes del mundo antiguo, formada y modelada a lo largo de millones de años por diversos hitos geológicos, climatológicos e históricos, y teniendo en cuenta las nuevas posibilidades de promoción a través de las nuevas tecnologías, se ha propuesto el

descubrimiento y promoción del concepto de producto turístico **Las 7 Maravillas de Alicante, en concreto, Alifornia.**

Como se ha comentado anteriormente, la puesta en marcha de la idea-concepto se basa en el aprovechamiento de los recursos que proporcionan las nuevas tecnologías para promocionar de una manera innovadora, atractiva e incluso de forma diferente de las campañas de promoción turística habituales, aprovechando sobre todo las oportunidades que ofrecen las redes sociales para generar audiencia.

Así, siguiendo la línea de estudio del turista como recurso de la oferta online del sector, este trabajo desarrolla la concepción de un producto turístico como marca paraguas de la provincia de Alicante, así como el desarrollo de una aplicación móvil para que los interesados (turistas potenciales) puedan interactuar online aparte de geolocalizar las distintas maravillas y opinar sobre los distintos lugares.

La aplicación se basa en la propuesta de un blog que proporciona información interactiva sobre las características de la Comunidad Valenciana. En concreto de Alicante, incluyendo estilos de vida, datos turísticos, culturales, gastronómicos, etc.

Desde esta introducción, la estructura del trabajo explica a continuación la idea, la decisión sobre su nombre comercial y la utilidad que proporcionan las aplicaciones móviles. El siguiente apartado presenta los objetivos del proyecto, seguidos por la metodología llevada a cabo. A continuación se presentan los resultados y las conclusiones llevadas a cabo en el estudio.

1.1. Las 7 Maravillas de Alicante: Alifornia. La idea y los productos complementarios

Desde la idea de las 7 Maravillas de Alicante se trabaja primero el nombre comercial. Así, considerando las similitudes entre California y Alicante. El nombre elegido es Alifornia.

¿Qué es Alifornia?

Alifornia es un proyecto que busca integrar la provincia de Alicante y sus gentes con los aspectos más positivos de la cultura y el espíritu Californianos. No sólo gozan de similitudes geográficas y climáticas, además comparten un estilo de vida. Como fruto de la influencia que la inmigración ha desarrollado en ambos territorios, los dos territorios son muy parejos en cuanto a entorno social y cultural. Como consecuencia, se

han creado entre ellos lazos comunes. Toda esa fusión de gentes originarias de diferentes lugares se ve reflejado no sólo en el legado material que se han ido creando, sino en el mismo espíritu aliforniano: vivir con respeto y con una vida saludable en la Comunidad Valenciana.

Con este estudio, se pretende que el público objetivo participe como si fuera un promotor único del proyecto, en el que puede interactuar a través de las redes sociales, podrá subir fotos y ver las de otros usuarios, debatirá con otros usuarios por qué debe ser su recurso el que salga elegido, subirá sus comentarios de otros recursos que visite teniendo la oportunidad de puntuarlos, participará en concursos, tendrá la oportunidad de participar en iniciativas creadas por el proyecto para su promoción turística a través de métodos innovadores como *FlashMobs*, podrá crear sus propios videos de promoción de los recursos y después publicarlos en la red, etc., siendo un usuario activo del proyecto.

Todo esto en base a la filosofía 2.0 de una manera muy profesional, permitiendo toda clase de acciones relativas a compartir, enviar, participar, interaccionar, “me gusta”, *re-tweets*, etc. Incluso el uso de la geo-localización puede ser contemplado mediante el uso de los dispositivos móviles asociados al momento del viaje, utilizando herramientas como *Foursquare*, *Gowalla*, *Panoramio*, *Google Earth* o *Facebook Places*, y las aplicaciones para *Android* y *Apple*, descargables desde la propia web del proyecto.

Este trabajo se ajusta perfectamente al reciente estudio sobre “Tendencias en el uso de Internet en el móvil para los viajes” realizado por Minube.com, en colaboración con Turismo Castilla-La Mancha y The Cocktail Análisis. Allí, la búsqueda de información, encontrar hoteles, restaurantes o compartir las experiencias en las redes sociales, son algunas de las actividades que más realizan los viajeros a través de sus móviles.

Durante el viaje, un 56% de los viajeros utiliza el móvil principalmente para buscar restaurantes, seguido de la consulta de traslados, horarios y precios de los mismos en el propio destino (45%) y compartir la experiencia con amigos y conocidos (39%). De hecho, el 70% de los usuarios que interactúan a través de Internet lo hacen para actualizar su estado en las redes sociales durante el viaje, subir fotos y videos para compartir (64%), enviar emails (56%) o utilizar servicios de geolocalización.

Por destino, los viajes nacionales en zonas de costa hacen un mayor uso de Internet en el móvil (83%), seguidos de las zonas rurales (72%), los centros urbanos (67%), los

desplazamientos internacionales (73%) y, por último, los viajes de negocios (61%). Por otro lado, destaca el uso de aplicaciones (27% de los viajeros que utilizan Internet en el móvil), siendo las más demandadas las relacionadas con mapas/GPS (37%), localización de sitios de interés (20%), juegos (8%), previsión del tiempo (5%) o realidad aumentada (6%).

2. Objetivos

El objetivo final de este trabajo es el desarrollo del concepto del producto turístico **Las 7 Maravillas de Alifornia**, como una marca paraguas que recoja los principales recursos turísticos de la provincia de Alicante, así como conseguir materiales online para su promoción.

Este objetivo principal se desglosa en objetivos concretos:

- ☐ Catalogar todos los recursos turísticos de la provincia de Alicante
- ☐ Agrupar los recursos turísticos más importantes bajo una misma denominación.
- ☐ Promocionar unos destinos concretos (las 7 maravillas) utilizando Alifornia como su marca paraguas.
- ☐ Simulación de una aplicación móvil.

Los objetivos se abordarán mediante las siete fases en la que se divide el trabajo. Con ello conseguiremos al final un estudio completo de las 7 maravillas de Alifornia. A continuación se presenta la metodología y los pasos llevados a cabo.

3. Metodología

La metodología seguida consiste en la realización primero de una revisión de literatura relativa a las características de Alicante. A continuación se desarrolló la idea a seguir, y se hizo una búsqueda de atractivos turísticos, para pasar después a la realización de un estudio de mercado que se basa en la técnica de encuesta. La información recogida sirve para abordar la elaboración de una aplicación online que se apoya del Blog Alifornia. (he quitado los dos puntos pero no estoy segura)

Las distintas fases en las que se divide el proyecto, son las siguientes:

- **1ª Fase:** un *brainstorming* (tormenta de ideas) donde se lanzaron diversas propuestas.: la promoción del Museo de Cultura Tradicional de Puçol (Elche); la creación y habilitación de senderos alrededor de la zona de El Comptat (Alicante); y la creación y

promoción de Las 7 Maravillas de la Provincia de Alicante. Finalmente se apuesta por la tercera, al parecer la más innovadora y diferente al resto de propuestas.

- **2ª Fase:** Se empieza con la búsqueda de todo tipo de atractivos turísticos de la provincia de Alicante (BIC, Patrimonios de la Humanidad, Parques Naturales, Fiestas de Interés Turístico Internacional y Nacional, etc.). Agrupados en 3 grupos: Recursos Naturales, Culturales y de Folklore. Entre los tres grupos eran un total de 43 recursos (ver Anexo 1), así el siguiente objetivo era encontrar los 7 que iban a formar parte del estudio: **Las 7 Maravillas de Alifornia.**

- **3ª Fase:** Desde el inicio se apuesta por la participación, así que para poder conseguir estas maravillas, en la elección a todos los alumnos del último curso del Grado en Turismo de la Universidad de Alicante (divididos en Prácticum de Hoteles y Restaurantes, Prácticum de Agencias de Viajes y Prácticum de Planificación y Administración Turística) y por consiguiente, futuros profesionales en materia turística. En cada una de las tres aulas se realizó una breve presentación en *power-point*, en la cual se mostraban algunas imágenes de cada uno de los 43 recursos previamente seleccionados. Tras la presentación los alumnos participantes debían rellenar una plantilla (ver Anexo 2) en la que se les pedía que eligieran dos maravillas naturales, dos de tipo cultural y dos de Folklore.

Cada alumno eligió bajo su criterio, cuáles serían las futuras 7 maravillas de Alicante. Este proceso duró cerca de 1 mes; Los datos fueron tabulados y se extrajeron los 7 recursos más votados por los alumnos. En total votaron 88 alumnos de los 210 matriculados en los 3 grupos de Prácticum, es decir un 41,9% del total de alumnos. Los resultados totales de las diferentes clases están recogidos en el Anexo 3. Tras estos resultados, los 7 recursos (naturales, culturales y folclóricos) de la provincia de Alicante que más puntos obtuvieron fueron: la Cala de la Granadella con 41 puntos, las Fuentes del Río Algar con 29 puntos, las Cuevas de Canelobre con 24 puntos, Guadalest con 43 puntos, el Centro Histórico de Altea con 29 puntos, las Hogueras de Alicante con 54 puntos y, los Moros y Cristianos de Alcoy con 42 puntos. A partir de este momento, estos recursos son **Las 7 Maravillas de Alifornia.**

- **4ª Fase:** Una vez conseguida la información necesaria, se realiza un análisis a fondo del medio en el que iba a actuar, es decir, la provincia de Alicante; analizando tanto su localización, medio físico y biótico, como el medio social. Además se realizaron las fichas de recursos de cada una de las maravillas.

- **5ª Fase:** Creación de una empresa para llevar a cabo el proyecto, optando por una Sociedad Limitada (ver Anexo 4). La empresa se llamaría *Jet-Lag Servicios y Promociones Turísticas, S.L.* Vemos más recomendable utilizar este tipo de sociedad ya que existe una relativa sencillez en cuanto a trámites burocráticos, con una gestión más sencilla que la de una sociedad anónima.

El siguiente paso consiste en buscar información sobre las directrices a seguir para formalizar la creación de la empresa. Contando con los datos necesarios, lo primero que se necesita es un logotipo representativo capaz de proporcionar una diferenciada imagen de marca; para ello se recurre a convocar un concurso en la Universidad de Alicante, al cual se podía presentar cualquier alumno. Una novedad en la fórmula del premio al ganador es la asignación como recompensa de 2 créditos de libre configuración o una tarjeta regalo de la FNAC. La difusión del concurso se realizó a través de nuestra web, nuestras publicaciones en las redes sociales y a través de los foros sobre turismo, nuevas tecnologías y de diseñadores gráficos. El registro se exterioriza a través de una empresa especialista en toda clase de trámites burocráticos con las oficinas registrales del país (ver Anexo 5).

- **6ª Fase:** Diseñadas las directrices a seguir a la hora de llevar a cabo la creación de la empresa y el concurso, se procede a elaborar el desarrollo de la página web. Se crean perfiles en redes sociales como *Facebook* y *Twitter*; Y aplicaciones descargables desde la propia página web para los nuevos terminales móviles con tecnología *Android* de *Google* o para los *iPhone* de *Apple*.

- **7ª Fase:** Para desarrollar todas estas ideas hubo que alquilar y amueblar un local en Alicante (ver Anexo 6), en el que se desarrolla el estudio íntegro con la ayuda de un programador y un diseñador.

Además, se adquirieron los sistemas y equipos informáticos necesarios. A partir de aquí el trabajo consiste en una dedicación absoluta al proyecto, de ayuda a los desarrolladores y de promoción creativa a través de las nuevas tecnologías y la nueva cultura 2.0.

A continuación realizamos, un análisis interno y territorial. En el que se desarrolla la estrategia de negocio. Tras este se realiza un análisis de las amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas del entorno.

4. Análisis Interno

4.1. Localización

La provincia de Alicante se encuentra en la costa este de España, es una de las tres provincias que forman la Comunidad Valenciana, la que se encuentra más al sur, y también es la menos extensa con una superficie de 201,3 km²

La provincia de Alicante limita al oeste con la Región de Murcia y la provincia de Albacete, al norte con Valencia y al este con el mar Mediterráneo.

La capital de la provincia es la ciudad de Alicante. Siendo la cuarta provincia más poblada de España, con 1.917.012 habitantes (según datos de año 2009) y la más densamente poblada de la Comunidad Valenciana, cuenta con 26 municipios y es la provincia con un mayor grado de urbanización.

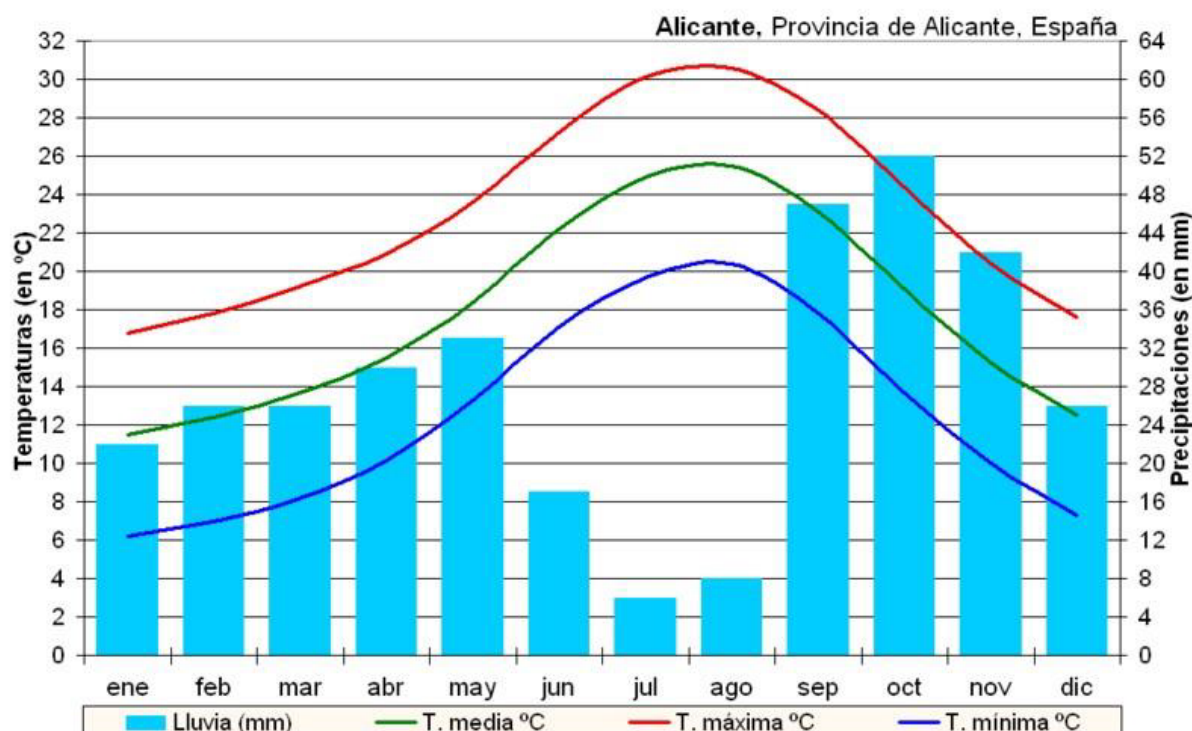
4.2. Medio Físico de la provincia de Alicante

4.2.1. Caracterización climática

Clima mediterráneo, con inviernos suaves y veranos calurosos, dentro del cual se puede diferenciar un clima mediterráneo de interior y otro litoral o de costa. El primero se caracteriza por temperaturas más bajas en invierno y poca humedad durante todo el año, mientras que el segundo conlleva a temperaturas mas fuertes en verano y grandes niveles de humedad durante todo el año. Las temperaturas de media no bajan de los 8 grados y no pasan de los 32. El nivel medio de precipitaciones es bajo, con el riesgo de sufrir la llamada “gota fría” a finales de septiembre y octubre.

A continuación se presenta una gráfica que muestra el nivel de las temperaturas y de precipitaciones en la provincia de Alicante:

(fuente: www.geopolitico.es)



El clima alicantino es el principal atractivo y recurso de la provincia. Gran parte de sus turistas son atraídos por el clima, dándole mucha importancia a las precipitaciones, niveles de insolación, vientos, humedad y niebla; también se sabe que Alicante mantiene esos niveles perfectos para satisfacer muchísimas necesidades turísticas.

Este clima es favorable para el disfrute de actividades deportivas y de ocio que de otro modo no resultarían tan atractivas. Además, el clima es clave en la configuración de la vegetación, los procesos morfogenéticos, la distribución de la fauna, el caudal de los ríos o el suministro de agua.

Por tanto, las características climáticas y ambientales de la provincia, conforman las condiciones medioambientales e influyen de forma positiva en la percepción de confort y en la salud de los turistas, así como el sentimiento de disfrute de su estancia.

4.2.2. Suelo

El relieve de la provincia de Alicante viene de los acontecimientos geológicos que han ocurrido en los últimos millones de años.

La provincia de Alicante está incluida en la Cordillera Bética. La convergencia de placas durante los últimos millones de años es responsable de que toda la Cordillera

Bética, incluida la provincia de Alicante, haya estado sometida, desde el Mioceno Superior hasta la actualidad, a esfuerzos compresivos en la dirección NW-SE.

