



Estrategia Leader de Desarrollo Local Participativo 2014-2020

Área temática:
**ECONOMÍA Y ESTRUCTURA
PRODUCTIVA – Turismo**

NECESIDADES/PROPUESTAS

INTRODUCCIÓN

La filosofía que subyace en la realización de la *Estrategia de Desarrollo Rural del Altiplano de Granada* considera que el **desarrollo** tiene que estar orientado a considerar el **capital de la zona** como inversión que pueda permitir un aumento de los recursos iniciales propios.

Las personas que habitan el Altiplano de Granada constituyen la riqueza o recurso más importante del territorio, a lo que también puede denominarse *Capital Humano*.

Por ello, se ha elegido para el diseño de esta estrategia el *Enfoque de Desarrollo Humano*, cuyo objetivo básico de las acciones de mejora para un territorio están orientadas a la creación de un entorno favorable que permita a la gente superar las limitaciones que les afectan mediante una mejora de sus propias capacidades.

El *Capital Humano* referido a una persona, abarca el conjunto de sus conocimientos, destrezas, habilidades cognitivas y características personales, entre las que se incluye la creatividad, autoestima o empatía, así como su estado de salud.

Pero a este enfoque hay que añadir el *Enfoque de Capitales para el Desarrollo* que complementa al anterior y que está basado en, además de aumentar o maximizar todos los *capitales de un territorio*, *optimizarlos*, y conseguir un *equilibrio entre los mismos*.

Fomentar todos los capitales ofrece a la gente la posibilidad de ser lo que son, pero también la capacidad para actuar y cambiar situaciones adversas en la esfera personal y colectiva, en un grupo, un municipio, una región,...

El Altiplano de Granada cuenta con un extenso y variado **patrimonio**, tanto **natural** como **cultural**. Este patrimonio posee un importante papel como elemento de identificación y definición social, siendo de gran importancia para el territorio su investigación, preservación y uso social.

En el Altiplano de Granada uno de los **capitales sociales y humanos** más relevantes es el trabajo directo de su gente en la zona así como **la economía que generan** en relación con la misma.

La existencia de **elementos patrimoniales** puede ejercer un fuerte **impacto dinamizador** en el tejido económico y en el desarrollo de un territorio principalmente de municipios de pequeño y mediano tamaño, colaborando en la fijación de población y en la mejora del capital cultural.

El **sector turismo** tiene un gran potencial en esta línea, por ello, mantener y explotar todas sus posibilidades será uno de los grandes retos que enfrentar.

A continuación presentamos las *necesidades/propuestas que surgen en base al trabajo con la DAFO* (debilidades corregidas, amenazas afrontadas, fortalezas mantenidas y oportunidades explotadas) vinculada con esta temática.

Este documento ha surgido del *trabajo técnico de diagnóstico* realizado por el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Granada y de *varios procesos de consulta a la ciudadanía* celebrados en diferentes fechas en el complejo municipal de la Cueva Quitasueños de Cúllar (Granada) que han consistido en:

Grupo de discusión

Realizado el 14 de junio del 2016

Esta técnica sociológica se ha aplicado a un grupo reducido de personas, pero representativo de la temática, para un avance y profundización en los aspectos más relevantes relacionados con la misma.

Los datos surgidos se han adaptado al DAFO que se presentó en su momento.



Dos mesas participativas específicas de esta temática

Realizadas el 28 de junio y el 19 de julio del 2016, respectivamente, y abiertas a toda la población del Altiplano de Granada

Estas mesas han tenido su propia metodología participativa diseñada para informar, consultar, generar el máximo de información desde la población e implicar a las personas participantes en el propio proceso de construcción de la Estrategia de Desarrollo Rural del Altiplano de Granada. Además, en el caso del tema turístico, se han respetado las líneas ya avanzadas en el Primer Foro de Turismo del Altiplano de Granada realizado en Diciembre del 2013 en Zújar (Granada). Basándonos en dicho Foro se respetaron los datos generados y los avances realizados para seguir integrándolos en este nuevo proceso



PRIMER FORO DE TURISMO DEL ALTIPLANO DE GRANADA

Diciembre del 2013
Zújar (Granada)



Las necesidades/propuestas que presentamos a continuación están organizadas a su vez por una serie de temáticas principales que la población participante en las mesas eligieron como prioritarias a trabajar en el Primer Foro del Altiplano de Granada del año 2013. Estos subtemas dentro del área "turismo" que entonces se eligieron y con los que se continuó trabajando son:

