



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL
DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015



PRESENTACIÓN – Marzo 2011

ANTECEDENTES

- El Plan de desarrollo turístico y dinamización empresarial del centro de artesanía al Zalabí nace del interés del Ayuntamiento por iniciar un **proceso de planificación y gestión basado en el conocimiento, la innovación y la orientación al mercado**, que garantice, por un lado la **maximización del potencial turístico del centro de artesanía y del municipio** a través de una estrategia de marketing y por otro lado el éxito del proyecto a través de la **definición de un modelo de gestión**, y que permita, a través de una estrategia de implementación, **coordinar los diferentes actores que intervendrán en el desarrollo de la actividad**.
- El Plan pretende, a través del consenso de todos los agentes públicos y privados del municipio, **crear empleo de calidad**, utilizando los recursos y servicios turísticos del Valle del Zalabí como elemento dinamizador y determinar las actuaciones necesarias para tal fin.
- Este estudio no se podría haber realizado sin la colaboración de todos los agentes implicados, con los que se han mantenido diversas reuniones y a los cuales agradecemos su participación.

AGRADECIMIENTOS

- Manuel Aranda, Alcalde del Valle del Zalabí
- Encarnación Hernández, Concejala de bienestar social
- Carmen Coca (Asoc. Mujeres Charches)
- Cristóbal Delgado (Cuevas del Zenete)
- Francisco Fernández (Panadería Fernández – Alcudia)
- José Ignacio Hernández (Bar Casa Dolores – Charches)
- José Luís Olea (Panadería El Patrón – Alcudia)
- Juan Sierra (Panadería Sierra – Alcudia)
- Manolo Ruz (Asoc. Rambla del Agua)
- Otilia García y José Espigares (Panadería Otilia – Charches)
- Victoriano Soto (Panadería Soto – Exfiliana)
- Manolo Ruíz (Centro Ecuestre Cabacci)
- Antonio Méndez (Alojasur)

AGRADECIMIENTOS

- Loli Pedrosa (Restaurante Menta)
- Antonio Magán (Mesón Antonio)
- Carlos Sánchez (Viajes Magán)
- José Rodríguez (Bar Rodríguez)
- Juan Gabarró (Alfarería Gabarró)
- Emilio Minguela (Centro Ocupacional Acci)
- Isabel Baca (Bodegas Méndez Moya)
- Fco. Javier Rodríguez (Bodegas Pago de Almaraes)
- Ramón Saavedra (Bodegas Cauzón) y Jose Sánchez
- Jesús Varón (coordinador)
- Juan Bustamante (Bodegas Señorío Nazarí)
- Yolanda Magán (Auxiliar Ayuntamiento)

METODOLOGÍA

LA INVESTIGACIÓN

- **370 ENCUESTAS A LA POBLACIÓN LOCAL**
- **MÁS DE 25 ENTREVISTAS CON AGENTES IMPLICADOS**
- **6 FOCUS GROUP CON GRUPOS DE TRABAJO**
- **VISITAS AL TERRITORIO**
- **REUNIONES DE SEGUIMIENTO DEL PLAN CON EL AYUNTAMIENTO DEL VALLE DEL ZALABÍ**

ESQUEMA DE TRABAJO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO Y
DEL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES

1. El **93%** considera que el **turismo es importante o muy importante** para desarrollar el municipio.
2. El **56%** de los encuestados está a favor de desarrollar un turismo capaz de **atraer al mayor número de turistas posible**, mientras que el **39%** prefiere un **turismo sostenible, vinculado a la identidad y que conserve el territorio**.
3. El **50%** de los encuestados considera que **el municipio es turístico**, y el **70%** opina que el Valle del Zalabí dispone de atractivos suficientes para poder desarrollarse turísticamente.
4. Los cinco recursos turísticos del municipio más valorados son el **pan, su gastronomía, los Parques Naturales de Sierra Nevada y Sierra de Baza, las fiestas populares y el entorno natural**. En pregunta abierta, como cinco recursos más interesantes para el turismo, se repiten algunos de los anteriores más: las nuevas **instalaciones deportivas** y el **turismo rural en casas cueva**.
5. El **90%** de los encuestados considera que los **agentes públicos y privados deben de trabajar conjuntamente**.

CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES

6. **El sector servicios supone el principal motor económico del Valle del Zalabí.**
7. El turismo es una actividad económica que se proyecta, de cara al futuro, como líder y prioritaria, una actividad que para alcanzar sus beneficios sociales y económicos, requiere la **colaboración entre el sector público y el sector privado.**
8. **El Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan será un recurso turístico único en su especie.**
9. El fenómeno del **trogloдитismo**, presente tanto en la estructura del Centro como en la Exposición del Trogloditismo en el Mundo y en la tipología de vivienda en cueva propia de la zona, es un **recurso turístico diferencial.**
10. El Valle del Zalabí cuenta con **73 plazas de alojamiento y 982 plazas en restauración.**

CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES

11. **El índice de ocupación** en alojamientos ha sufrido una fuerte bajada en los últimos años, situándose en torno al **30%**.
12. **La oferta de alojamiento y restauración debe apostar por la calidad**, en consonancia con una demanda cada vez más exigente.
13. **Es fundamental la creación de productos turísticos** que combinen: alojamiento, gastronomía y cultura local, y que aprovechen los recursos turísticos culturales, naturales y deportivos del Valle del Zalabí.



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015

OBJETIVOS DEL PLAN

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales del Plan de Desarrollo Turístico y Dinamización Empresarial del Centro de Artesanía Al Zalabí, que se deben conseguir **durante los 4 años de implantación del Plan**, son:

- **Aumentar los ingresos** por turismo en el municipio, derivados básicamente del futuro Ecomuseo del Pan y Centro de Artesanía Al Zalabí.
- **Incrementar la rentabilidad de los negocios turísticos.**
- **Mantener el empleo turístico actual.**
- **Generar nuevos puestos de trabajo** asociados al turismo y al Ecomuseo del Pan y Centro de Artesanía Al Zalabí.
- **Proteger el patrimonio cultural, natural y su contexto social.**

OBJETIVOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos del Plan para el periodo 2011-2015, son:

- **Impulsar un desarrollo turístico sostenible**, basado en el conocimiento, la innovación y la orientación al mercado.
- **Estructurar el modelo de gestión** y participación de los distintos actores y las funciones del Centro.
- **Fortalecer la coordinación entre el sector público y privado** y la coordinación con otras administraciones.
- **Potenciar y consolidar la imagen del Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan Al Zalabí.**

OBJETIVOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Definición del producto turístico**, estructurando el funcionamiento de las visitas y los talleres ofrecidos por el centro y determinando las tarifas al público.
- Determinar la estrategia de mercado según segmentos potenciales.
- Definición del plan de comercialización a nivel autonómico y nacional.
- Lograr **40.000 visitantes al año** en el cuarto ejercicio de funcionamiento.
- **Creación de 325 nuevas plazas de alojamiento**, estructuradas de la siguiente forma:
 - 50 pax en albergue municipal.
 - 25 pax en Casa Rural, VTAR o apartamento turístico en cueva.
 - 250 pax en camping.

OBJETIVOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generación de **23 nuevos** puestos de trabajo asociados al turismo y estructurados del siguiente modo:
 - **20 puestos de trabajo en la nueva oferta turística:**
 - 1 gerente, 1 técnico de turismo, 1 Auxiliar Administrativo y 1 responsable de la bodega-mesón con contratación fija en el Centro Al Zalabí.
 - 1 servicio de limpieza, 1 monitor en panadería, 1 monitor en bodega y 1 monitor de quesería con contratación eventual en el Centro Al Zalabí.
 - 8 en nueva oferta de alojamiento
 - 1 en Punto de Información Turística
 - 2 en Comercializadora Turística
 - 1 técnico de turismo en Ayuntamiento
 - **3 nuevos puestos de trabajo en oferta turística existente** a partir del incremento de la actividad turística: 1 en establecimientos de alojamiento y 2 en restaurantes.



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015

MODELO TURÍSTICO

ESTRATEGIA DE MERCADO

POLÍTICA DE PRECIOS

MODELO TURÍSTICO

- El modelo turístico del Valle del Zalabí se define a partir de su **oferta turística global y del mercado potencial del destino.**
- Es fundamental la **conversión en productos turísticos de los elementos clave, diferenciales y de apoyo al destino, bajo unos parámetros de evolución y una estrategia de mercado.**