En las Zonas Externas, las rocas de edad mesozoico-terciaria, forman una cobertera que está fuera de un basamento de edad Paleozoica. Esta cobertera sedimentaria se ha desplazado respecto a su basamento a favor de un nivel de debilidad constituido por evaporitas y arcillas del Triásico.

Para comprender el proceso puede consultarse el artículo titulado “¿Cómo se forman las montañas?”, de Crespo y Luján (2004). El resultado son una sucesión de anticlinales y sinclinales, y algunos cabalgamientos con una dirección principal N60-70E. Esta dirección principal de las estructuras geológicas se conoce como dirección bética. En la mayoría de los casos las grandes sierras de la mitad septentrional de la provincia de Alicante coinciden con grandes anticlinales con esta dirección bética, que están separados por sinclinales de la misma dirección. También hay algunas sierras que coinciden con anticlinales con otras direcciones.

Otro rasgo a destacar del relieve de la provincia es que los materiales dúctiles del Triásico (sales y arcillas) del keuper de los numerosos sectores de la provincia formando diapiros. Estos diapiros, al estar constituidos en superficie por rocas poco resistentes a la erosión, suelen coincidir con zonas topográficamente deprimidas como es el caso del diapiro de Altea o el corredor del Vinalopó. Una excepción la constituye el Cabeçó de la Sal de Pinoso, un domo diapírico todavía activo que forma un relieve que se eleva algo más de 300 metros sobre las zonas circundantes. En algunas ocasiones, estos materiales triásicos aprovechan fallas y llegan a deformar a los materiales más recientes de edad cuaternaria.

Además, en las Zonas Externas hay que mencionar la actividad de fallas normales en varias direcciones que han escalonado el relieve.

Por otra parte las Zonas Internas, al no existir el nivel de sales y arcillas del Triásico (keuper), las fallas alcanzan una mayor profundidad que en las Zonas Externas. De hecho muchas de las fallas activas no tienen ruptura en superficie y se manifiestan superficialmente por pliegues activos que deforman rocas de edad Mioceno Superior a Cuaternario. Entre estos pliegues destaca el anticlinal de Torremendo, que tiene más de 30 km de longitud. Además, hay que mencionar los pliegues anticlinales situados a lo

largo de la margen derecha del río Segura, que tienen unas dimensiones kilométricas (5-10 km), todos ellos con una dirección media N90E.

También destacan los anticlinales de La Marina y Santa Pola y un conjunto anticlinorio de pequeños pliegues secundarios de escala hectométrica situados entre Los Arenales del Sol y Balsares. Entre todos estos anticlinales se desarrollan sinclinales de la misma dirección rellenos por sedimentos recientes. Entre otros, se encuentran los sinclinales del Bajo Segura, las Salinas de Santa Pola, el Clot de Galvany, El Saladar-Elche y Torrevieja-La Mata.

4.2.3. Hidrología

La red hidrográfica alicantina se determina por factores climáticos y factores geológicos. Se organizan en cuencas (Cuenca del Segura y del Júcar) hidrográficas de tamaño medio en las cuales hay un gran río colector que desemboca en el mar. La mayor parte de la provincia presenta un clima mediterráneo característico de ríos con fuertes estiajes y escaso caudal.

La confederación Hidrográfica del Segura se encuentra ubicada en el sureste del territorio español con una superficie aproximada de 18.870 km², y que afecta a cuatro comunidades autónomas: prácticamente en su totalidad a la de Murcia y parcialmente a las comunidades de Andalucía (provincias de Jaén, Granada y Almería), Castilla-La Mancha y Valencia.

Mientras que, la cuenca hidrográfica del Júcar comprende todas las cuencas que vierten al mar Mediterráneo, entre el margen izquierdo de la Gola del Segura, en su desembocadura, y la desembocadura del río Cenja, además de la cuenca endorreica de Pozohondo.

En conclusión a lo que el medio físico se refiere, decir que tanto el clima, como el suelo y la hidrología, actúan conjuntamente y de forma continuada creando una simbiosis que a su vez es responsable de la existencia de grandes recursos con un fuerte reclamo turístico.

4.3. Medio Biótico

La provincia de Alicante, por su situación privilegiada, por su variada y complicada topografía, por la naturaleza de su clima y por la heterogeneidad de su suelo, es asiento de una riqueza ambiental extraordinaria.

4.3.1. Situación y límites

La provincia tiene una gran irregularidad, siendo mayor su diámetro longitudinal que el transversal, por lo cual domina en todas sus facetas la influencia del Mar Mediterráneo al lo largo de 198 kilómetros, lo que influirá en notablemente en su vegetación

4.3.2. Rasgos fisiográficos

Existen una variedad de accidentes geográficos, destacando la escabrosidad de sus montes. Su complejo orográfico hace que en unos pocos kilómetros cuadrados varíe completamente la topografía y el paisaje. Se resalta la importancia de la zona de marismas y saladares que crean unas condiciones ecológicas muy variadas, en las que se desarrollan plantas del mayor interés geobotánico.

4.3.3. Espacios Naturales Protegidos

La provincia de Alicante cuenta con un importante patrimonio natural, cuya principal característica es su gran diversidad, tanto de paisajes como de fauna y flora. En conjunto los espacios naturales de la provincia representan un buen ejemplo de ecosistema mediterráneo, con gran diversidad de ambientes, fauna, flora y con elementos arquitectónicos de valor histórico y cultural.

4.3.3.1. *Parques Naturales*

Parque Natural de El Hondo: El parque tiene una extensión de 2495 hectáreas y está situado en la comarca del bajo Vinalopó y abarca los municipios de Elche y Crevillente. En sus lagunas desemboca el río Vinalopó. Este paraje natural está formado por múltiples lagunas, que se alimentan de las aguas del río Segura. Además del los embalses, el parque incluye una orla de charcas estacionales, muchas de ellas creadas para la práctica cinegética, un conjunto de saladares y algunas tierras donde se mantienen cultivos. Este Parque Natural, junto con el de las Salinas de Santa Pola y su entorno formaban parte de la albufera de Elche. El parque presenta un clima mediterráneo con características semiáridas.

Parque Natural de El Montgó: Este Parque natural tiene una extensión de 2117 hectáreas y está situado en la comarca de la Marina Alta. El parque se encuentra en la última estribación de las cordilleras Béticas y a pesar de contar con una altura de 753 metros, su cercanía al mar causa un abrupto descenso y un importante impacto visual al visitante.

El parque presenta un típico clima mediterráneo. Su situación geográfica y la orientación determinan diferentes ecosistemas:

El pinar, localizado en La Solana y en Les Planes de Jávea; el matorral, la formación vegetal más extensa en el interior del parque; acantilados marinos de umbría y de solana, donde se encuentran los principales endemismos vegetales; cultivos, conformando por un pasaje de viñedos, almendros y naranjos. El Montgó cuenta con más de 150 especies de vertebrados, entre ellas la más significativa es el águila perdicera, especie amenazada a nivel europeo

Parque Natural de La Font Roja: Está situado al norte de la provincia de Alicante, entre los términos municipales de Alcoy y de Ibi, en la comarca de l'Alcoià. El ENP abarca unas 2.298 hectáreas y comprende la alineación montañosa de l'Alt de Sant Antoni, el carrascal de la Font Roja y la Teixereta. La cumbre del Menejador, con 1.356m es la cumbre más elevada. El parque presenta un clima mediterráneo con influencias continentales y de alta montaña. En la cumbre de la ladera se encuentra un antiguo nevero en el que se pueden encontrar restos prehistóricos de pozos destinados a conservar la nieve.

Parque Natural de la Marjal de Pegó-Oliva: El parque está situado entre las provincias de Valencia y Alicante, tiene una extensión de 1.290 hectáreas. Se encuentra rodeado por las sierras de Mostalla, Migdia y Segària que forman una herradura abierta al Mediterráneo, en cuyo centro se encuentra el marjal. Está conformado por espacios palustres y arrozales. La formación de este parque se debe al proceso de colmatación que sufrió una antigua bahía que la convirtió en albufera, y que continuó para convertirla en la marjal. El ecosistema es de gran productividad, acoge y sirve de hábitat a una fauna rica y variada, con algunos endemismos, y a una vegetación muy bien conservada. También es vital para los movimientos migratorios de las aves, por lo que el conjunto tiene unos importantes valores naturales, científicos, paisajísticos, agrícolas, culturales, educativos y recreativos.

Parque Natural de la Sierra de Mariola: Este paraje de 17.257 hectáreas y está situado entre las comarcas de L'Alcoià, El Comtat y la Vall d'Albaida. Constituye unos de los territorios en los que se concentran en mayor medida valores medioambientales, paisajísticos y socioculturales de especial relevancia. Los importantes acuíferos de Mariola dan lugar a innumerables fuentes, manantiales y surgencias que salpican toda la superficie de la sierra. Por su larga historia de ocupación e interacción humana, los

diversos usos ejercidos sobre los recursos naturales de la sierra han acabado configurando un excepcional mosaico de ecosistemas y paisajes, que sintetizan las características básicas de la media montaña mediterránea, y que han hecho de la sierra una señal de identidad para los pueblos que la circundan.

Parque Natural de las Lagunas de La Mata-Torrevieja: Este parque, con una extensión de 3.700 hectáreas, se encuentra situado en la comarca de la Vega Baja del Segura, al sur de la provincia. Su superficie se compone de láminas de agua y dos lagunas. Las dos lagunas están separadas entre sí por un anticlinal, un canal une a ambas depresiones que están comunicadas de forma artificial con el mar por medio de otro canal, por lo que se conforma una unidad de explotación salinera. La laguna de la Mata actúa como depósito calentador. Este parque natural, junto con el Hondo y las Salinas de Santa Pola, conforman un triángulo de humedales con importancia internacional al sur de Alicante.

Parque Natural de las Salinas de Santa Pola: El parque tiene una extensión de 2.470 hectáreas y se encuentra situado en la comarca del Bajo Vinalopó, al sur de la provincia. El parque está formado por un conjunto de dunas y playas junto a las que se ubica la explotación salinera. Hacia el interior es posible encontrar una zona de agua dulce embalsada permanentemente junto con otros terrenos al ras del suelo que se encharcan temporalmente. El espacio que bordea el contorno interior del Parque está ocupado por cultivos. Las Salinas son un paraje desde donde se puede disfrutar de las espectaculares concentraciones de distintas especies de aves limícolas que se alimentan en las salinas.

Parque Natural de Serra Gelada: El parque, situado dentro de la comarca de la Marina Baixa, es uno de los más singulares de la Comunidad Valenciana al ser su primer parque marítimo terrestre. La Serra Gelada, formada por un impresionante relieve que se alza abruptamente sobre las planas de Benidorm, l'Alfàs del Pi y Altea, da lugar en su frente litoral a acantilados de más de 400m. Pero, la mayor singularidad de la zona se debe probablemente al hecho de que estas excepcionalidades se dan en un entorno turístico ya que es precisamente la presencia de mar y costa unos de los mayores atractivos de este sector.

Parque Natural del Peñón de Ifach: Es el primer Parque Natural declarado en la Comunidad Valenciana, constituye uno de los enclaves más conocidos del litoral alicantino. Está situado en la comarca de la Marina Alta y pertenece al término municipal de Calpe. El Peñón de Ifach ha sido todo un símbolo desde tiempos muy

antiguos, era un hilo visual importante para los navegantes primitivos del Mediterráneo y más tarde se convirtió en un punto privilegiado frente a las incursiones de los piratas sobre las costas de la Marina. Con sus 45 hectáreas protegidas, se trata de uno de los Parques Naturales europeos de menor extensión. Todas estas características le convierten en el Parque Natural más vitado de la Comunidad Valenciana.

4.3.3.2. Parajes Naturales Municipales

Paraje Natural Municipal del Arenal de l'Amorxó: El parque tiene una superficie de 50,80 hectáreas y se localiza en el Monte de Cotxines dentro del término municipal de Petrer. El Arenal de l'Amorxó destaca principalmente por su geomorfología y por su litología.

Paraje Natural Municipal de La Pilarica-Sierra de Callosa: Con una superficie de 1143,44 hectáreas, se localiza en término municipal de Callosa de Segura. El paraje se encuentra situado en la vertiente sudeste de la sierra de Callosa, constituyendo un mol calizo que se eleva bruscamente en medio de la extensa llanura de la Vega Baja del Segura. La vegetación predominante es el matorral, condicionada por el clima árido, el relieve abrupto y la acción humana. La Sierra de Callosa es una referencia visual para el entorno de la comarca, y un elemento clave para la conformación del paisaje de la zona.

Paraje Natural Municipal del Molino de Agua: Se localiza en el término municipal de Torrevieja, con una superficie de 17,23 hectáreas. El sistema dunar se extiende desde las Salinas de Santa Pola hasta el Cabo de Cervera y actúa como corredor litoral que comunica dos zonas húmedas: Salinas de Santa Pola y Las Lagunas de la Mata-Torrevieja. La característica más.

Importante del ecosistema dunar es la zonación desde la orilla del mar hasta la parte más interior.

Paraje Natural Municipal Racó de Sant Bonaventura-Canalons: El paraje tiene una superficie de 18,34 hectáreas, y está situado en Alcoy. Este lugar destaca por presentar un curso de agua durante todo el año con la flora y vegetación característica, y grandes roquedos labrados sobre la caliza. El paraje es un corredor ecológico entre los Parques Naturales de la Font Roja y la Sierra de Mariola.

Paraje Natural Municipal de Monte Coto: Se encuentra ubicado en la Sierra del Reclot (Monovar, Pinoso, Algueña, La Romana), ocupando una extensión de 2.400 hectáreas. La sierra actúa como territorio de transición entre las tierras litorales y las

áreas interiores de la meseta. Esta posición, junto con sus características edáficas y climáticas, favorece la presencia de especies vegetales endémicas de gran valor. También la sierra del Coto ofrece una gran variedad paisajística para disfrutar de la naturaleza.

Paraje Natural Municipal Els Plantadets: El paraje se localiza en el término municipal de Jijona y tiene una superficie de 254 hectáreas. La zona pertenece al Prébetico meridional, caracterizado por la alternancia de sierras y valles sobre materiales carbonatados. La vegetación existente es muy homogénea, predominando los pinares de pino carrasco.

Paraje Natural Municipal de Font del Baladre-Fontanars-Riu d'Agres: El paraje corresponde a un tramo del río Agres, a su paso por el término municipal de Muro de Alcoy. Constituye un ecosistema de ribera, con flora y fauna características. Presenta un caudal de elevada calidad durante todo el año; el primer tramo del río discurre por una zona abrupta con meandros, bosques de ribera y galería y vegetación de montaña, el segundo tramo discurre por una zona de relieve más suave y abierto, en el que la ribera se amplía y hay una gran cantidad de alamedas. En el entorno del río existe una presencia de especies asociadas al medio acuático..

Paraje Natural Municipal de Els Arcs: El paraje se localiza en el término municipal de Castell de Castells en el ámbito de la Serra de la Serrella y cuenta con una superficie de 401,33 hectáreas. Se trata de un territorio caracterizado por su accidentada orografía, con altitudes superiores a los 1.000 m entre las que se disponen profundos valles que descienden hacia la cercana costa. La acción del agua sobre las rocas calcáreas que conforman los relieves han dado origen las curiosas formas, que conforman su atractivo paisaje; el nombre de Els Arcs deriva de la forma de arco que adoptan algunas formaciones rocosas del paraje. Cuenta con bosques de carrasca, aunque los árboles predominantes son los pinos, cuyas mejores masas se encuentran en las cotas más altas. Respecto a la fauna cabe destacar la presencia en la zona de aves rapaces.

Paraje Natural Municipal de el Clot de Galvany: El paraje se encuentra en el término municipal de Elche y su superficie es de 366,31 hectáreas. El Clot de Galvany es un enclave de gran valor ambiental, en él se pueden distinguir diferentes ecosistemas, que contienen una flora y fauna de gran diversidad a escala autonómica y estatal. Asimismo, este paraje destaca por la presencia de diversas comunidades faunísticas, dunares, saladares y comunidades palustres, contando con la presencia de endemismos.

Paraje Natural Municipal de la Ladera del Castillo de Sax: Está situado en la comarca de l'Alt Vinalopó en el término municipal de Sax. Es un espacio con altos valores paisajísticos, histórico-culturales relacionados con los usos recreativos y de esparcimiento. Desde esta privilegiada atalaya se puede disfrutar de magníficas panorámicas del Valle del Vinalopó. Su geomorfología influye sobre la vegetación, así la ladera norte está ocupada por el pino carrasco, mientras que la ladera sur alberga comunidades rupícolas, también existe una gran riqueza paisajística. En lo que representa al patrimonio histórico-cultural se encuentran diversos yacimientos arqueológicos de gran interés, como son la Peña de Sax y el Castillo de Sax, catalogado Bien de Interés Cultural, que constituye uno de los principales valores del Paraje.