- Financiación
- Autoestima y marca
- Falta de planificación
- Gobernanza y marketing
- Formación y calidad
- Infraestructura y accesibilidad



Financiación

Cursos personalizados de atención al cliente y de las TIC

Iniciativas empresariales lideradas por mujeres

Actividades complementarias en turismo ligadas a los recursos del territorio

Incrementar el alojamiento con albergues juveniles y camping

Conservación y puesta en valor de fuentes y acuíferos

Alojamientos bioclimáticos, eficiencia energética, materiales respetuosos con el medio ambiente

Turismo de salud: balneario, productos ecológicos

Alojamientos ejemplarizantes en emisiones de CO₂

Autoestima y marca

Visitas no sólo a tú municipio, sino a otros municipios del Altiplano/AlVelAl. También Famtrips, a través de GRD, Centro de Profesores

Formación específica turística para mujeres - Género

Tarjetas postales y e-cards (tarjetas electrónicas)

Frases de contenido sobre valores patrimoniales, con un link a una página que explique esta frase

Pokemon-Go, no hay en los pueblos + puntos de encuentro - Paradas (Nintendo España) - Juventud - Innovación

Autoestima y marca

Contactad Guías Turísticas y Mapas para incluir el Altiplano - Tanto nacional como internacional

Gymkanas Geocatch para descubrir los atractivos del pueblo

Mejorar comunicación entre aytos. y esp. las oficinas de turismo - Información actualizada - Horarios apertura

Coordinad las actividades culturales entre los municipios + web de recursos turísticos AIVelAI

Aplicaciones para smartphones - Juventud - Innovación

Notoriedad del Altiplano de Granada - Marketing - Marca

Programa de Andalucía Lab para un Plan de Marketing Digital y aceptación empresarial - Secretaría General de Turismo

Formación para profesionales de turismo (guías, técnicos, etc.) - Profesionalización atención al cliente, ¿cómo me gustaría que me traten?

Visibilidad en aeropuertos y revistas de avión (Iberia)

Instituto de Calidad Hotelera de España - Programa Anfitriones (Empresariado, Municipios)

Marca Starlight para promocionar el turismo astronómico

Hermanamientos de Parques Naturales - Medio Ambiente - Innovación

Autoestima y marca

Patrimonio Mundial UNESCO - Altiplano + ALVelAl - Desde el primer ser humano de Europa hay todas las culturas en este territorio

Certificación de calidad que sí conozca la clientela de los países de origen

Para la mejora de la autoestima, la concienciación sobre el territorio y su gente creativa, y como atractivo turístico, sería interesante organizar exposiciones itinerantes de fotografías o pinturas con temática sobre el territorio

Para “enamorar” y concienciar a la población del territorio ALVelAl sobre la singularidad del patrimonio natural y cultural del Altiplano estepario, pero también como marketing del destino turístico del territorio ALVelAl, se deben elaborar frases contundentes como mensajes sobre los diferentes aspectos del patrimonio, tales como “El primer ser humano de Europa”, “La mayor necrópolis megalítica de Europa”, “El único sitio de Europa, donde se puede conocer la evolución de un lago durante 8 millones de años”, “El primer arte de la Humanidad”, “La primera acequia de Europa”, “El pueblo con más eras de trillar de Andalucía”, etc. Esta fase de sensibilización y concienciación de la población del territorio, además de contrarrestar el desprecio por lo propio, es fundamental para iniciar el proceso de participación social para solicitar la declaración de Patrimonio mundial UNESCO el territorio ALVelAl

Falta de planificación

Corrección y mejora de la contaminación lumínica

Certificación territorio start light. Reserva o destino

Evitar que se instalen empresas contaminantes en el territorio

Astroturismo ligado al territorio

Análisis de la situación actual del Altiplano en cuanto a turismo activo. Sin un estudio serio de oferta, demanda, tendencias, hábitos, etc., sin un punto de partida, es difícil encuadrar cualquier propuesta. Habría que realizar un estudio específico de turismo activo para el Altiplano de Granada

Diagnóstico e identificación de oportunidades de turismo activo en el Altiplano

Gobernanza y marketing

Marketing - Formación de guías. Importante ¡Idiomas!