MODELO TURÍSTICO

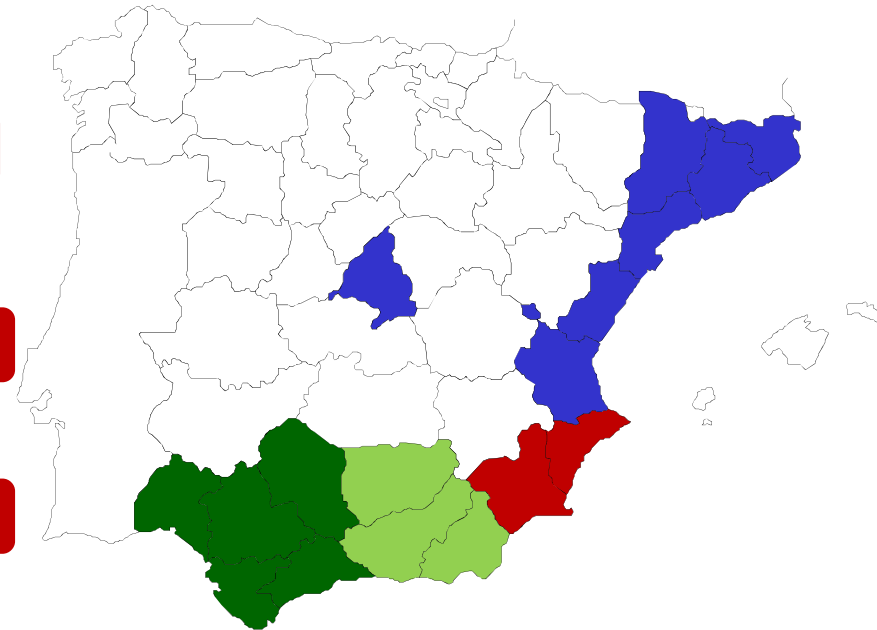
ESTRATEGIA DE MERCADO

ÁMBITO TERRITORIAL

■ A través de la determinación de los mercados, se ha planeado la generación de **nueva demanda en el municipio**. Una planificación que se concreta en la designación de **cuotas de crecimiento de mercado** para los respectivos mercados prioritarios:

■ CUOTAS DE CRECIMIENTO SEGÚN MERCADOS

●	MERCADO NATURAL MÁS PRÓXIMO Provincia de Granada, Almería y Jaén	↑ 70%
●	MERCADO NATURAL Resto de Andalucía	
●	MERCADO NACIONAL DE PROXIMIDAD Región de Murcia y provincia de Alicante	↑ 30%
●	OTRO MERCADO NACIONAL Madrid, Cataluña, y zona norte del Levante	↑ 10%



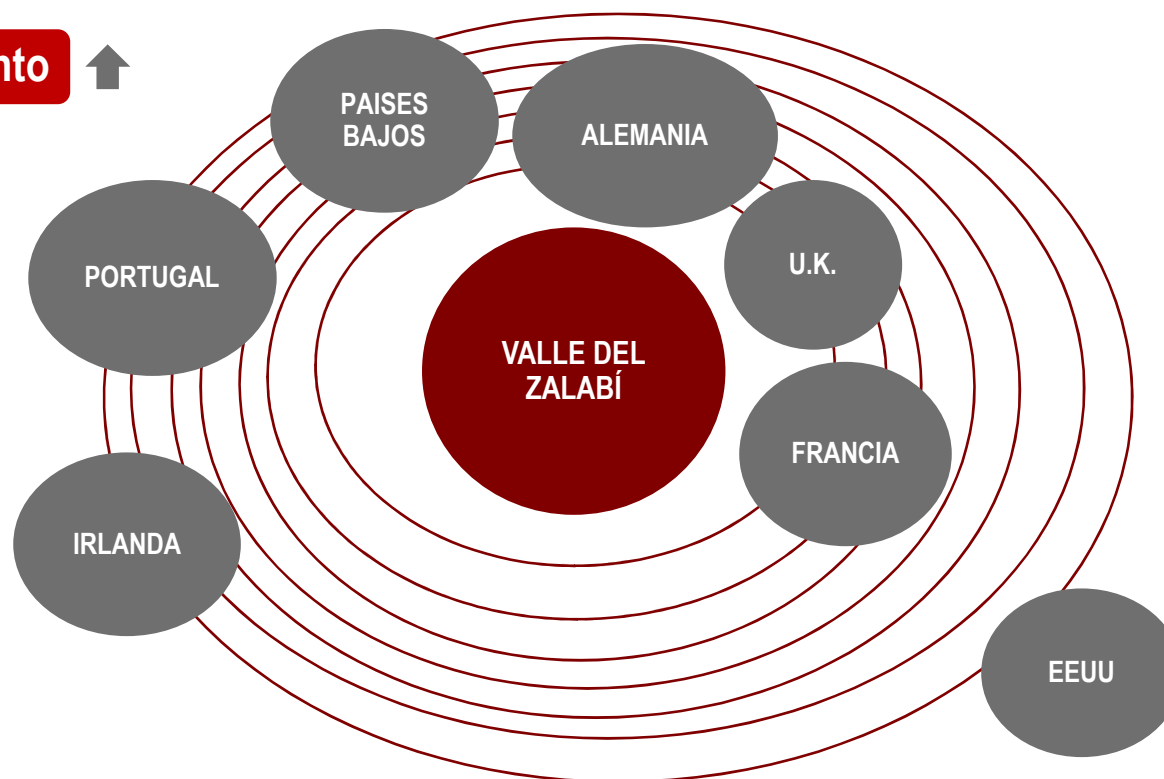
MODELO TURÍSTICO

ESTRATEGIA DE MERCADO

ÁMBITO TERRITORIAL

- ESQUEMA DEL MERCADO INTERNACIONAL Y CUOTA DE CRECIMIENTO GENERAL

10% de crecimiento ↑





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015

PLAN DE ACTUACIONES

ESQUEMA DEL PLAN DE ACTUACIONES

Este Plan propone en total **86 actuaciones** destinadas a dinamizar la actividad turística y cultural del Valle del Zalabí, donde tiene especial protagonismo el Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan Al Zalabí, mediante los siguientes ejes de trabajo:

<p>EJE 1 Código G</p>	<p>34 actuaciones</p> <p>GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO</p>
<p>EJE 2 Código P</p>	<p>17 actuaciones</p> <p>PLANIFICACIÓN DEL CENTRO AL ZALABÍ</p>
<p>EJE 3 Código C</p>	<p>35 actuaciones</p> <p>COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN</p>

PLAN DE ACTUACIONES

PRINCIPALES ACTUACIONES A REALIZAR

CORTO PLAZO

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
G - 1.1	Presentación del PDTDE del Valle del Zalabí a la población local y al sector empresarial
G - 1.3	Creación de la comisión técnica y estratégica para la implantación del plan
P - 3.1	Fomentar la incorporación de “La Tienda Troglodita” en una de las salas del Centro
P - 3.2	Concesión administrativa de la Bodega-mesón
P - 3.5	Elaboración de presentaciones audiovisuales
C - 1.1	Creación de un banco de imágenes y vídeo para la promoción y confección de audiovisuales
C - 1.4	Convenios con AAVV para la comercialización de las visitas al centro
C - 1.8	Elaboración del Dossier de Prensa del Centro
C - 2.1	Diseño de la marca del Centro de Artesanía Al Zalabí
C - 2.5	Diseño de la primera campaña publicitaria con prospección de vida de 2 ó 3 años
C - 2.6	Creación del sitio web del Centro de Artesanía Al Zalabí
C - 3.1	Organización de jornadas de puertas abiertas como campaña de promoción de lanzamiento y realización de pruebas piloto
C - 3.3	Realización de mailings electrónicos a los grupos de interés de Granada, Almería y Jaén

PLAN DE ACTUACIONES

PRINCIPALES ACTUACIONES A REALIZAR

MEDIO PLAZO

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
G - 1.4	Dotación de un técnico para la Concejalía de Turismo
G - 2.1	Fomentar la apertura de un Punto de Información Turística
G - 3.1	Impulsar la colocación de carteles de bienvenida con el mensaje: “ <i>Bienvenidos al Valle del Zalabí, pueblo troglodita</i> ”
G - 3.2	Colocación de paneles informativos en las entradas al Valle del Zalabí
G - 4.2	Obtención de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) para el Pan de Alcudia de Guadix o Pan del Valle del Zalabí
G - 7.1	Fomento para la conversión de casas cueva en viviendas de alojamiento rural
G - 8.4	Creación de productos combinando actividades que se ofrecen en el municipio y en otros lugares cercanos de interés
C - 4.3	Organización del Press Trip para medios especializados y generales y para representantes de guías turísticas
C - 4.7	Asistencia a Ferias
C - 4.8	Incentivar acciones en Internet y entorno web 2.0
C - 5.1	Organización de Fam Trip con AAVV especializadas en viajes de incentivos, turismo cultural, turismo de mayores, naturaleza y turismo rural

PLAN DE ACTUACIONES

PRINCIPALES ACTUACIONES A REALIZAR

LARGO PLAZO

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
G - 4.1	Declaración del Trogloditismo como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco
G - 7.2	Construcción del albergue municipal
G - 7.3	Búsqueda de inversor y terrenos para la creación de un camping de 1ª categoría que disponga de bungalows en cueva
P - 4.2	Organización de la Feria de Artesanía Provincial
P - 4.3	Organización del 1º Congreso de Artesanía de Andalucía
P - 5.1	Impulso para la certificación del Centro con algún sistema de calidad reconocida, como ISO 14001, ISO 9001 o Q de Calidad Turística
C - 5.2	Creación de la Comercializadora Turística de la Comarca de Guadix
C - 5.3	Creación de la Tienda Online del Centro de Artesanía Al Zalabí
C - 5.6	Creación de la Red de Centros de Artesanía a nivel andaluz o nacional



GRUP CERVERÓ

Calle Balmes 243 Sobre Ático 3a

08006 Barcelona

Tfno: 93 415 78 92

Fax: 93 415 98 92

www.grupcervero.com

NIF: B60250545



Persona de contacto

Eulalia Ventura

Mail

delegaciongranada@grupcervero.com

Móv

652 447 873

Consultora Miembro de la OMT