Paraje Natural Municipal de La Sierra: Este paraje se extiende por la solana de la Sierra de Callosa, situada en el extremo nordeste del término municipal de Redován. Con una extensión de 185, 53 hectáreas, esta sierra presenta un desnivel muy acusado y un abrupto relieve que surge imponente del llano de la Vega del río Segura. En cuanto a la vegetación, se distinguen tres tipos de formaciones: el pino, el matorral y la vegetación propia de afloramientos rocosos. Por lo que respecta a la fauna existen especies gravemente amenazadas, tales como el águila perdicera, el sapo corredor, la rana, el lagarto ocelado, la culebra bastarda y algunas especies de murciélagos. La Sierra constituye un importante espacio para el esparcimiento y el uso público, llevándose a cabo actividades como el senderismo, la educación ambiental y la escalada.

4.4. Medio Social

4.4.1. Población

La población está distribuida por todo el territorio, presentando densidades de población superiores a los 50 hab/km² en cualquier comarca. Aún así existen zonas muy pobladas, con densidades superiores a los 400 hab/km² donde se concentra la población en núcleos urbanos de más de 20.000 habitantes, frente a las zonas de densidades bajas que son escasas y están localizadas en puntos muy concretos. Las zonas de alta densidad de población son:

- La franja costera (Denia, Jávea, Calpe, Benidorm, Villajoyosa, Alicante, Santa Pola, Torrevieja), cuya economía y demografía vienen determinadas en gran medida por el sector turístico, formando la llamada Costa Blanca. En esta zona destaca el área metropolitana de Alicante-Elche, con 757.443 habitantes.

- El eje del Valle del Vinalopó (Villena, Elda-Petrel, Novelda, Aspe), donde hay una gran importancia del sector industrial y que a través de Elche conecta con la franja costera.
- La llanura aluvial del río Segura (comarca de la Vega Baja), que conecta el área costera con las zonas más densamente pobladas de Murcia. Aquí destaca Orihuela como núcleo principal.
- Algunos núcleos industriales del norte de la provincia como (Alcoy, Ibi), que enlazan con la costa a través de Alicante.

Áreas con menor densidad de población son las zonas de montaña que separan la costa de los valles interiores, la parte occidental del Valle del Vinalopó y algunas zonas despobladas en el sur de la Vega Baja dedicadas al monocultivo de cítricos.

En cuanto a la nacionalidad de la población residente en la provincia de Alicante se podría decir que la población de la provincia de Alicante es extranjera. La presencia masiva de residentes europeos es de tal magnitud que, en varios municipios de la provincia la población censada extranjera es superior a la española.

Entre la población extranjera cabe distinguir los nacionales de otros países de Europa Occidental (10,8% del total de la población provincial), atraídos principalmente por el clima, las playas y la buena calidad de vida, y una inmigración más puramente económica y reciente, procedente mayoritariamente de Iberoamérica, Europa del este y Norte de África. Los inmigrantes de otras regiones son minoritarios, aunque aún así hay gente de 107 nacionalidades distintas.

Municipios más poblados de la provincia:

1ª Alicante: 334.757

2ª Elche: 230.112

3ª Torrevieja: 101.792

4ª Orihuela: 86.164

5ª Benidorm: 71.034

6ª Alcoy: 61.552

7ª Elda: 55.168

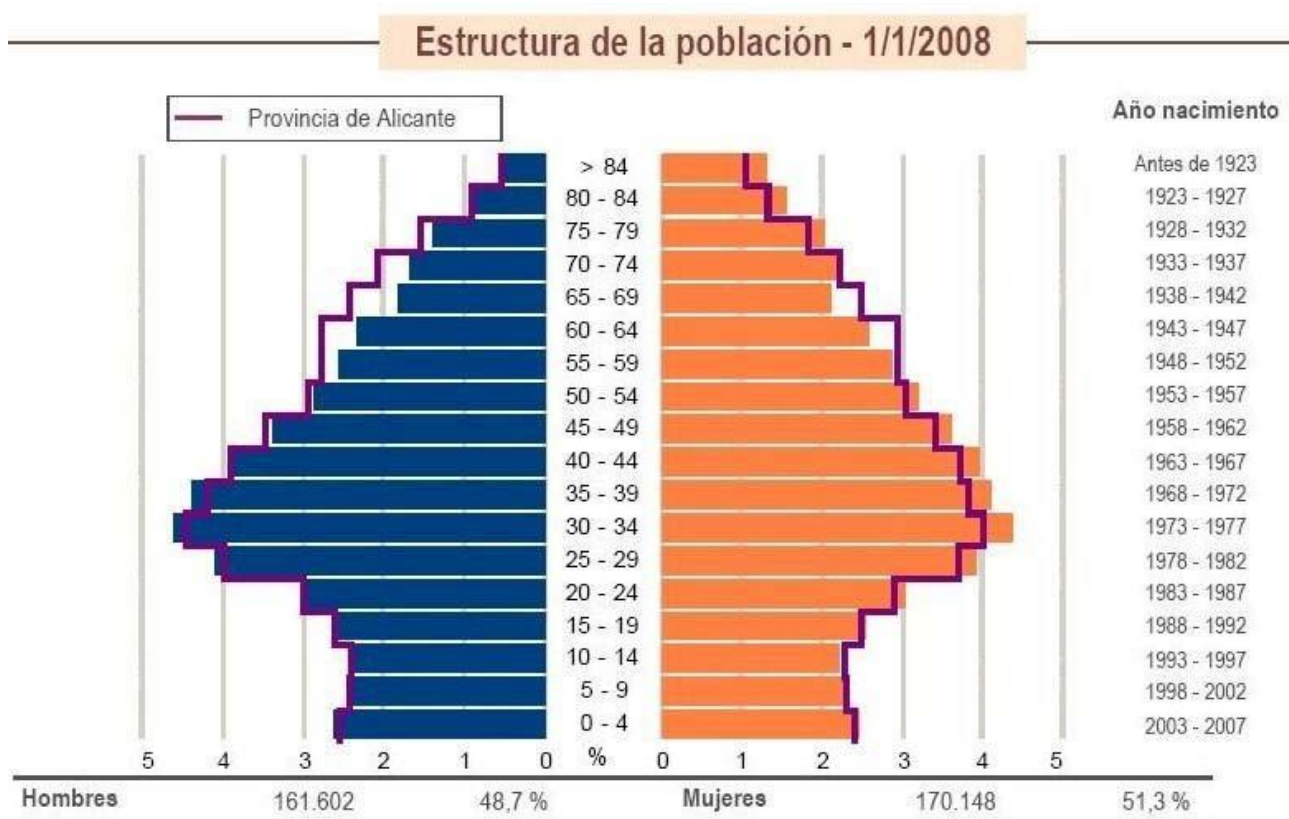
8ª San Vicente del Raspeig: 53.126

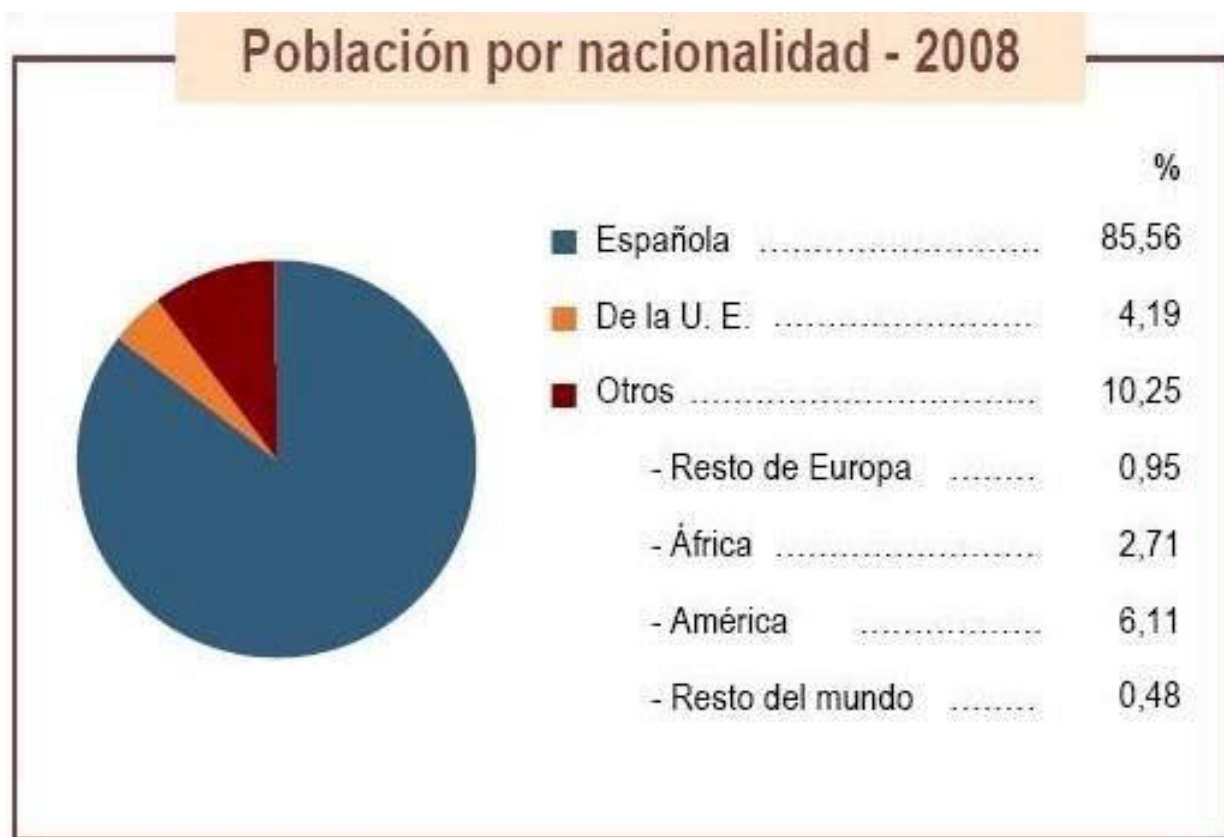
9ª Denia: 44.464

10ª Villena: 35.222

Población de la Provincia de Alicante (1 de enero de 2009)

<u>Total</u>	<u>Varones</u>	<u>Mujeres</u>
1.917.012	958.200	958.812





4.4.2. Infraestructuras

Alicante es una provincia con muy buenas infraestructuras, además de buen lugar para visitar y muy cómoda para llegar, ya sea por carretera, tren, mar o aire. Dispone de una red de carreteras y autovías muy importantes. Dos son los accesos a Alicante por carretera:

- Acercándose desde el litoral, ya sea desde el norte (Valencia) o desde el sur (Murcia) deberá ir por la carretera nacional 340 o la Autopista de peaje AP7. Desde el interior, la ruta es la Nacional 330.
- A-31: Autovía de Alicante Atalaya del Cañavate – Albacete – Almansa – Alicante.
- A-38 : Autovía Valencia-Pilar de la Horadada Valencia – Gandía – Benidorm – Alicante – Santa Pola– Pilar de la Horadada.
- Circunvalación de Alicante AP-7 Campello – A-7 Elche.
- A-77 : Acceso noroeste a Alicante A-70 San Vicente del Raspeig – AP- 7 Segunda Circunvalación de Alicante.

□ N-330: Carretera Alicante-Francia Alicante – Almansa – Requena – Utiel – Teruel – Zaragoza – Huesca – Jaca – Francia.

□ N-332 : Carretera Cartagena-Valencia Vera – Cartagena – Alicante – Valencia.

□ N-340 : Carretera del Mediterráneo Cádiz – Algeciras – Málaga – Motril – Almería – Murcia – Elche – Alicante – San Juan de Alicante – Valencia – Castellón de la Plana – Tarragona – Barcelona.

□ CV-86: Via Parc Alicante - Elche y Ronda Norte A-31 – EL-20.

Además, la ciudad de Alicante tiene un Puerto con líneas directas a Orán, en Argelia, y con la Isla de Tabarca. Desde aquí también se puede ir a Dénia y tomar el Ferry hasta Ibiza. Ahora mas y mas esta en auge el tema de los cruceros: Cruceros por el mediterráneo, cruceros a las Islas griegas, cruceros por el Caribe.

La estación de tren de Alicante tiene conexiones con las principales ciudades de toda España y con diversas estaciones europeas.

El Aeropuerto de Alicante: Se encuentra a 9 kms. al suroeste de Alicante ubicado en la pedanía de El Altet dentro del término municipal de Elche (a 11 km). Por su situación, este aeropuerto da servicio a una gran parte del levante español. Tradicionalmente ha tenido un importante tráfico *charter*, actualmente la mayor parte del tráfico es regular e internacional. Entre ellos destacan la puesta en marcha de la Terminal 2 en enero de 2007 y la apertura de una base de operaciones de la compañía Ryanair en noviembre de 2007. Dicha terminal, amplía en un 20% la capacidad del aeropuerto y constituye un área provisional para el tratamiento de pasajeros, mientras finalizan las obras de la Nueva Área Terminal, en construcción desde el año 2005 y que duplicará la capacidad actual del aeropuerto.

El Ayuntamiento de Alicante, Conselleria de Infraestructuras y Adif tienen ahora el reto de cumplir con el objetivo del transporte AVE, Alta Velocidad, entre Alicante y Madrid en 2012. La inauguración de la línea de alta velocidad Madrid-Valencia se realizó en diciembre de 2010.

En cuanto al alojamiento, la provincia de Alicante y la capital ofrecen alojamientos baratos en apartamentos vacacionales, casas y villas, hoteles, hostales y apartahoteles. Los precios en Alicante provincia y ciudad oscilan por categoría y zona, pero lo que si

tiene y hay que destacar es que ofrece todo tipo de alojamiento para todo tipo de bolsillos.

Alojarse en hostales u hoteles en Alicante como de la provincia o reservar apartamentos en alquiler puede resultar muy barato si buscamos los alojamientos con antelación, sobretodo en temporada de playa y en Semana Santa.

4.5. Análisis DAFO

Debilidades

□□ Demanda muy estacional, solo se practica en determinadas épocas del año (navidades, semana santa, puentes) y débil durante el resto del año (Turismo Interior)

□□ Baja tradición de productos turísticos que no se relacionen con el sol y playa. (Turismo Interior)

□□ La poca demanda condiciona la evolución y desarrollo de la oferta. (Turismo Interior)

□□ Los establecimientos no apenas invierten en la promoción de sus servicios. (Turismo Interior)

□□ La oferta de actividades complementarias es muy baja. (Turismo Interior)

□□ No existe una marca que identifique el turismo de interior. (Turismo Interior)

□□ La mayoría de los responsables no se implican al 100% ya que este es su segundo empleo. (Turismo Interior)

□□ Falta posicionamiento y desarrollar

Amenazas

□□ Competencia de destinos turísticos de bajo coste y mayor calidad (destinos europeos y países emergentes)

□□ Deterioro y retraimiento de la demanda nacional e internacional, debido a la actual situación de crisis de la economía mundial

□□ Deterioro del patrimonio histórico y mejorable gestión de su potencialidad

□□ Emigración del capital humano

□□ Pérdida de oferta turística provocada por la situación económica.

□□ Falta de planificación turística en la provincia.

□□ Inexistencia de un plan estratégico que abarque a todos los micro-destinos de la Comunidad Valenciana

□□ Insuficiente colaboración entre empresas de distintos subsectores que intervienen en el turismo y entre administraciones implicadas de los principales destinos turísticos

una oferta de valor más atractiva.
(Turismo Interior)

□□ Llegada de turistas de forma
masificada. (Turismo Litoral)

□□ Capacidad de carga de algunos
destinos deficiente. (Turismo Litoral)

□□ Estacionalidad de la demanda.
(Turismo Litoral)

□□ Mala planificación del desarrollo
territorial. (Turismo Litoral)

□□ Dependencia casi absoluta de uno o
dos mercados emisores. (Turismo
Litoral)

□□ Crisis actual que afecta también al
sector turístico. (Turismo Litoral)

□□ Se ha optado más por un turismo de
cantidad y menos de calidad. (Turismo
Litoral)

□□ Es previsible un incremento fuerte y
sostenido del paro en los próximos años
turístico y residencial.

□□ La escasez de agua restringe el
potencial de desarrollo agrícola e
industrial

□□ Las empresas españolas, turísticas e
inmobiliarias, destinan cada vez más su
inversión a países emergentes

□□ A medio y largo plazo el litoral
corre el riesgo de perder competitividad
ante el incremento de la oferta global y
las tendencias de la demanda

□□ Peligro de masificación. (Turismo
Interior)

□□ Alta dependencia del turismo
procedente de la misma Comunidad.
(Turismo Interior)

□□ Otras localidades dedican mayor
inversión a la promoción y difusión del
turismo rural. (Turismo Interior)

□□ Inexperiencia de este tipo de turismo
frente a otras Comunidades. (Turismo
Interior)

Fortalezas

□□ La provincia de Alicante posee más
de 300 días de sol al año

□□ Posicionamiento estratégico en el
Arco

Oportunidades

□□ Crecimiento de los flujos turísticos
internacionales hacia España.

□□ Reconversión interior.

□□ Dar a conocer otras zonas de la

Mediterráneo

- ☐ ☐ Destino turístico consolidado
- ☐ ☐ Buena accesibilidad
- ☐ ☐ Grandes infraestructuras
- ☐ ☐ Amplia oferta turística y complementaria
- ☐ ☐ La ubicación de los establecimientos cerca de espacios naturales. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Amplia oferta gastronómica y cultural. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Ambiente tranquilo y de relax. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Los espacios no están tan masificados como en otros lugares. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Se pueden realizar actividades relacionadas con la naturaleza. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Hospitalidad y trato muy personalizado en el servicio. (Turismo Interior)

provincia.