Marketing - Creación de sinergias aunando en cada oficina toda la información comarcal

Marketing - Difusión de los recursos propios entre la población local

Marketing e identidad territorial - Corregir el sentimiento de "lo local" mediante la concienciación de la ciudadanía en nuestros propios recursos

Marketing e identidad territorial - Mediante la educación a los más pequeños. Charlas en los colegios y su formación en los museos (verdaderos educadores en la identidad del territorio)

Gobernanza y marketing

Gobernanza - Formación de profesionales de la restauración gastronómica en cocina tradicional y cocina innovadora con productos locales

Gobernanza - Creación de ente supramunicipal que defina estrategias para todo el territorio (patronato)

Gobernanza y marketing - Pleno funcionamiento - Patronato estrategia global

Marketing - Sistema para aglutinar toda la información cultural y turística que sea accesible y esté actualizado, con calendario

Marketing - Diseño de APP del territorio que se descarga en los puntos de información

Marketing - Potenciar cultura tradicionales

Marketing - Agencias de viajes globales

Marketing - Ofertas de turismo global muy estandarizadas

Marketing - Mejora de tecnología digital

Crear un ente supramunicipal con apoyo de las instituciones y que contara con agentes comprometidos en cada localidad. Quizás se puede encontrar una forma de incentivar, de reducir los impuestos de establecimientos y empresas de servicios turísticos que respetan un nivel de profesionalidad, preocupación medioambiental y calidad; y con ese dinero financiar un puesto de trabajo de un agente local (independiente) que informe al ente supramunicipal de todo lo relacionado con los recursos turísticos (estado del patrimonio, cambios de horarios, cierre, apertura de monumentos y empresas, actividades nuevas, etc.) de cada localidad. Este agente podría funcionar también como asesor

Gobernanza y marketing

Tener en cuenta a la hora de promocionar el Altiplano en internet el tema de la geolocalización de la dirección IP de los buscadores, puede tener efecto en que no se visualice en otros países lo que nos interesa

No hay guías atractivas que se puedan comprar y creo que nuestra zona sigue sin mención especial en las guías de viaje importantes como Lonely Planet et al.

Para prolongar las estancias (pernoctaciones, gasto del turista) es importante trabajar con los territorios vecinos como Guadix, Los Vélez, Noroeste de Murcia, Alto Almanzora, etc. Toda la oferta de recursos turísticos (patrimonio natural, histórico-artístico, etnográfico, gastronómico, alojamiento, actividades complementarias y un largo etcétera) y las actividades culturales de todos los municipios del Altiplano de Granada y territorios vecinos deberían estar recogidos en una página web actualizada en tiempo real

Uno de los temas más importantes es la comercialización de la oferta turística del territorio ALVELAL. Es una necesidad buscar asociaciones, colegios profesionales (médicos, abogados, etc.), touroperadores y agencias de viajes especializados en ecoturismo, turismo cultural y creativo; porque la oferta de alojamiento está más bien adaptada a pequeños grupos. En España y el resto de Europa existen este tipo de emisores. Sería importante organizar Famtrips tanto para estos emisores, como para periodistas especializados en temas turísticos y eventos con blogueros

Cada uno de los socios del proyecto CHRISTA debe hacer partícipe (es el compromiso adquirido) del mismo a un grupo local de agentes clave de su territorio, que participarán directamente en sus actividades transnacionales y de difusión y, especialmente, en el diseño del plan de acción, uno de los principales productos de CHRISTA.

Gobernanza y marketing

Es cielo nocturno oscuro es un recurso muy importante y diferenciador para el tema turístico, aparte de ser un derecho al disfrute de este patrimonio por parte de los ciudadanos. La idea sería conseguir la certificación del territorio AlVelAl como “reserva Starlight” en los próximos años

Desde su primera reunión en diciembre de 2015, la Comisión de Cultura, Tradiciones y Turismo de AlVelAl apuesta por la inclusión del territorio AlVelAl en el catálogo del Patrimonio Mundial UNESCO. La importancia del paisaje natural y cultural del Altiplano estepario es indudable. Además, sería el único sitio del mundo, donde se podría vivir la experiencia de la restauración de paisaje