- ☐ ☐ Revalorización de las principales fiestas de la provincia de Alicante.
- ☐ ☐ Apertura a nuevos mercados y atracción de nuevos segmentos.
- ☐ ☐ Las nuevas tecnologías y comunicaciones como medios de promoción (Marketing Online, viral, autopromociones, etc.)
- ☐ ☐ Auge del turismo activo.
- ☐ ☐ Auge del turismo rural y la concepción medioambiental. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Abrir nuevas vías de promoción turística que permitan aprovechar los recursos patrimoniales, naturales y culturales como reclamo. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Diversificar la oferta turística más allá del sol y playa. (Turismo Interior)
- ☐ ☐ Buscar nichos de mercado como turismo de congresos/negocios y turismo idiomático. (Turismo Interior)

5. Fichas de Recursos (inventario)

A continuación es la presentación de los diferentes tipos de maravillas elegidos, explicando cada recurso en profundidad.

5.1. Cala de la Granadella (Recurso Natural)

INVENTARIO DE RECURSOS

1. NOMBRE DEL RECURSO: Cala de la Granadella

CATEGORÍA: 1. Sitios Naturales

TIPO: 1.L Costas

SUBTIPO: Cala

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: Situada en la zona más meridional de Xàbia. Se accede a ella a través de una carretera del mismo nombre, que se toma desde la Ctra. Cabo de la Nao, a unos 2 km aproximadamente antes de llegar a él. Desde la misma carretera de la Granadella se puede acceder al Mirador, y desde el parking de la cala empieza la ruta de senderismo del Castell de la Granadella.

DESCRIPCIÓN: Paisaje litoral de cala de origen calizo, rodeado por bosque mediterráneo. Originalmente, la playa estaba formada por piedras de cantos rodados, pero en la actualidad a sido rellenada de arena del fondo del mar, mientras que el fondo submarino de la cala mantiene sus piedras originales.

ORGANISMO RESPONSABLE: PÚBLICO x

PRIVADO

ACCESIBILIDAD AL RECURSO

Excelente

(relación espacio –

Buena x

tiempo)

Regular

Mala

Inaccesible

SEÑALIZACIÓN Hacia Adecuada
el recurso: Inexistente

Mala x

Del propio recurso

Adecuada Mala Inexistente

x

EQUIPAMIENTOS Y Oferta de alojamiento x x

SERVICIOS

Oferta de restauración Posible combinación con
Oferta complementaria rutas naturales y
Otros servicios y gastronomías. Mirador
equipamientos y parking, zona de
basuras.

APROVECHAMIENTO Está siendo aprovechado x

:

Susceptible de
aprovechamiento
Aprovechamiento
restringido
Aprovechamiento no
recomendable

GRADO DE Muy buena Buena x

CONSERVACIÓN: Regular Mala

5.2. Fuentes del río Algar (Recurso Natural) INVENTARIO DE RECURSOS

1. NOMBRE DEL RECURSO: Fuentes del Río Algar

CATEGORÍA: 1. Sitios Naturales TIPO: 1.j Manantiales

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: Comarca de la Marina Baixa, a 2km de Callosa d'Ensarrià provincia de Alicante. El acceso se realiza desde Callosa d'En Sarrià por la carretera CV-715 que va en dirección Bolulla y Tárben. A

1,5 km hay que tomar el desvío por la carretera CV-7531 que se dirige al paraje denominado El Algar.

DESCRIPCIÓN: Se denominan fuentes del Algar al conjunto de manantiales existentes a lo largo de la garganta del Algar. El circuito turístico no permite el acceso a las surgencias emplazadas a mayor cota, ya que resulta inaccesible debido a lo angosto del desfiladero. Por contra, sí es posible la visita de parte del barranco por donde discurre el agua

procedente de los manantiales, y donde el flujo es tranquilizado por una serie de represas que dejan pequeños vasos “tolls” y provocan saltos de agua, algunos ellos de gran belleza como la Cascada del “Toll de la Caldera.

ORGANISMO RESPONSABLE: PÚBLICO X

PRIVADO

ESPECIFICAR:

ACCESIBILIDAD AL RECURSO	Excelente
(relación espacio – tiempo)	Buena X Regular
	Mala
	Inaccesible

SEÑALIZACIÓN Hacia el recurso:	Adecuada	Mala	X
	Inexistente		

Del propio recurso

Adecuada	Mala	Inexistente	X
----------	------	-------------	---

EQUIPAMIENTOS	Y	Oferta de alojamiento	X X
SERVICIOS		(próxima)	Rutas, senderismo
		Oferta de restauración	Parking, merenderos
		Oferta complementaria	
		Otros servicios y equipamientos	

APROVECHAMIENTO	Está siendo aprovechado	X
-----------------	-------------------------	---

: Susceptible de
aprovechamiento
Aprovechamiento
restringido
Aprovechamiento no
recomendable

GRADO DE Muy buena Buena X
CONSERVACIÓN: Regular Mala

FRAGILIDAD: Muy elevada Elevada X
Regular
Baja

TIPO DE Permanente: Estacional: X
APROVECHAMIENTO
:

Periodo de máxima utilización: Periodo estival (junio-septiembre) Especificar:
La gran mayoría son turistas alojados en Benidorm que buscan durante un día
alejarse de la bulliciosa costa y refrescarse en el río, muchos de estos visitantes
de un día son extranjeros mayoritariamente ingleses y franceses.

MODO DE APROVECHAMIENTO Y UTILIZACIÓN:

Lugar de visita, donde se puede pasar el día bañándose en sus cristalinas aguas y
disfrutando del maravilloso entorno natural.

Por otra parte abastece la zona de recursos hídricos.

PRODUCTO TURÍSTICO:

Turismo de naturaleza, rutas naturales

VALORACIÓN DEL Atractivo de gran interés X
RECURSO: De interés turístico
Recurso complementario
Sin interés turístico

actual

3. RELACIONES DEL RECURSO

RECURSOS CON POSIBLE INTERACTIVIDAD: Benidorm, Altea, El interior de la provincia.

CARACTERÍSTICAS DESEABLES:

Baño en sus aguas, saltos, paisaje, entorno.

OBSERVACIONES:

Controlar el número de visitantes, para poder preservar el recurso y para que aumente la satisfacción de éstos, pues muchos se quejan de que hay mucha gente.

5.3. Cuevas de Canelobre (Recurso Natural) **INVENTARIO DE RECURSOS**

1. NOMBRE DEL RECURSO: Cuevas de Canelobre

CATEGORÍA: 1. Sitios Naturales TIPO: 1.m Cuevas

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: Se sale de Busot por la carretera de Xixona y a 3 kilómetros, en un cruce, se sigue hacia la derecha hasta alcanzar la entrada de la cueva. A Bussot se llega desde El Campello, por la CV-775 y CV-773.

DESCRIPCIÓN: Variadas formas de las cavidades destacan las grandes estalactitas que cuelgan del techo, a las que corresponden las estalagmitas cuyas formas recuerdan candelabros (Canelobre en valenciano) y que han dado el nombre a la cavidad.

ORGANISMO RESPONSABLE:

PÚBLICO X

PRIVADO ESPECIFICAR:

ACCESIBILIDAD AL Excelente

RECURSO		Buena	X	Regular	
(relación espacio – tiempo)		Mala		Inaccesible	
SEÑALIZACIÓN hacia el recurso:		Adecuada		Mala	X
Del propio recurso		Inexistente			
		Adecuada		Mala	Inexistente
				X	
EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS		Oferta de alojamiento (próxima)		X	Menos la sala visitable el resto de salas es usado para la espeleología.
		Oferta de restauración			Además de las
		Oferta complementaria			condiciones acústicas
		Otros servicios y equipamientos			favorecen la organización de espectáculos como la música
APROVECHAMIENTO :		Está siendo aprovechado		X	
		Susceptible de aprovechamiento			
		Aprovechamiento restringido			
		Aprovechamiento no recomendable			
GRADO DE CONSERVACIÓN:		Muy buena		Buena	X
		Regular		Mala	
FRAGILIDAD:		Muy elevada		Elevada	X
		Regular			

Baja

TIPO DE Permanente: Estacional: X
APROVECHAMIENTO

:

HORARIO DE INVIERNO

Del 16 de septiembre al 30 de junio

L-V 10:30 a 16:50

S-D-Festivos 10:30 - 17:50

HORARIO DE VERANO

Del 1 de julio al 15 de septiembre y Semana Santa

10:30 a 19:30

Cerrados los días de San Vicente (lunes posterior a Lunes de Pascua), 25 de diciembre y 1 de enero.

MODO DE APROVECHAMIENTO Y UTILIZACIÓN: Mediante visitas guiadas y cobro de las entradas.

PRODUCTO TURÍSTICO: De naturaleza.

VALORACIÓN DEL	Atractivo de gran interés	x
RECURSO:	De interés turístico	
	Recurso complementario	
	Sin interés turístico	
	actual	

3. RELACIONES DEL RECURSO

RECURSOS CON POSIBLE INTERACTIVIDAD:

No existe, lo único cercano sería alicante a 24 kms de ahí y Benidorm a 40 kms.

CARACTERÍSTICAS DESEABLES:

Si hubiera oferta algún complejo turístico o algún restaurante complementaria la oferta.

OBSERVACIONES:

Se podría inaugurar algún complejo turístico y también promocionar conciertos de música.

5.4. *Guadalest (Recurso Cultural)* **INVENTARIO DE RECURSOS**

1. NOMBRE DEL RECURSO: Castell de Guadalest

CATEGORÍA: 2. Manifestaciones TIPO: 2.C Lugares Históricos
Culturales

SUBTIPO: Complejo Histórico

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: Norte de la comarca de la Marina Baixa (Alicante)

DESCRIPCIÓN: El Castell de Guadalest es una pequeña población de 204 hab. El municipio está enclavado en el valle del mismo nombre y está bordeado por las máximas alturas de la provincia.

ORGANISMO RESPONSABLE: PÚBLICO x

PRIVADO

ESPECIFICAR: Ayuntamiento

ACCESIBILIDAD AL RECURSO	Excelente
(relación espacio –	Buena
tiempo)	Regular x

			Mala	
			Inaccesible	
SEÑALIZACIÓN	Hacia	Adecuada	Mala	x
el recurso:		Inexistente		
	Adecuada	Mala	Inexistente	x
EQUIPAMIENTOS	Y	Oferta de alojamiento	x	x
SERVICIOS		Oferta de restauración	x	Rutas, senderismo,
		Oferta complementaria		paisaje,
		Otros servicios y equipamientos		naturaleza
			x	Oficina de turismo, Parking.
APROVECHAMIENTO		Está siendo aprovechado	x	
:		Susceptible de aprovechamiento		
		Aprovechamiento restringido		
		Aprovechamiento no recomendable		
GRADO	DE	Muy buena	Buena	x
CONSERVACIÓN:		Regular	Mala	
FRAGILIDAD:		Muy elevada	Elevada	x
		Regular		
		Baja		
TIPO	DE	Permanente: Estacional:	x	
APROVECHAMIENTO				
:				

Periodo de máxima utilización: Los meses de verano.

Especificar: La mayor parte de visitantes son excursionistas, muchos de ellos extranjeros (ingleses, alemanes), alojados en Benidorm, también mucho excursionista residente, ya sea en la propia provincia o de otras.

MODO DE APROVECHAMIENTO Y UTILIZACIÓN:

Lugar de visita, que concentra un conjunto de recursos turísticos muy atractivos y un fuerte patrimonio cultural

PRODUCTO TURÍSTICO:

Turismo de naturaleza, de gastronomía, rutas naturales y restos arqueológicos.

VALORACIÓN	DEL	Atractivo de gran interés	x
RECURSO:		De interés turístico	
		Recurso complementario	
		Sin interés turístico	
		actual	

3. RELACIONES DEL RECURSO

RECURSOS CON POSIBLE INTERACTIVIDAD:

Fuentes del Algar, Benidorm, Altea, Calpe, Sierra de Aitana y Sierra Serrella.

CARACTERÍSTICAS DESEABLES:

Visitas de 2 castillos, paisajes al río Guadalest, rutas, conexión con otros recursos.

OBSERVACIONES:

Dado el reducido tamaño del lugar y su sensible entorno, debe controlarse la afluencia de turistas y excursionistas.

5.5. *Casco Antiguo de Altea (Recurso Cultural)* **INVENTARIO DE**

RECURSOS

1. NOMBRE DEL RECURSO: Casco Antiguo de Altea

CATEGORÍA: 2. Manifestaciones TIPO: 2.C Lugares Históricos

Culturales

SUBTIPO: Complejo Histórico

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: El Pueblo de Altea está situado en la comarca alicantina de la Marina Baixa y forma parte de la llamada Costa Blanca. La punta del Albir y el morro Toix cierran el entorno marítimo alteano. La extensión del municipio de Altea es de 32'63 Kms. cuadrados.

DESCRIPCIÓN: El núcleo urbano tiene tres partes diferenciadas: la zona costera, con su largo paseo donde se puede disfrutar de sus agradables terrazas, la zona comercial, alrededor del Ayuntamiento de Altea y por último, la zona del Casco Antiguo, donde lo ideal es perderse por su calles y disfrutar de sus miradores e impregnarse del ambiente del lugar.

ORGANISMO RESPONSABLE: PÚBLICO X

PRIVADO

ESPECIFICAR:

ACCESIBILIDAD AL Excelente

RECURSO Buena X

(relación espacio – Regular

tiempo) Mala

Inaccesible

SEÑALIZACIÓN Hacia Adecuada Mala X

el recurso: Inexistente

Del propio recurso

Adecuada Mala Inexistente

EQUIPAMIENTOS	Y	Oferta de alojamiento	X X
SERVICIOS		(próxima)	X
		Oferta de restauración	Números museos de arte
		Oferta complementaria	X miradores
		Otros servicios y equipamientos	

APROVECHAMIENTO	Está siendo aprovechado	X
:	Susceptible de aprovechamiento	
	Aprovechamiento restringido	
	Aprovechamiento no recomendable	

GRADO	DE	Muy buena Buena	X
CONSERVACIÓN:		Regular Mala	

FRAGILIDAD:	Muy elevada Elevada	X
	Regular	
	Baja	

TIPO	DE	Permanente: Estacional:	X
APROVECHAMIENTO			
:			

Periodo de máxima utilización: Periodo estival

Especificar: Mucha demanda extranjera (ingleses y holandeses) y nacional

MODO DE APROVECHAMIENTO Y UTILIZACIÓN:

Lugar de visita que concentra una serie de recursos muy atractivos.

PRODUCTO TURÍSTICO: Turismo cultural, gastronómico.

VALORACIÓN	DEL	Atractivo de gran interés	X
RECURSO:		De interés turístico	
		Recurso complementario	
		Sin interés turístico	
		actual	

3. RELACIONES DEL RECURSO

RECURSOS CON POSIBLE INTERACTIVIDAD: Calpe, Benidorm, sol y playa.

CARACTERÍSTICAS DESEABLES:

La plaza de la iglesia, los numerosos miradores, la arquitectura de las casas (típicas mediterráneas), vistas panorámicas de toda Altea y la gastronomía.

OBSERVACIONES:

No romper con el modelo de vivienda que allí existe (típica mediterránea).

5.6. Hogueras de Sant Joan. Alicante (*Recurso Folclore*) **INVENTARIO DE RECURSOS**

1. NOMBRE DEL RECURSO: Hogueras de Sant Joan (Alicante)

CATEGORÍA: 3. Folclore

TIPO: 3.a Creencias Populares

SUBTIPO: Tradiciones

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: Alicante capital.

DESCRIPCIÓN: Esta fiesta se remonta a los tiempos en que los labradores alicantinos celebraban el día más largo del año para la recolección de las cosechas y la noche más corta para la destrucción de los males.

Las Hogueras de San Juan son las fiestas oficiales de la ciudad de Alicante. Sus orígenes son remotos pero es en 1928 cuando las fiestas toman sus características actuales, siendo su impulsor José María Py.

Con el pregón, que tiene lugar el viernes anterior a la plantà, comienzan los festejos. Del 17 al 20 de junio se plantan las "hogueras" que son monumentos artísticos de madera, cartón, corcho y pintura que contienen una profunda carga satírica. Cuatro días más tarde se queman después de lanzarse una monumental palmera de fuegos artificiales desde el cerro del Benacantil, donde se encuentra el Castillo de Santa Bárbara. Cada Hoguera representa a una calle, zona o barrio de la ciudad.

Durante los días de fiesta hay una extensa programación de actos con desfiles, pasacalles, despertás, cabalgatas, Ofrenda de flores, corridas de toros, mascletás, actuaciones musicales, campeonatos deportivos, etc. La fiesta se vive en la calle, donde la gente puede comer y bailar en las "Barracas" y "Racós", y degustar la tradicional *coca en tonyina* (coca con atún) y las *bacoras* (brevas).

La fiesta cuenta con su reina, la *Bellea del Foc*, elegida entre las que el año anterior fueron "Bellezas" de cada uno de los 91 distritos fogueriles.

Las Hogueras se queman en Alicante la noche del 24 de junio, el día siguiente a la noche de San Juan, momento de la quema tradicional de hogueras en el resto de España.

ORGANISMO RESPONSABLE: PÚBLICO X

PRIVADO

ESPECIFICAR:

ACCESIBILIDAD AL RECURSO Excelente

(relación espacio – tiempo)	Buena X Regular
	Mala
	Inaccesible

SEÑALIZACIÓN Hacia el recurso:	Adecuada	Mala	X
	Inexistente		

Del propio recurso

Adecuada	Mala	Inexistente	X
----------	------	-------------	---

EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS	Oferta de alojamiento (proxima)	X	X
	Oferta de restauración		
	Oferta complementaria		
	Otros servicios y equipamientos		
		Museos, monumentos de la ciudad, descubrimiento de la zona	

APROVECHAMIENTO :	Está siendo aprovechado	X
	Susceptible de aprovechamiento	
	Aprovechamiento restringido	
	Aprovechamiento no recomendable	

GRADO DE CONSERVACIÓN:	Muy buena	Buena	X
	Regular	Mala	

FRAGILIDAD:	Muy elevada	Elevada	Regular
	Baja		

TIPO DE	Permanente:	Estacional:	X
---------	-------------	-------------	---

APROVECHAMIENTO

Periodo de máxima utilización: Junio

Especificar: La mayor parte de visitantes son de la provincia y de la misma ciudad, pero en los últimos años están acudiendo a la fiesta gente de toda España y de fuera.

MODO DE APROVECHAMIENTO Y UTILIZACIÓN:

Fiesta grande de la ciudad, que satisface numerosas necesidades relacionadas con el ocio y el folklore alicantino.

PRODUCTO TURÍSTICO: Turismo Gastronómico, ocio.

VALORACIÓN	DEL	Atractivo de gran interés	X
RECURSO:		De interés turístico	
		Recurso complementario	
		Sin interés turístico	
		actual	

3. RELACIONES DEL RECURSO

RECURSOS CON POSIBLE INTERACTIVIDAD: Gastronomía, tradición alicantina, desfiles, mascletas..

CARACTERÍSTICAS DESEABLES :

Visita de la ciudad, acercamiento a las costumbres alicantinas, y posibilidad de descubrir otras zonas.

OBSERVACIONES:

Una mayor promoción internacional.

5.7. *Moros y Cristianos de Alcoy (Recurso Folclore)* **INVENTARIO DE RECURSOS**

1. NOMBRE DEL RECURSO: Moros y Cristianos Alcoy

CATEGORÍA: 3. Folclore

TIPO: 3.a Creencias Populares

SUBTIPO: Representación Histórica

2. CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO

LOCALIZACIÓN: La localidad de Alcoy se encuentra a unos 54 km de Alicante y a 105km de Valencia. La ciudad esta situada en un valle rodeado por la Serra de Mariola, *Biscoi*, *L'Ombria*, la *Serreta*, el Carrascal de la Font Roja, la Carrasqueta y *Els Plans*. La ciudad está atravesada por los ríos Riquer, Benisaidó y Molinar, afluentes del Serpis.

DESCRIPCIÓN: La Fiesta de Moros y Cristianos tiene una estructura de tres días marcada y establecida, pero generalmente no se conoce cuál ha sido la evolución de una fiesta, que tuvo su origen en una conmemoración estrictamente religiosa.

La tradición marca la fecha del 23 de Abril de 1276 como el inicio del patronazgo de San Jorge para los alcoyanos, por su milagrosa intervención, según narraban nuestros antepasados, en la defensa de Alcoy del ataque musulmán de Al-Azraq.

Actualmente estas fiestas son un despliegue estético de fantasía musical y vestuario que tiene una base histórica los hechos citados anteriormente entre el enfrentamiento Cristiano-musulmán.

ORGANISMO RESPONSABLE: PÚBLICO X

PRIVADO

ESPECIFICAR:

ACCESIBILIDAD AL RECURSO	Excelente		
(relación espacio –	Buena X Regular		
tiempo)	Mala		
	Inaccesible		
SEÑALIZACIÓN Hacia	Adecuada	Mala	X
el recurso:	Inexistente		

Del propio recurso

Adecuada Mala Inexistente X

EQUIPAMIENTOS Y Oferta de alojamiento X X X
SERVICIOS (proxima) Rutas,senderism
Oferta de restauración o,deportes de aventura,
Oferta complementaria museos
Otros servicios y
equipamientos

APROVECHAMIENTO Está siendo aprovechado X
:
Susceptible de
aprovechamiento
Aprovechamiento
restringido
Aprovechamiento no
recomendable

GRADO DE Muy buena Buena X
CONSERVACIÓN: Regular Mala

FRAGILIDAD: Muy elevada Elevada X
Regular
Baja

TIPO DE Permanente: Estacional: X
APROVECHAMIENTO
:

Periodo de máxima utilización: Abril durante el 23, 24 y 25

Especificar: La mayor parte de los visitantes son de la provincia de

Alicante y de Valencia.

MODO DE APROVECHAMIENTO Y UTILIZACIÓN: Desfiles, orquestas, interpretaciones históricas.

PRODUCTO TURÍSTICO:

Turismo cultural, histórico ,folklore.

VALORACIÓN	DEL	Atractivo de gran interés	X
RECURSO:		De interés turístico	
		Recurso complementario	
		Sin interés turístico	
		actual	

3. RELACIONES DEL RECURSO

RECURSOS CON POSIBLE INTERACTIVIDAD:

La Font Roja, la sierra Mariola y toda la zona del Comptat.

CARACTERÍSTICAS DESEABLES:

Visita del centro histórico, de las antiguas fábricas, gastronomía local y conocimiento de toda la zona de los alrededores.

OBSERVACIONES:

Mejorar su promoción para atraer a turistas del resto de España y de fuera.

6. Estrategia

Con la elección del seguimiento de una estrategia de comunicación y comercialización basada en las nuevas tecnologías, se apuesta por una reinención sobre las políticas de promoción publicitaria aplicada al turismo, desarrollando talleres de sensibilización turística tanto públicos como privados, mejorando la información turística mediante una promoción integral, creando y desarrollando la marca paraguas **Las 7 Maravillas de Alifornia** y para esto hay que analizar, inventariar y clasificar todos los recursos turísticos de la provincia de Alicante.

7. Propuestas

7.1. Creación de la página web y perfiles en las redes sociales

La página web será la base de todas las interacciones que los usuarios/turistas realicen con la descarga de la aplicación, además será el motor de este proyecto.

En ella podremos encontrar una descripción más exhaustiva, la historia, su entorno, horarios de visita, fotos y videos, mapa de situación, otros recursos cercanos, servicios y oferta complementaria, opiniones, actividades cercanas, etc. de ***Las 7 Maravillas de Alifornia***. Además, se presentará un inventario de todos los recursos de la provincia de Alicante y un glosario de la oferta y servicios próximos a las Maravillas. Incluso un calendario con fechas claves de fiestas y otros. Igualmente, se ofertarán rutas personalizadas y se permitirá la visualización de las creadas por los usuarios/turistas enviadas a través de la aplicación.

Igualmente, se podrá encontrar un espacio dirigido a albergar votaciones de los usuarios/turistas, por ejemplo, mediante enlaces a *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, etc. Incluyendo galerías de fotos y videos que los usuarios/turistas publiquen y/o suban mediante la aplicación a la página. Así, el registro de usuarios para poder realizar la descarga de la aplicación, publicación de fotos y videos, votaciones, etc. será primordial, ya que así podremos realizar, entre otros, estudios estadísticos y encuestas a los visitantes de la página. Igualmente se considerarán espacios donde presentar concursos realizados, como el concurso de logos, o convocatorias.

Para finalizar, contaremos con espacios disponibles para la autofinanciación mediante publicidad en la página principal.

7.2. Concurso de Logos

A continuación se expone el concurso de Logos llevado a cabo, habiendo un objetivo específico del concurso, tema de los diseños, requisitos de los participantes, características de los diseños y el premio de este.

1. Objeto específico del concurso

Buscamos la imagen de marca para una campaña de promoción turística de la provincia de Alicante, tanto en el mercado interior como en el exterior, a través de las nuevas tecnologías, bajo el nombre de **Las 7 Maravillas de Alifornia**.

2. Tema de los diseños

Se admitirán todos los diseños relacionados con el turismo en la provincia de Alicante, su publicidad y las nuevas tecnologías, además tendrá que incluir la frase **Las 7 Maravillas de Alifornia**.

3. Requisitos de los participantes

Los participantes deberán ser autores de los diseños que se presenten y cumplir además los siguientes requisitos:

- a) Únicamente se podrá presentar un diseño por participante.
- b) Se deberá disponer de capacidad de obrar y no estar sujetas a ninguna condición legal para el ejercicio de derecho.
- c) Se deberá disponer de una matrícula abierta en la Universidad de Alicante para optar al premio principal.
- d) Se podrá presentar cualquier otra persona que no disponga de una matrícula abierta en dicha universidad, mencionada en el punto anterior, pudiendo optar únicamente a un premio secundario.

Quedan expresamente excluidos de la participación en este concurso el personal adscrito a la organización.

4. Premio

El premio principal del concurso será de 2 Créditos de Libre Configuración (CrLC) aportados por la Universidad de Alicante al creador del diseño resultante ganador.

Además, habrá un premio secundario que será una tarjeta regalo de la FNAC con un valor proporcional al coste del premio principal, si el ganador del concurso no dispone de una matrícula abierta en la Universidad de Alicante.

Se podrá otorgar un diploma acreditativo de su participación en el concurso al ganador y al resto de seleccionados por el Comité de Selección, hasta un máximo de 5.

El autor del diseño ganador cederá el derecho a la explotación de la obra y autorizará a la organización a publicar su diseño en cualquier soporte, incluida su difusión en el sitio web del concurso.

Si el Comité de Selección determinase dejar desierto el premio, los Créditos de Libre Configuración no serán emitidos por la universidad y la tarjeta regalo será devuelta a la FNAC.

5. Características de los diseños

Los diseños que se presenten deberán:

- a) Versar sobre el tema mencionado en el punto 2 de la presente convocatoria.
- b) Haber sido realizados por un autor que cumpla los requisitos incluidos en el punto 3 de la presente convocatoria.
- c) No haber sido publicados previamente ni haber sido premiadas con anterioridad.
- d) Los diseños se presentarán en formato pdf, jpeg, gif o cualquier otro formato de imagen compatible; asimismo, se podrá acompañar de una síntesis del mismo en cualquier formato compatible.
- e) Sólo se admitirá un diseño por autor, quedando los ejemplares presentados en poder de la organización.

6. Solicitud de participación, lugar y plazo de formalización

Los interesados deberán cumplimentar el formulario normalizado de solicitud de participación disponible en la web y remitir o presentar sus propuestas a través de los soportes disponibles en la web del concurso.

El plazo de presentación de los diseños finaliza el (día) de (mes) del (año).

La presentación de propuestas supone el conocimiento y aceptación de las bases de este concurso.

7. Evaluación de propuestas y fallo del concurso

Los diseños presentados que cumplan con los requisitos establecidos en estas bases serán evaluados por un Comité de Selección constituido al efecto. El Comité de Selección estará formado por:

- Cinco representantes de la empresa Jet-Lag Servicios y Promociones Turísticas, S.L.
- Un experto en publicidad e imagen turística.
- Director de arte junior de la empresa Jet-Lag Servicios y

Promociones Turísticas, S.L.

El Comité de Selección:

1. Estará presidido por uno de los cinco representantes de la empresa Jet-Lag Servicios y Promociones Turísticas, S.L., actuando como secretario otro de los representantes de la empresa. El Comité podrá contar con la presencia de expertos en el campo objeto del concurso, quienes participarán en las reuniones y deliberaciones con voz y sin voto.
2. Podrá reunirse cuantas veces considere conveniente hasta la declaración del fallo del concurso.
3. Seleccionará de entre los diseños presentados aquellos que considere más relevantes, tomando en consideración, entre otros aspectos, la creatividad, originalidad y nivel técnico, otorgando el premio del concurso al que logre la mayor puntuación.
4. Podrá seleccionar hasta un máximo de 5 propuestas.
5. Se reserva la posibilidad de declarar desierto el premio en caso de que los diseños presentados no reúnan los requisitos establecidos en las bases del concurso o el nivel de calidad esperado. Las decisiones del Comité serán recogidas en un Acta y tendrán carácter irrevocable e inapelable.

La comunicación del ganador del concurso se hará público durante el día de celebración del mismo, dándose a conocer a través de la web y las redes sociales al mismo tiempo.

8. Publicación del diseño

La Organización del concurso se reserva el derecho a desarrollar, aplicar, reproducir, difundir en cualquier medio o soporte, comunicar y publicar total o parcialmente el diseño ganador, en las condiciones y formato que estime oportuno, durante un plazo de diez años desde la concesión del premio.

Lo anterior se establece sin detrimento de que el autor pueda publicarlo en donde estime oportuno una vez haya tenido lugar la celebración del concurso y sin perjuicio de los derechos morales de propiedad intelectual que correspondan a su autor.

Asimismo, este autoriza que las imágenes relativas al concurso, sean difundidas a través del sitio web del concurso o en cualquier otro soporte o canal de difusión.

7.3. Aplicación móvil: Desarrollo

A día de hoy se calcula que más de 250.000 aplicaciones forman parte de la enorme base de datos de la AppStore de Apple. De estas, el 95% no PROPORCIONAN UTILIDAD CIERTA ~~sirven absolutamente para nada~~ y del 5% restante, únicamente 1.000 aplicaciones se reparten el 99% de las descargas. Así que es fácil darse cuenta de que alcanzar la popularidad en este campo no es una tarea sencilla. Lo que sí está claro es que el futuro de muchos programadores y diseñadores pasa por desarrollar aplicaciones para el **iPhone** de Apple.

A nivel mundial, las cifras son todavía más impresionantes, con más de 3.500 millones de euros en circulación y 10.000 millones de descargas; y que según la consultora IDC, serán 25.000 millones las descargas que se produzcan en 2011.

Todos estos datos mareantes son sólo mera información sobre el mercado potencial, que sería imposible de alcanzar si no tenemos una buena idea. Así que lo primero que deberemos hacer es preguntarnos lo siguiente:

¿La aplicación resuelve algún problema?

Sí, entre los objetivos se encuentran el poder disfrutar de los recursos turísticos de la provincia de Alicante a través de las nuevas tecnologías, para su posterior revalorización y dinamización de los espacios más saturados, poco valorados o todavía por conocer. Incluso facilitaremos la llegada de los usuarios/visitantes a todos los destinos/recursos evitando sobrecargas en estos por medio de la socialización con otros usuarios en tiempo real.

¿A quién va dirigido?

Principalmente a los más de 8 millones de visitantes anuales (nacionales e internacionales) que posee la provincia de Alicante, pero sobre todo a un segmento con un alto interés por las nuevas tecnologías y los viajes, que gracias a su carácter innovador y dinámico disfrute de un turismo alternativo y de calidad. La idea no quiere segmentar a los potenciales turistas/usuarios y despreciar a otros, si no ofrecer una alternativa al turismo tradicional, abriéndonos a otros mercados incipientes con una alta cultura tecnológica.

¿Qué podremos encontrar en la aplicación?

Basándonos en nuestra principal idea del proyecto, encontraremos principalmente ***Las 7 Maravillas de Alifornia***, con el añadido de poder contar con una lista de recomendaciones sobre establecimientos hoteleros, de restauración y de oferta complementaria próxima a ***Las 7 Maravillas***.

Todas las empresas que quieran participar con esta nueva forma de promoción turística deberán suscribir previamente un contrato de publicidad con la empresa.

Además, cada Maravilla dispondrá de un ficha única con la información más actualizada: situación en mapa y en coordenadas para utilizar en *GPS*, una breve descripción del recurso, horarios y precios (si son necesarios), la oferta de servicios turísticos próximos, rutas, fotos y videos, y lo más importante recomendaciones y opiniones en tiempo real de los usuarios que se encuentren en el recurso/destino.

¿Qué podremos hacer con esta aplicación?

Explotaremos todas las capacidades del dispositivo, sobre todo del **iPhone de Apple**:

1. Realidad Aumentada es una de las bases de la aplicación. Mediante la cámara del dispositivo, la imagen proyectada en la pantalla será totalmente interactiva, mostrando mediante símbolos el nombre de los recursos y servicios, entre otros, que podremos seleccionar y obtener toda la información necesaria.

2. Situación en Tiempo Real del dispositivo sobre un mapa virtual, donde se mostrarán los recursos que se encuentren más próximos, con la opción de poder seleccionarlos y obtener toda la información necesaria, además de la distancia a los núcleos de población próximos o que el usuario/turista seleccione previamente.

3. Centinela Maravilloso, es el nombre de la opción que podremos utilizar en segundo plano desde el dispositivo, mediante la cual el usuario minimizará la aplicación y esta, indicará mediante un mensaje de voz o sonido, previamente ajustado por el usuario, la proximidad de cada una de Las 7

Maravillas. Esto lo conseguiremos gracias al *GPS* integrado de la mayoría de los dispositivos móviles, si el dispositivo *GPS* no está instalado/configurado en el dispositivo móvil esta función no tendrá utilidad.