Sería importante apoyar la organización de rutas temáticas para promocionar el territorio, como la Ruta AlVelAl-Ruta del Estraperlo, que a finales de octubre de 2016 se recorrerá como acto reivindicativo de la Cultura en el territorio AlVelAl, con especial atención a la música y danza tradicionales. Se destaca la necesidad de buscar sinergias a partir de los recursos del territorio y de diseñar eventos que atraigan a los turistas al mismo. Sería necesario una territorialización de los productos

Sería interesante que todos los municipios del territorio AlVelAl sean colaboradores de la Andalucía Film Commission (Red de Ciudades de Cine de Andalucía)

Crear de una guía impresa de astroturismo del Altiplano

Crear web profesional de astroturismo

Acciones de promoción, publicidad y marketing sobre astroturismo

Caracterizar el cielo nocturno del Altiplano y certificar su calidad por la Fundación Starlight en las modalidades de Reserva Starlight, Destino Starlight, o ambas

Trabajar por la declaración de la cuenca de Guadix-Baza como Geoparque

Formación y calidad

Igualdad entre hombres y mujeres de forma transversal

Implicar a colegios e institutos a hacer actividades extraescolares. Realizar fantrips entre empresarios de la zona. Workshop

Crear frases impactantes para definir esta tierra "tierras milenarias"

Visitas guiadas

Concurso de ideas

Formación para empresarios que elaboran productos

10 razones para hacer turismo de interior

B1 y B2 a los empresarios para practicar idiomas / Trabajadores on-line y presencial

Comunidad de aprendizaje (educación)

Cursos de formación y conocer otras experiencias

Formación en cultura emprendedora

Formación: animación sociocultural, guías turismo, para formar empresas, cooperativas,... de explotación

Ser centros formadores

Firmar convenios conjuntos de todos los agentes implicados. Que se produzca feedback

Formar y motivar

Generar proyectos de gran impacto (apadrinados GDR)

Desarrollar formación profesional para el sector turístico-deportivo. Serían necesarias acciones formativas a distintos niveles: profesional, amateur y usuario. El contenido sería: ¿cómo crear una empresa de turismo activo?, necesidades, seguros y titulaciones, seguridad

Formación y calidad

Organizar jornadas/eventos anuales de interés astronómico para público especializado y general

Jornadas de concienciación del tejido empresarial turístico sobre astroturismo

Jornadas de formación básica del tejido empresarial y turístico sobre astroturismo

Infraestructura y accesibilidad

Igualdad entre hombres y mujeres de forma transversal

Realizar encuentros, charlas, jornadas

Realizar jornadas de concienciación territorial/comarcal

Difundir a través de foros de la importancia de todo el territorio Altiplano, y actividades turísticas y patrimoniales interconectadas

Que haya venta de productos locales, como mercados de productos de la zona

Unir actividades entre comarcas

Hacer modelo de recogida de residuos orgánicos. Turismo profesional

Crear una oficina territorial gestión de turística enfocada a empresarios

Que la comarca llegue a ser una cantera de artistas y mercado de arte

Mantenimiento señalización. Rutas y senderos

Generar escuela de hostelería. FP específica en turismo y hostelería. Medio ambiente guías del patrimonio

Infraestructura y accesibilidad

Introducir en programas y presupuestos para cultura y turismo (desarrollo promoción)

Formar a agentes municipales o sociales, educativos para erradicar la baja cultura

Restauración de suelos y paisajes

Conocer y asumir experiencias eficaces de otros lugares (Innovación)

Patrimonio inmaterial de la humanidad Esparto UNESCO

Rutas verdes. Recuperación de la diversidad animal, para fomentar turismo verde, cinegética, pesca y safaris fotográficos

Plus agentes de medio ambiente para pastores y esparteros

Plazas hoteleras

Solucionar problemas de cobertura. Nuevas tecnologías

Crear y puesta en valor de infraestructuras complementarias

Habría que trabajar en Instalaciones deportivas en el medio natural protegido o no. Hoy día hay pocas y sin conexión territorial, no son acordes a unas directrices concretas. Se podría estudiar que actividades pueden incrementarse, mejorar, renovarse o comenzar en el Altiplano

Sería conveniente utilizar el concepto de “Patrimonio agrario”, desarrollado por el profesor José Castillo Ruíz y sus colaboradores de la Universidad y CSIC de Granada, y adherirse a la “Carta de Baeza”

Crear de una red de miradores astronómicos

Crear plataformas Exploria estratégicas (panoramas/visitas virtuales interactivas con información aumentada) para astroturismo