4. Modo Descubrimiento será una función que el usuario/turista podrá utilizar mediante la captura de fotos o grabación de video que serán publicadas en nuestra web para su

posterior visualización. Tras su paso por un , podrán ser consultadas desde la página web y la aplicación. Además esta será la función base para futuras nuevas votaciones por parte de los usuarios/turistas con el objetivo de elegir otras Maravillas.

5. Rutas Personalizadas será otra de las funciones que podrá utilizar el usuario/turista desde su dispositivo. Serán totalmente configurables según los gustos y/o necesidades que disponga en un momento determinado el usuario. Además, estas rutas podrán ser enviadas a la web y consultadas desde esta o desde la aplicación por otros usuarios/turistas. Además, podrán ajustar los recursos que el usuario tiene interés sin necesidad de realizar una ruta, por ejemplo: el turista quiere ver recursos culturales de antes del siglo XX y no quiere ver nada relacionado con la naturaleza, le aparecerán una lista de recursos próximos a su posición y no se mostrarán los recursos naturales.

6. Socialización será la clave para crear una base de datos de recursos turísticos que los usuarios/turistas consideran interesantes. Así se podrán publicar las opiniones, recomendaciones y consejos de los usuarios/turistas en tiempo real para otros que en ese momento se encuentren consultando las Maravillas. Además se podrán enviar y publicar mensajes, fotos, videos, etc. a través de la aplicación a sus propias cuentas de *Facebook* y *Twitter* utilizando la geolocalización.

¿Qué necesitaremos?

Ya esta definida la idea de la aplicación, vamos a necesitar algunos elementos importantes para empezar a desarrollarla.

Nos tendremos que unir al programa *Apple iOS Developer Centre*. Esta inscripción la realizaremos para poder empezar a escribir nuestras aplicaciones, compilarlas y probarlas en el simulador; pero todavía no podremos instalarlas en nuestro **iPhone**.

Tras la inscripción de nuestro desarrollador, que cuesta 99\$, obtendremos el derecho a ejecutar nuestras aplicaciones en nuestro propio **iPhone**.

Por defecto, un **iPhone** solo puede ejecutar aplicaciones firmadas por Apple, así que es necesario crear un perfil con el identificador de nuestro teléfono (accesible mediante *XCode*) introduciéndolo en otro formulario de la web de Apple. También necesitaremos un certificado con el que firmar nuestras aplicaciones y, por supuesto, tiene que hacerlo Apple. Seleccionaremos *Keychain Access* y en Asistente para Certificados generaremos uno nuevo que tendremos que introducir manualmente en otro formulario de la página. Así ya podremos experimentar con nuestra aplicación en el **iPhone**.

Evidentemente, necesitaremos disponer de un dispositivo de Apple como un **iPhone**, un **iPhone Touch** o un **iPad**. Además, también necesitaremos un ordenador **MAC** con el sistema operativo *Leopard* o *Snow Leopard*.

Tendremos que preparar un *Non-Disclosure Agreement*, un acuerdo de confidencialidad en castellano. Un contrato legal por parte de Apple y nuestra empresa, para compartir material confidencial, que tendremos que firmar.

Por último, tendremos que descargar e instalar la última versión del *iPhone SDK*. Un kit de desarrollo de software para el sistema operativo de Apple, con el objetivo de permitirnos desarrollar nuestras aplicaciones y que estas sean compatibles con cualquier dispositivo de Apple.

¿Cuál es la función?

Compartir una misma visión, así que tendremos que asumir las funciones unas veces de investigador, otras de director de proyecto, de diseñador, de contables e incluso de expertos en comunicación y marketing.

Lo que no podremos es asumir las funciones de desarrollador y programador de la aplicación, ya que nuestras competencias no se encuentra a ese nivel de precisión.

¿Qué habilidades son necesarias?

Tendremos que contar por lo menos con un programador con experiencia en *Objective, C* y *Cocoa*, que tenga experiencia en el desarrollo de una interfaz gráfica y además que posea la capacidad de diseñar la arquitectura de la aplicación y sus funcionalidades, y si es posible con experiencia en diseño para dispositivos móviles, todo ello con nuestra plena colaboración en cualquier materia.

Deberemos tener la capacidad para discernir qué es lo que funciona y lo que no en las aplicaciones de la Appstore, tendremos que realizar estudios de mercado y posteriormente promocionar la aplicación creada.

Dibujar, Diseñar, Programar

Tendremos que trabajar de forma conjunta con el programador, cuaderno de notas en mano, dibujando el rectángulo que representa la pantalla del **iPhone**. Incrementando así la creatividad, realizando un dibujo por cada una de las pantallas que formen parte de nuestra aplicación, experimentando con distintos esquemas de navegación, cambiando el texto que mostraremos en los botones y sobre todo trabajando en la usabilidad. Al

utilizar papel y lápiz estamos dejando que lo que sobre la mesa del ordenador nos parece imposible, en el papel tenga sentido. Además deberemos preguntarnos: ¿qué información necesitamos que se presente en la pantalla?, ¿cuánto tiempo (o acciones) tendrá que invertir el usuario para ir del punto A, al B, y al C? o ¿cuál debería ser el tamaño de los elementos que vamos a mostrar en pantalla?

Para empezar a diseñar, lo primero que tendremos que hacer es descargarnos el *iPhone GUI Photoshop template* o el *iPhone PSD Vector Kit*. Ambas utilidades contienen decenas de elementos gráficos que nos ayudarán en la ardua tarea de diseñar nuestra aplicación para **iPhone**. De esta forma ahorraremos mucho tiempo en el diseño de elementos comunes en muchas aplicaciones, pudiendo trabajar sobre el trabajo que otros han decidido ceder a la comunidad.

A la hora de programar, nuestro experto además de con su experiencia, podrá contar con la ayuda de la comunidad a través de los foros donde se reúnen la mayoría de los desarrolladores como *Apple Dev Forum*, *iPhoneSDK*, *iPhoneSDKForum*, *iPhoneDev Forums* o *iPhoneSB*.

Envío de la aplicación a la AppStore

Una vez tengamos creada la aplicación, tendremos que enviarla a Apple a través de un nuevo formulario web con diversa información (nombre, descripción, versión, etc.), además su icono y algunas capturas de pantalla, para recibir la aprobación o el rechazo de la misma. Para ello debemos contar con los siguientes elementos: una Certificación oficial, la definición del ID de tu *App*, crear nuestro perfil de distribuidor autorizado (que ya hemos realizado), compilar la aplicación y por último subirla a *iTunes Connect*.

Una vez enviada, la aplicación pasará a la cola de revisión, sin que sepamos en ningún momento lo que se está haciendo, el estado de la solicitud, o cuanto queda para que termine el proceso. Si la aplicación no es aceptada por el motivo que sea, no tendrás ayuda al respecto, solo podremos hacer los cambios necesarios y volver a enviarla. Si los problemas continúan, tendremos que esperar una semana para saberlo y otra para ver si la solución que le hemos dado resuelve satisfactoriamente el problema.

Aceptación y promoción

Si es aceptada, pasará a formar parte de las 250.000 aplicaciones que ya se encuentran en la base de datos de Apple, frente a más de 10 millones de clientes potenciales que la

podrán descargar, así que pasar desapercibido puede ser muy fácil. En este punto tendremos que realizar una promoción acorde a los resultados que pretendo esperar.

8. Presupuesto, Financiación, Impuestos y Ayudas

Concepto	Precio	Cantidad	Total
Capital Inicial	3.005,06 €	3.005,06 €	
Asesoría	151,18 €	12 meses	1.814,16 €
Director de Informática	1.124,52 €	15 pagas	
Director de Arte Junior	1.065,62 €	15 pagas	
Oficina			
Local	500,00 €	12 meses	6.000,00 €
Internet-Teléfono	25,88 €	12 meses	310,53 €
Escritorio	179,00 €	3 unidades	537,00 €
Mesa de trabajo	169,00 €	4 unidades	676,00 €
Silla de escritorio	59,90 €	3 unidades	179,90 €
Silla de visita	15,50 €	8 unidades	124,00 €
Estantería	89,90 €	2 unidades	179,80 €
Lámpara de escritorio	19,90 €	3 unidades	59,70 €
Armario	101,62 €	2 unidades	203,24 €
Sofá	349,00 €	1 unidad	349,00 €
Otros (material de oficina)	500,00 €	Año/aprox.	500,00 €
Productos Informáticos			
iMac	1.199,00 €	3 unidades	3.597,00 €
iPhone	499,00 €	5 unidades	2.495,00 €
Google Nexus One	399,00 €	5 unidades	1.995,00 €
Nokia N8	488,00 €	5 unidades	2.440,00 €
HP Pavilion DV6-3025SS	749,00 €	3 unidades	2.247,00 €
HP Officejet Pro 8500A Plus	349,00 €	1 unidad	349,00 €

SAI Connection N&C 860	62,44 €	5 unidades	312,20 €
Software			
Inscripción programa iPhone	75,00 €	1 unidad	75,00 €
Adobe After Effects CS4	761,39 €	1 unidad	761,39 €
Otros			
Página web	1.060,82 €	Año	1.060,82 €
Dominio .com	5,99 €	Año	5,99 €
Dominio .es	4,99 €	Año	4,99 €
Registro Marca-Logo	679,68 €	Año	679,68 €
TOTAL			62.813,56 €

Detalle del presupuesto

Gestión Empresa:

☐ ☐ Capital Inicial **3.005,06 €**

☐ ☐ RyM Asesores (Dolores) laboral y fiscal por **151,18 €/mes** IVA incluido

☐ ☐ Director de Informática. Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad.

Nivel 2. Salario base: **1.124,52 €/mes** x 15 pagas =

16.867,80 €

☐ ☐ Director de Arte Junior. Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad.

Nivel 4. Salario base: **1.065,62 €/mes** x 15 pagas =

15.984,30 €

Oficina:

☐ ☐ Oficina de 110 m² exterior situada en Avda. Poeta Carmelo Calvo, 5 en el inicio de Benito Pérez Galdós, a 20 metros de la tesorería de la seguridad social, a 5 minutos andando del centro de Alicante. Posee instalación para red informática, caja fuerte en el despacho y aire acondicionado, almacén, aseo y despacho independiente. Cartel y

banderola luminosos solo para cambiar vinilos. No necesita reforma. Ascensor, portero automático, alarma y puerta blindada = **500 €/mes IVA**, agua y luz incluido en idealista.com

☐☐ Instalación 12Mb Internet y teléfono gratis por **25,88 €/mes IVA** incluido en ono.es/empresas

☐☐ Mobiliario (ikea.com/es):

o Mesa Galant combinación de escritorio **179 € IVA** incluido (3 mesas)

o Galant combinación escritorio ala derecha **169 € IVA** incluido (4 mesas)

o Verner Silla Giratoria **59,90 € IVA** incluido (4 sillas)

o Snille Sillas para visitas **15,50 € IVA** incluido (8 sillas)

o Expedit estantería **89,90 € IVA** incluido (2 estanterías)

o Global lámpara de trabajo **19,90 € IVA** incluido (3 lámparas)

o Erik armario de archivo **101,62 € IVA** incluido (2 armarios)

o Karsltad sofá 3 plazas funda Blekinge blanco **349 € IVA** incluido
(1 sofá)

☐☐ Material de oficina (papelería, material, etc.) **500 €/año IVA** incluido

Productos Informáticos:

☐☐ iMac entre **1199 € y 1999 € IVA** incluido en store.apple.com/es

☐☐ iPhone entre **499 € y 699 € IVA** incluido en store.apple.com/es

☐☐ Teléfono Movil Google Nexus One **399 € IVA** incluido en Google.es/phone

☐☐ Móvil Nokia N8 libre con GPS en color gris oscuro **488 € IVA** incluido en fnac.es

☐☐ Ordenador portátil HP Pavilion DV6-3025SS de 15,6 pulgadas **749 € IVA**
incluido en fnac.es

☐☐ Impresora multifunción WiFi con fax HP Officejet Pro 8500A Plus - A910g **349 € IVA** incluido en fnac.es

☐☐ CONNECTION N&C SAI 850 (SAI) **62,44 € IVA** incluido en www.pixmania.com

Software:

☐☐Inscripción en el programa para desarrolladores para ejecutar nuestras aplicaciones en nuestro propio iPhone en developer.apple.com/programs/ios/ **75 € IVA incluido**

☐☐Adobe After Effects CS4 para MAC **761,39 € IVA incluido** en software-supreme.com

Otros:

☐☐HOSTING + DISEÑO WEB 2.0 + ADMINISTRACIÓN WEB + ESTADÍSTICAS GOOGLE + Comunicación y/o marketing a usuarios y/o clientes + Promoción en Facebook, Twitter y otras redes sociales **899 € IVA no incluido** en webpsilon.com

☐☐Registrar dominio (.com) **5,99 € IVA no incluido** en 1and1.es

☐☐Registrar dominio (.es) **4,99 € IVA no incluido** en 1and1.es

☐☐Registrar Marca-Logotipo **409 € IVA no incluido (clase 35) + 167 € IVA**

no incluido (expedición del título y vigilancia) a través de kapler.com

Financiación

La Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE), ha suscrito un acuerdo de colaboración con la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA), entidad adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con el fin de estimular la creación de empresas promovidas por jóvenes emprendedores, facilitando el acceso a la financiación.

Con esta iniciativa el Gobierno quiere contribuir a mejorar el acceso a la financiación de las PYME, especialmente en una coyuntura económica adversa como la actual en la que se ha producido una gran contracción del crédito.

Esta actuación de apoyo a las PYME se complementará a corto plazo con una serie de medidas de simplificación de las cargas administrativas tendentes a estimular la iniciativa emprendedora y la creación de este tipo de empresas, previstas en el Anteproyecto de Ley de Economía Sostenible.

Según el mencionado Anteproyecto, el plazo para crear una empresa se limitará a cinco días en el caso de que el capital social de la compañía sea de entre los 30.000 y 3.100 euros, y a un solo día cuando esté entre los 3.100 y los 3.000 euros.

Los costes máximos de constitución se limitan a 250 y 100 euros, respectivamente, y, además, tanto la constitución como los acuerdos de aumento de capital social que no

superen los 30.000 euros no estarán sujetos al Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

Objetivo:

Estimular la creación de empresas promovidas por jóvenes empresarios, facilitando el acceso a una financiación preferente con la única garantía de su proyecto empresarial.

Inversiones Financiables:

☐ ☐ Adquisición de activos fijos. Proyecto: Las 7 Maravillas de Alifornia

60 ☐ ☐ Activo circulante necesario para el desarrollo de la actividad.

Beneficiarios:

☐ ☐ Todas aquellas PYME que cumplan los siguientes requisitos:

o Ejercer su actividad y realizar la inversión objeto del préstamo, en el ámbito territorial español.

o La constitución de la sociedad como máximo en los dieciocho meses anteriores a la presentación de la solicitud.

o El plan de empresa deberá incluir aspectos innovadores, bien relacionados con el producto y/o servicio, su producción, comercialización, gestión, etc.

o Firma de los promotores como compromiso e implicación del empresario en su proyecto empresarial.

o Estar enmarcada en cualquier sector de actividad, excepto el inmobiliario y el financiero.

o La mayoría de su capital social sea titularidad, de forma directa o indirecta, de personas físicas no mayores de 40 años.

Instrumento Financiero:

☐ ☐ Préstamo.

Condiciones Financieras:

☐ ☐ Importe máximo del préstamo: 50.000€.

☐ ☐ Tipo de interés: Euribor+ 1,5%, en ningún caso el tipo de interés superará el 4%

☐ ☐ Comisión de apertura: 0,5%

- ☐ ☐ Gastos de estudio: 0%
- ☐ ☐ Coste de las garantías: no precisa aval.
- ☐ ☐ El promotor deberá aportar con recursos propios al menos un 15% del plan de inversión, pudiendo ser dinerarias o no, siempre y cuando éstas últimas no superen el 50% de la inversión.
- ☐ ☐ Periodo máximo de amortización: 5 años.
- ☐ ☐ Carencia: 6 meses para la amortización del capital, no de los intereses
- ☐ ☐ Ámbito temporal: 2010 - marzo 2011
- ☐ ☐ Sujeto a disponibilidad de fondos.

Importe de la línea:

- ☐ ☐ La línea estará dotada con 25 millones de euros.

Tramitación:

- ☐ ☐ A través de la web enviando el Formulario de Solicitud.
- ☐ ☐ A través de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios.

La Asociación de Jóvenes Empresarios de Alicante (Jovempa) se encargará de gestionar en la provincia los préstamos que concede la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA). Las ayudas económicas de hasta 50.000 euros facilitará el acceso a la financiación con dinero público sin la exigencia de avales.

CEAJE se ocupará de analizar y revisar toda la documentación recibida. Contactará con los solicitantes, y/o con el responsable técnico de AIJEC, con el fin de solucionar las incidencias que pudieran surgir. CEAJE dispondrá de un plazo máximo de 7 días, contado a partir del día de recepción del expediente, para remitirlo a ENISA.

ENISA será la encarga de tomar la decisión final sobre la concesión o no del préstamo en un plazo máximo de 7 días desde su recepción. La decisión adoptada por ENISA será notificada al interesado y a CEAJE. En caso favorable, esta notificación contendrá el importe concedido, plazo de amortización, y otras condiciones, así como la fecha y modo de formalización, que tendrá que realizar antes de 15 días desde el momento de la concesión.

Hay tres etapas más o menos diferenciadas, con respecto a la financiación, a la hora de emprender un nuevo proyecto de negocio:

1. Etapa inicial.
2. Start-up o Capital semilla.
3. Expansión.

La etapa inicial: suele ser la más difícil, porque el proyecto todavía no está completamente definido y cuesta más convencer sobre su rentabilidad. Hay que plantearse la posibilidad de conseguir un microcrédito. Se trata de cantidades que van desde los 3.000 a los 50.000€. Como la mayoría de las entidades bancarias se lo están poniendo crudo a los emprendedores, pidiendo avales y las garantías habituales, han surgido algunas iniciativas que permiten a los emprendedores superar esta fase:

La Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Alicante (Jovempa) ha firmado un acuerdo con la CAM (Caja del Mediterráneo), para difundir el programa de microcréditos de la entidad. El programa de Microcréditos CAM, está destinado a apoyar los proyectos de autoempleo de personas que tienen dificultades para acceder a la financiación ajena por los medios tradicionales. Su objetivo es financiar los proyectos laborales o empresariales que fomenten la auto-ocupación y la creación de microempresas.

Tienen preferencia para la obtención de estos microcréditos los siguientes grupos: Jóvenes, mayores de 45 años, hogares monoparentales, inmigrantes, mujeres, discapacitados y parados de larga duración. El importe financiable es de hasta un 95% de la inversión con un máximo de 25.000 euros. Los plazos son de hasta 7 años y el tipo de interés es fijo, de Euribor mas 2 puntos, y no tienen ningún tipo de comisión.

Para la concesión de estos créditos nos se exige ningún tipo de aval o garantía. JOVEMPA participará en el programa como entidad colaboradora canalizando las solicitudes de los posibles interesados, informando y asesorando sobre estos recursos a los posibles beneficiarios.

Por su parte, Fundesem Alumni ha firmado un convenio con Microbank (el banco social de “la Caixa”), para facilitar a los emprendedores socios de Fundesem Alumni el acceso a microcréditos sin las garantías ni avales requeridos por el sistema financiero tradicional.

La aceptación del crédito vendrá condicionada por un tribunal de Fundesem, que analizará la viabilidad del Plan de Empresa aportado por el emprendedor.

Un **Start-up o Capital semilla** viene marcado por un proyecto de negocio estructurado en el que es necesario invertir entre 50.000 y 500.000€ para garantizar su crecimiento como empresa.

En esta etapa hay otras fuentes de financiación disponibles:

- ☐ ☐ Redes de Business Angels.
- ☐ ☐ Préstamos participativos.
- ☐ ☐ Capital Riesgo.

Con el fin de saber cuando una empresa deja de ser una Start-up, Marek

Fodor nos deja una lista de síntomas muy interesantes:

- ☐ ☐ La empresa ya ha contratado una secretaria/recepcionista a jornada completa.
- ☐ ☐ La mayoría de personas en la empresa no trabaja más de 8,5 horas diarias.
- ☐ ☐ La fuente principal de inspiración ya son las ideas lanzadas por la competencia.
- ☐ ☐ Los fundadores ya tienen despachos separados del resto del equipo.
- ☐ ☐ La empresa tiene más de 2 años de vida.
- ☐ ☐ Los fundadores pueden no estar en la oficina durante varios días y la empresa sigue funcionando igual o mejor que con ellos presente.

Es muy importante reflexionar sobre el tipo de proyecto que pretendemos crear desde el principio, dimensionando cada una de las fases que queremos acometer y teniendo muy claras nuestras necesidades de financiación en cada una de ellas.

Naturalmente, cuando empezamos a andar nos encontramos que las cosas no son como las habíamos previsto y tendremos que ir haciendo correcciones al planteamiento inicial. Eso es una señal de que el proyecto está vivo y tiene mucho camino por recorrer.

Los diferentes impuestos que tenemos en cuenta son:

1. Impuesto de Sociedades: nacional

El impuesto de sociedades es un 35%.

Si la empresa tiene un beneficio inferior a los tres millones de euros, se pueden solicitar algunos incentivos:

1. Un 30% aplicable a los primeros 90.000 euros de capital sometido al impuesto.
2. Amortización acelerada de algunos activos.
3. Un 10% de deducción por inversiones en tecnología, internet, y mejoras I+D.

2. IVA: nacional

El propósito del IVA es que recaiga en el consumidor. Las empresas podrán compensar el IVA soportado con el repercutido.

3. Impuesto de Actividades Económicas (IAE): local

Desde el 2003 este impuesto afecta a empresas por encima del millón de euros de beneficio tasable. El IAE se paga en el municipio dónde esté establecida la empresa. Su cuota corresponde a varios factores como tamaño, dirección, número de empleados, sucursales, etc.

Las diferentes ayudas y subvenciones de la Comunidad son las siguientes:

Ayudas de la Generalitat Valenciana

Ayudas destinadas a la difusión de recursos turísticos de los municipios de interior de la Comunitat Valenciana para el ejercicio 2011.

http://www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos?id_proc=2699#p_6

Ayudas destinadas a la modernización y difusión de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

http://www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos?id_proc=2769&id_page=&id_site=368

Apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas (Innoempresa) Comunidad Valenciana 2011 <https://subvencionesempresas.com/feed/show/16>

Ayudas a la contratación indefinida inicial de: jóvenes, mujeres, mayores de 45 años y parados de larga duración (Programa de Fomento del Empleo Estable) para el ejercicio 2011 http://www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos?id_proc=3037&id_page=&id_site=368

Ayudas del Ministerio / Estado

Plan de renovación de instalaciones turísticas (Plan Renove Turismo) Proyecto: Las 7 Maravillas de Alifornia.

64 <http://www.mityc.es/es-es/ayudaspublicas/paginas/planrenoveturismo.aspx>

Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI) Sector Turístico
http://www.mityc.es/plan_idi/agrupacionesempresarialesturismo/paginas/index.aspx

Avanza Formación Turismo
http://www.mityc.es/plan_idi/avanzaformacionturismo/paginas/index.aspx

Ayudas a la Promoción Tecnológica Internacional
http://www.cdti.es/index.asp?mp=7&ms=132&mn=3&r=1366*768

9. Conclusión

Las nuevas tecnologías son el presente y tenemos que tenerlo claro, el público está necesitando de aire fresco, las promociones turísticas tradicionales ya no son efectivas y ahora es el usuario el propio promotor de los destinos y sus recursos. Existe un gran cambio de la promoción turística tal como la conocemos. Esta ola es el presente de un futuro más original, más creativo y más social.

Mediante este estudio Las 7 Maravillas de Alicante, mediante la marca paraguas Alifornia y mediante la simulación de la aplicación online, tenemos presente este cambio tecnológico. La aplicación de los servicios móviles, además de ofrecer una gran oportunidad de innovación en los diferentes puntos turísticos señalados, de las siete maravillas de Alicante, se trata de un elemento personal, directo y sencillo.

Además las nuevas tecnologías crean valor añadido al turista, quien recibe algo más de lo esperado, y por tanto un grado de satisfacción superior.

10. Anexos

Anexo 1

Recursos Utilizados

A. Recursos Naturales

1. Sierra de Aitana
2. Fuentes del Río Algar (Callosa d'En Sarrià)

3. Parque Natural del Marjal de Pego-Oliva
 4. Parque Natural El Montgó
 5. Cala de la Granadella (Jávea)
 6. Vall de Gallinera (Marina Alta)
 7. Parque Natural Sierra de Mariola
 8. Parque Natural de la Serra Gelada
 9. Parque Natural El Peñón d’Ifach (Calpe)
 10. La Isla de Benidorm
 11. Parque Natural de las Lagunas de La Mata-Torrevieja
 12. Isla de Tabarca
 13. Cuevas de Canelobre
 14. Parque Natural de las Salinas de Santa Pola
 15. Parque Natural de El Hondo (Elche)
 16. Barranc de l’Encantà (Planes)
 17. Parque Natural de La Font Roja
 18. El Palmeral de Elche
 19. Dunas del Carabassí (Elche)
- B. Atractivos artísticos/históricos/monumentos (Recursos Culturales)
1. Castillo de Villena
 2. Castillo y Centro Histórico de Biar
 3. Pinturas Rupestres de La Sarga (Alcoy) y el Pla de Petracos
(Castell de Castells)
 4. Centro Histórico de Altea
 5. Torre del Moro (Torrevieja)
 6. Rábita Califal de las Dunas de Guardamar
 7. Catedral de Orihuela

8. Guadalest

9. Castillo de Santa Bárbara (Alicante) Proyecto: Las 7 Maravillas de Alicante

10. Yacimiento Arqueológico de La Alcudia (Elche)

11. El Palmeral de Elche

12. Santuario de la Mare de Déu d'Agres

13. Palacio de Altamira (Elche)

14. Castillo de Sax

15. Cueva de San Pascual (Orito-Monforte del Cid)

Anexo 3

o En la presentación realizada en la clase del Prácticum de

Agencias de Viajes:

☐☐ Recursos Naturales: las Fuentes del Río Algar 10 puntos; la Cala de la Granadella 6 puntos; el Peñón d'Ifach 4 puntos; las Cuevas de Canelobre y la Isla de Benidorm 3 puntos; El Hondo 2 puntos; el Marjal de Pego, el Montgó, la Vall de Gallinera, las Lagunas de La Mata-Torrevieja, la Isla de Tabarca, la Font Roja, el Palmeral y el Carabassí 1 punto; Aitana, Mariola, Serra Gelada, las Salinas de Santa Pola y el Barranc de l'Encantà sin ningún punto.

☐☐ Recursos Culturales: Guadalest 8 puntos; el Centro Histórico de Altea y el Castillo de Santa Bárbara 4 puntos; el Castillo de Sax 3 puntos; el Castillo de Villena, el Casco Histórico y Castillo de Biar, la Catedral de Orihuela, el Yacimiento Arqueológico de l'Alcudia, el Palacio de Altamira y la Cueva de Orito 2 puntos; las Pinturas Rupestres de Pla de Petracos y La Sarga, el Santuario de Agres y la Casa Modernista de Novelda 1 punto; la Torre del Moro y la Rábita Califal de Guardamar sin ningún punto.

☐☐ Recursos Folclóricos: las Hogueras de San Juan 10 puntos; la Nit de l'Albá 7 puntos; el Misteri d'Elx y los Moros y Cristianos de Alcoy 5 puntos; la Fira de Tots Sants y el Domingo de Ramos de Elche 2 puntos; la Semana Santa de Orihuela, los Bous a la Mar y los Reyes Magos de Alcoy 1 punto.

o En la presentación realizada en la clase del Prácticum de Hoteles y Restaurantes:

□□Recursos Naturales: la Cala de la Granadella 19 puntos; la Isla de Tabarca y el Palmeral 12 puntos; las Fuentes del Río Algar y las Cuevas de Canelobre 9 puntos; la Font Roja 8 puntos; el Carabassí 4 puntos; Aitana, Serra Gelada y el Peñón d’Ifach 3 puntos; el Marjal de Pego y Mariola 2 puntos; el Montgó, la Isla de Benidorm, las Lagunas de La Mata-Torre Vieja y el Barranc de l’Encantà 1 punto; la Vall de Gallinera, las Salinas de Santa Pola y el Hondo sin ningún punto.

□□Recursos Culturales: Guadalest 18 puntos; el Centro

Histórico de Altea 16 puntos; el Castillo de Santa Bárbara

13 puntos; el Castillo de Sax 7 puntos; el Castillo de Villena

6 puntos; la Casa Modernista de Novelda 5 puntos; el Yacimiento Arqueológico de l’Alcudia 4 puntos; el Santuario de Agres y el Palacio de Altamira 3 puntos; el Casco Histórico y Castillo de Biar, la Catedral de Orihuela y la Cueva de Orito 1 punto; las Pinturas Rupestres de Pla de Petracos y La Sarga, la Torre del Moro y la Rábita Califal de Guardamar sin ningún voto.

□□Recursos Folclóricos: las Hogueras de San Juan 22 puntos; los Moros y Cristianos de Alcoy 21 puntos; el Misteri d’Elx 13 puntos; la Nit de l’Albà 10 puntos; la Fira de Tots Sants 4 puntos; el Domingo de Ramos de Elche 3 puntos; la Semana Santa de Orihuela y los Bous a la Mar 2 puntos; los Reyes Magos de Alcoy 1 punto.

o En la presentación realizada en la clase del Prácticum de

Planificación y administración turística:

□□Recursos Naturales: la Cala de la Granadella 16 puntos; las Cuevas de Canelobre 12 puntos; las Fuentes del Río Algar y el Palmeral de Elche 10 puntos; la Isla de Tabarca 8 puntos; El Hondo, el Barranc de l’Encantà y la Font Roja

3 puntos; el Montgó, Mariola, el Peñón d’Ifach, las Lagunas de La Mata-Torre Vieja y el Carabassí 1 punto; Aitana, la Marjal de Pego, la Vall de Gallinera, Serra Gelada, la Isla de Benidorm y las Salinas de Santa Pola sin ningún punto.

□□Recursos Culturales: Guadalest 17 puntos; el Centro Histórico de Altea 9 puntos; el Castillo de Santa Bárbara 8 puntos; el Yacimiento Arqueológico de l’Alcudia 6 puntos; el Palacio de Altamira y el Castillo de Sax 5 puntos; el Casco Histórico y Castillo de Biar, las Pinturas Rupestres de Pla de Petracos y La Sarga, y la Catedral de Orihuela 4

puntos; el Castillo de Villena y la Casa Modernista de Novelda 3 puntos; la Torre del Moro, la Rábida Califal de Guardamar, el Santuario de Agres y la Cueva de Orito sin ningún punto.

□ □ Recursos Folclóricos: las Hogueras de San Juan 22 puntos; los Moros y Cristianos de Alcoy 16 puntos; el Misteri d'Elx 11 puntos; la Nit de l'Albà 7 puntos; los Bous a la Mar, la Fira de Tots Sants y el Domingo de Ramos de Elche 3 puntos; la Semana Santa de Orihuela y los Reyes Magos de Alcoy 2 puntos.

Los recursos que los alumnos participantes nos aportaron fueron: el Parque de la Ereta (Alicante), la Sierra de Callosa, la Coveta Fumà (El Campello), el Desembarco de Villajoyosa, los Carnavales de Pego, Els Enfarinats de Ibi, los Moros y Cristianos de Villena, la Romería a Santa Faz (Alicante) y la Romería de la Virgen de las Nieves (Aspe-Hondón de las Nieves).

Anexo 4

Creación de una empresa: Sociedad Limitada

1. Número de socios: Mínimo 2, pueden ser Sociedades
2. Capital inicial mínimo: 3.005,06 €; desembolso íntegro en la constitución;
admite bienes
3. Responsabilidad: Limitada a la aportación
4. Seguridad Social: En general, Autónomos
5. Tributos: Impuesto Sociedades, IVA
6. Administración: Administradores o Consejo de Administración
7. Certificación Negativa de Denominación:
 - a. Solicitud y obtención de un nombre (comprobar que el nombre no está registrado a través de una solicitud de nota simple informativa)
 - b. Donde: Registro mercantil
 - c. Documentación: Nota simple, certificación negativa
 - d. Plazo: La reserva de denominación tiene una vigencia de 15 meses, pero transcurrido el plazo de 2 meses habrá que solicitar la renovación de la certificación
8. Redacción de Estatutos y Escritura de Constitución:

- a. Regula el funcionamiento de la Sociedad
- b. Donde: Notario elegido por los socios. Cabe acudir previamente a un abogado que redacte los estatutos de la Sociedad
- c. Documentación: Certificación negativa de la denominación; estatutos; certificado bancario de ingreso (en el caso de aportaciones dinerarias)

9. Depósito Bancario:

- a. Desembolso del capital social exigido. No es necesario en el caso de aportaciones no dinerarias
- b. Dónde: Entidad bancaria elegida por los promotores
- c. Plazo: La certificación bancaria del depósito caduca a los 2 mese

10. Obtención del Número de Identificación Fiscal (CIF) provisional:

- a. Donde: Administración o Delegación de la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la Sociedad, o Ventanilla Única Empresarial

b. Documentación:

- i. Modelo 036 firmado por todos los socios;
- ii. original y 2 fotocopias del contrato o escritura de constitución;
- iii. original y fotocopia del DNI de todos los socios, o administrador

- c. Plazo: Antes del inicio de la actividad

11. Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales (ITP) y Actos

Jurídicos Documentados (ADJ):

- a. Donde: Dirección General de Tributos b. Documentación:

- i. Modelo 600 Liquidación del Impuesto (1% del capital aportado)
- ii. contrato privado entre las partes o copia simple
- iii. primera copia de la escritura de constitución
- iv. original y fotocopia del DNI de cada uno de los socios
- v. original y fotocopia del CIF provisional

- c. Plazo: 30 días hábiles desde la fecha del contrato privado entre las partes o desde la fecha de escritura

12. Inscripción en el Registro Mercantil:

a. Adquisición de personalidad jurídica b. Dónde: Registro Mercantil

c. Documentación:

i. Primera copia de la escritura de constitución ii. Modelo 600 autoliquidado

iii. CIF provisional

d. Plazo: 2 meses desde el otorgamiento de la escritura pública de constitución

13. Declaración Censal de Inicio de Actividad: Proyecto: Las 7 Maravillas de Alicante

a. Donde: Administración o Delegación de la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la Sociedad, o Ventanilla Única Empresarial

b. Documentación:

i. Modelo 036 (uno por cada uno de los socios, o por el administrador)

ii. original y 2 copias del contrato privado entre las partes o de la escritura de constitución

iii. original y fotocopia del DNI de cada uno de los socios, o del administrador

iv. original y fotocopia del CIF provisional v. Modelo 600 autoliquidado

c. Plazo: Antes del inicio de la actividad

14. Obtención del CIF definitivo:

a. Dónde: Administración o Delegación de la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la Sociedad, o Ventanilla Única Empresarial

b. Documentación:

i. Modelo 036

ii. Fotocopia del DNI de los firmantes del Modelo 036

iii. Original y 2 copias del contrato privado entre las partes u original y fotocopia de la primera copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil

iv. CIF provisional

15. Inscripción en el Registro de la Propiedad Inmobiliaria:

a. Se trata de la inscripción o anotación de los actos y contratos relativos al dominio y demás derechos reales sobre bienes inmuebles, es decir, a título enunciativo, la adquisición y transmisión de dichos bienes y la constitución y cancelación de hipotecas sobre los mismos

b. Donde: Registro de la Propiedad Inmobiliaria

16. Obtención de Licencias de Obras y de Apertura:

a. Las primeras son necesarias para la realización de cualquier tipo de obras en locales, naves, edificios, etc. dentro de un municipio.

b. Las segundas certifican que la solicitud del administrado es conforme con las normas de uso previstas en los planes de urbanismo

c. Donde: Ayuntamiento del lugar donde se instale el negocio

17. Comunicación de Apertura de Centro de Trabajo:

a. Donde: Dirección General de Trabajo o en la Ventanilla Única Empresarial

b. Documentación: Modelo oficial correspondiente

c. Plazo: Dentro de los 30 días siguientes al inicio de la actividad y/o a la apertura del centro de trabajo

18. Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) de la Seguridad Social:

a. Donde: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social; en la Administración de la Seguridad Social correspondiente al domicilio social de la empresa; o en la Ventanilla Única Empresarial

b. b. Documentación: Proyecto: Las 7 Maravillas de Alicante

i. Modelo TA521

ii. Tarjeta de la Seguridad Social, original y fotocopia de la

Declaración Censal de Inicio de Actividad iii. Original y fotocopia del DNI del solicitante

iv. Original y fotocopia de la escritura de constitución

c. Plazo: En los 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad

19. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social:

a. Si la empresa va a realizar contrataciones laborales debe estar previamente inscrita en la Seguridad Social

b. Donde: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social; en la Administración de la Seguridad Social correspondiente al domicilio social de la empresa; o en la Ventanilla Única Empresarial

c. Documentación: Modelo TA6

d. Plazo: Antes de realizar contrataciones laborales

20. Alta de los trabajadores en el Régimen General de la Seguridad Social:

a. Dónde: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social; en la Administración de la Seguridad Social correspondiente al domicilio social de la empresa; o en la Ventanilla Única Empresarial

b. Documentación:

i. Modelos oficiales de afiliación y alta (TA1 y/o TA2)

ii. Fotocopia del DNI del trabajador (afiliación)

iii. Fotocopia del DNI y del documento de afiliación del trabajador

(alta)

c. Plazo: Con anterioridad al inicio de la prestación de servicios del trabajador

21. Adquisición y legalización del Libro de Visitas:

a. Este Libro, de carácter obligatorio, sirve para anotar las diligencias que practique la Inspección de Trabajo tras el resultado de las visitas realizadas a la empresa

b. Donde: Se adquiere en librerías especializadas y se sella en la Dirección Territorial (Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social)

22. Obtención de Hojas de Reclamaciones:

a. Donde: Ayuntamiento donde radique la actividad, salvo en el caso de sectores con normativa propia, o en la Dirección General de Consumo

b. Documentación: Impreso 036 de Inicio de Actividad

Anexo 5

Registro de la Marca y Nombre Comercial

Se entiende por marca todo signo o medio que distinga o sirva para distinguir en el mercado productos o servicios de una persona, de productos o servicios idénticos o similares de otra persona y se entiende por nombre comercial el signo o denominación que sirva para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad de las actividades idénticas o similares.

69

Se trata entonces de una denominación con o sin logotipo que va a utilizar comercialmente en España o el extranjero para distinguir unos productos o servicios, unas actividades o un establecimiento.

Los pasos a seguir para obtener el registro consisten:

1. Investigar para ver si la denominación está ya registrada en España.

KAPLER dispone de una muy amplia base de datos (+/- el 98% de los registros que hay en España, incluyendo todas las marcas Comunitarias e Internacionales) que nos permite realizar investigaciones inmediatas y sin coste para valorar la viabilidad de un registro.

2. En caso de que no lo esté y no exista algún registro anterior muy similar se procederá a solicitar el registro como:

☐ ☐ Marca, para lo que se deben encuadrar los productos o servicios en una o varias de las 45 clases del Nomenclátor Internacional en las que se encuentran clasificados todos los productos o servicios del mercado.

☐ ☐ Nombre Comercial para las actividades de la empresa encuadrándolas también en la clasificación internacional.

KAPLER se encarga de valorar la viabilidad del registro, de realizar la solicitud, del seguimiento de cada expediente hasta su concesión y posteriormente para mantenerlo en vigor.

Son necesarios unos datos identificativos del titular y documentos para presentar una solicitud ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

3. Se solicita el registro y se lleva a cabo un seguimiento durante toda la tramitación y el proceso de concesión en España y posteriormente para mantenerlos en vigor.

Una vez realizadas las correspondientes investigaciones y confirmada la viabilidad del registro se puede comenzar a utilizar la marca sin tener que esperar a que sea concedida que se produce a los 8/10 meses desde la solicitud.

Tanto para las marcas como para los nombres comerciales el registro se concede por diez años desde la fecha de solicitud, renovables indefinidamente, consiguiéndose para las actividades o productos que se reivindiquen la exclusividad de utilización a nivel nacional.

Logotipos o gráficos

Los logotipos o gráficos se protegen registrándolos como marcas para los productos o servicios que se van a distinguir. Existen cuatro tipos de marcas entre las que se encuentran las marcas mixtas que constan de una denominación incluida o junto con un logotipo (Kodak, CocaCola,etc.) y las marcas gráficas que consisten en un símbolo (la estrella de Mercedes). El procedimiento de registro y la protección que se consigue es igual que para las denominaciones.

Datos y documentos necesarios para el registro

Marcas y Logotipos

- ☐ ☐ Nombre, Dirección y NIF del solicitante o solicitantes
- ☐ ☐ Reproducción de la marca si incluye gráfico
- ☐ ☐ Lista de Productos o Servicios.
- ☐ ☐ Autorización poder

Nombres Comerciales

- ☐ ☐ Nombre, Dirección y NIF del solicitante o solicitantes
- ☐ ☐ Reproducción del signo si incluye gráfico
- ☐ ☐ Lista de Productos o Servicios.
- ☐ ☐ Autorización poder

Derechos y obligaciones

Derechos

☐☐ El primer derecho que se adquiere es el derecho a utilizar la marca o el nombre comercial

☐☐ Derecho a impedir que terceros utilicen en todo el territorio nacional, sin su consentimiento, una marca, nombre comercial o logotipo igual o similar para los productos o los servicios para los que se tiene registrada la marca.

☐☐ Posibilidad de impedir que se concedan marcas o nombres comerciales iguales o similares.

Obligaciones

☐☐ Necesidad de renovar cada 10 años la marca o el nombre comercial.

☐☐ Usar la marca/Nombre comercial.

¿Cuanto cuesta el registro?

Las búsquedas iniciales de identidades y parecidos para del registro no tienen coste.

valorar la viabilidad

Cuando ya se va a solicitar la marca hay que tener en cuenta las clases en las que se va a registrar dependiendo de los productos o servicios que se quieren proteger y el coste del registro tiene un precio por la primera clase y otro inferior por las siguientes.

Una vez solicitado el registro al mes se publica en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial y se abre un plazo de 2 meses para que quién se sienta perjudicado pueda presentar oposición y a los 4/5 meses se examina la solicitud.

Si no ha habido oposición la marca o nombre comercial se concede y se expide un título. KAPLER le propone al titular seguir con la vigilancia del expediente con un coste por diez años reducido.

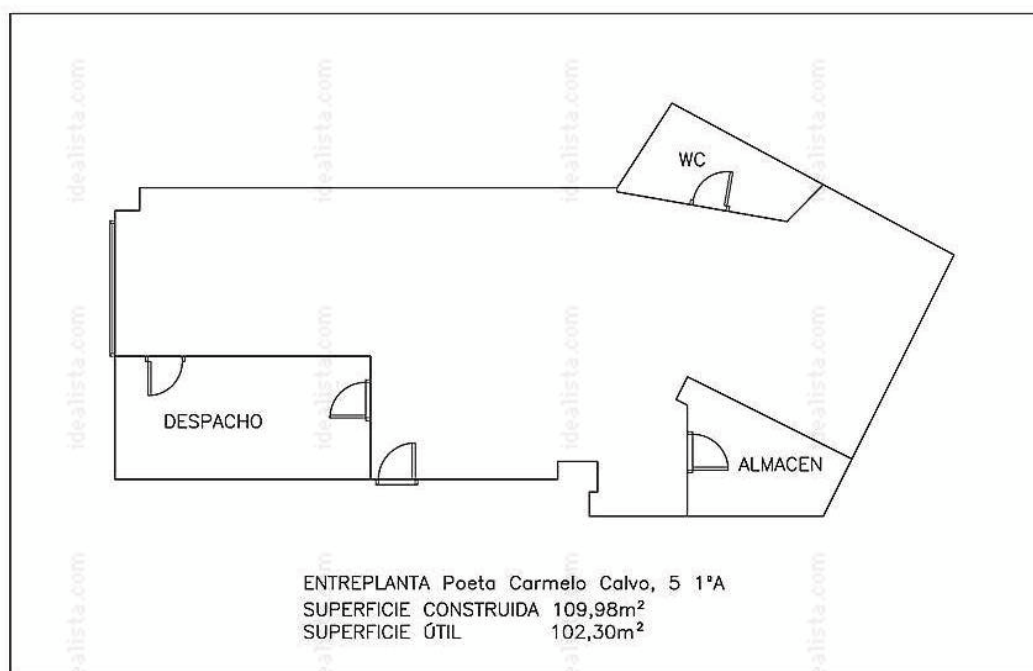
71 Si ha habido alguna oposición el expediente se suspende y es necesario contestar a las alegaciones que haya hecho el que se ha opuesto con lo que al precio global hay que añadir el de la contestación al suspenso.

Protección Internacional

La protección internacional solamente es posible para las marcas, pudiéndose llevar a cabo como Marca Internacional, Marca Comunitaria en la Unión Europea o como Marca nacional en el país que se desee.

Anexo 5

Oficina en Alicante





Anexo 7

Contrato de Publicidad

Reunidos

De una parte Don ..., representante de la empresa ..., constituida en escritura pública otorgada ante Don ..., Notario de ..., e inscrita en el Registro Mercantil con fecha de ... de ... de ..., libro ..., tomo ..., folio ..., con CIF núm. ..., y con domicilio social en ..., calle

..., con poderes de representación conforme a escritura pública autorizada por Don ..., Notario de ... con fecha de ... de ... de ...;

De otra parte Don ..., representante de la empresa ..., constituida en escritura pública otorgada ante Don ..., Notario de ..., e inscrita en el Registro Mercantil con fecha de ... de ... de ..., libro ..., tomo ..., folio ..., con CIF núm. ..., y con domicilio social en ..., calle

..., con poderes de representación conforme a escritura pública autorizada por Don ..., Notario de ... con fecha de ... de ... de

Ambas partes acuerdan celebrar el presente CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO, de acuerdo con las siguientes,

Estipulaciones

- I. La empresa ... se obliga a favor de la empresa ... colaborar en la publicidad de la empresa ..., conforme a las siguientes instrucciones (detallar características de la publicidad, medios de difusión de la misma, ámbito territorial de difusión)
- II. La empresa ... se obliga a abonar a la empresa ..., para el desarrollo de la actividad de ... por ésta, como contraprestación a la prestación referida, la suma de ... euros, en la fecha de terminación de la prestación.
- III. La duración de la campaña publicitaria será de ... meses, quedando automáticamente renovado por periodos iguales, salvo que medie preaviso de ... días de antelación por cualquiera de las partes solicitando su extinción.

IV. En todo lo no previsto en el presente contrato habrá que estar a lo dispuesto en el Código de Comercio, en las Leyes especiales y en las reglas generales del Derecho común.

V. Para resolver cualquier cuestión derivada del presente contrato las partes se someten expresamente a los Tribunales de ..., con renuncia del fuero propio.

Dando fe, firman el presente contrato Don ... y Don ..., en ... a ... de

NOTA:

Los contratos mercantiles pueden ser intervenidos por Agente Mediador Colegiado conforme al art.93 del Código de Comercio, el cual establece que “ Los Agentes Colegiados tendrán el carácter de Notarios en cuanto se refiera a la contratación de efectos públicos, valores industriales y mercantiles, mercaderías y demás actos de comercio comprendidos en su oficio, en la plaza respectiva.

Llevarán un libro-registro con arreglo a lo que determina el artículo 27, asentando en él por su orden, separada y diariamente, todas las operaciones en que hubiesen intervenido, pudiendo, además, llevar otros libros con las mismas solemnidades.

Los libros y pólizas de los Agentes colegiados harán fe en juicio”.

11. Bibliografía

Páginas web

- ☐ ☐ http://es.wikipedia.org/wiki/Siete_maravillas_del_mundo
- ☐ ☐ http://es.wikipedia.org/wiki/Las_Nuevas_siete_maravillas_del_mundo
- ☐ ☐ http://es.wikipedia.org/wiki/12_Tesoros_de_Espa%C3%B1a
- ☐ ☐ <http://www.las7maravillasdehuelva.es/index1.php?carga=inicio>
- ☐ ☐ <http://www.ibocc.org/news.php?ref=5>
- ☐ ☐ http://www.cordobaturismo.es/agenda/evento.php?id=6345&id_categoria=&municipio=000
- ☐ ☐ http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Alicante
- ☐ ☐ <http://es.wikipedia.org/wiki/Georreferenciaci%C3%B3n>
- ☐ ☐ <http://es-es.facebook.com/>
- ☐ ☐ <http://twitter.com/>
- ☐ ☐ <http://www.invattur.org/>
- ☐ ☐ <http://www.iphonegurues.com/desarrollo-aplicaciones-para-iphone/>
- ☐ ☐ <http://muypymes.com/tecnologia/area-practica/5855-como-crear-tu-aplicacion-para-el-iphone.html> primera-
- ☐ ☐ <http://www.smashingmagazine.com/2009/08/11/how-to-create-your-first-iphone-application/> iphone-
- ☐ ☐ <http://seoblog.es/crear-aplicaciones-android-con-app-inventor/>
- ☐ ☐ <http://www.idealista.com>
- ☐ ☐ <http://www.ono.es/empresas/>
- ☐ ☐ <http://www.ikea.com/es/es/>
- ☐ ☐ <http://alta.1and1.es/xml/order/Home;jsessionid=0965CE5D496910D37C159D74434B5DA5.TCpf154a>
- ☐ ☐ <http://www.webpsilon.com/>
- ☐ ☐ http://www.kapler.com/home_e.htm

- ☐ ☐ <http://store.apple.com/es>
- ☐ ☐ <http://developer.apple.com/programs/ios/>
- ☐ ☐ http://www.google.com/phone/#manufacturer=all&category=all&carrier=all&country=es&reset_filters=1
- ☐ ☐ <http://www.fnac.es/>
- ☐ ☐ <http://software-supreme.com/>
- ☐ ☐ <http://www.pixmania.com/>

Ayudas y subvenciones

- ☐ ☐ http://www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos?id_proc=2699#p_6
- ☐ ☐ http://www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos?id_proc=2769&id_page=&id_site=368
- ☐ ☐ <https://subvencionesempresas.com/feed/show/16>
- ☐ ☐ http://www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos?id_proc=3037&id_page=&id_site=368
- ☐ ☐ <http://www.mityc.es/es-es/ayudaspublicas/paginas/planrenoveturismo.aspx>
- ☐ ☐ http://www.mityc.es/plan_idi/agrupacionesempresarialesturismo/paginas/index.aspx
- ☐ ☐ http://www.mityc.es/plan_idi/avanzaformacionturismo/paginas/index.aspx
- ☐ ☐ http://www.cdti.es/index.asp?mp=7&ms=132&mn=3&r=1366*768

Otros

- ☐ ☐ Barómetro Empresarial de la Comunidad Valenciana. Resumen ejecutivo 2009. Deloitte

□□Plan Alicante Horizonte 2020.

□□Instituto de Economía Internacional. Documento de trabajo-Monografía

14/2009.

□□Resolución de 15 de febrero de 2010, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad. BOE.