



AYUNTAMIENTO
VALLE DEL ZALABÍ



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



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

2011-2015



PRESENTACIÓN – Marzo 2011

TURISMO
G
GRUP
CERVERÓ

DELEGACIÓN DE GRANADA

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, Concejal 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 trogloditismo, 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**.

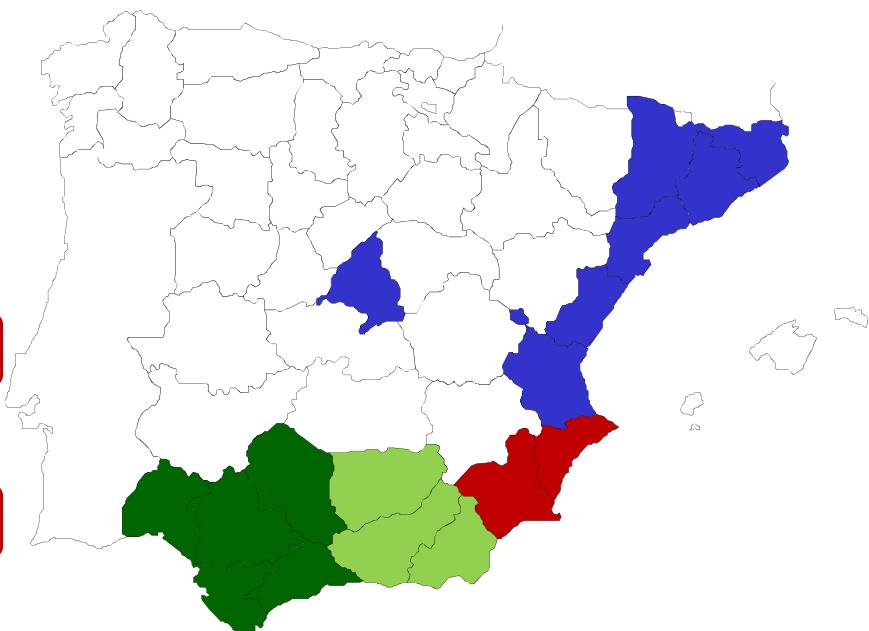
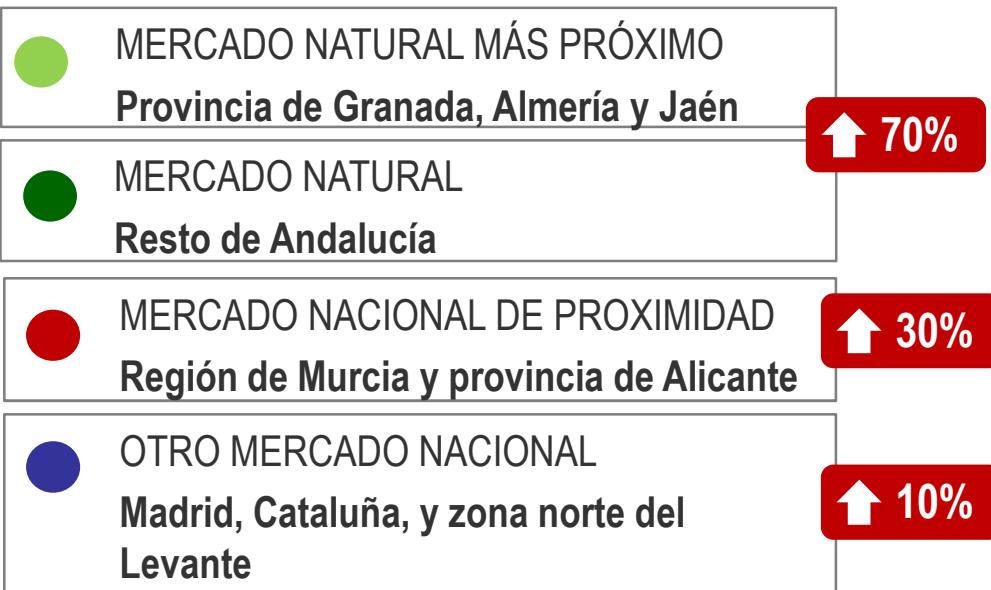


MODELO TURÍSTICO

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**



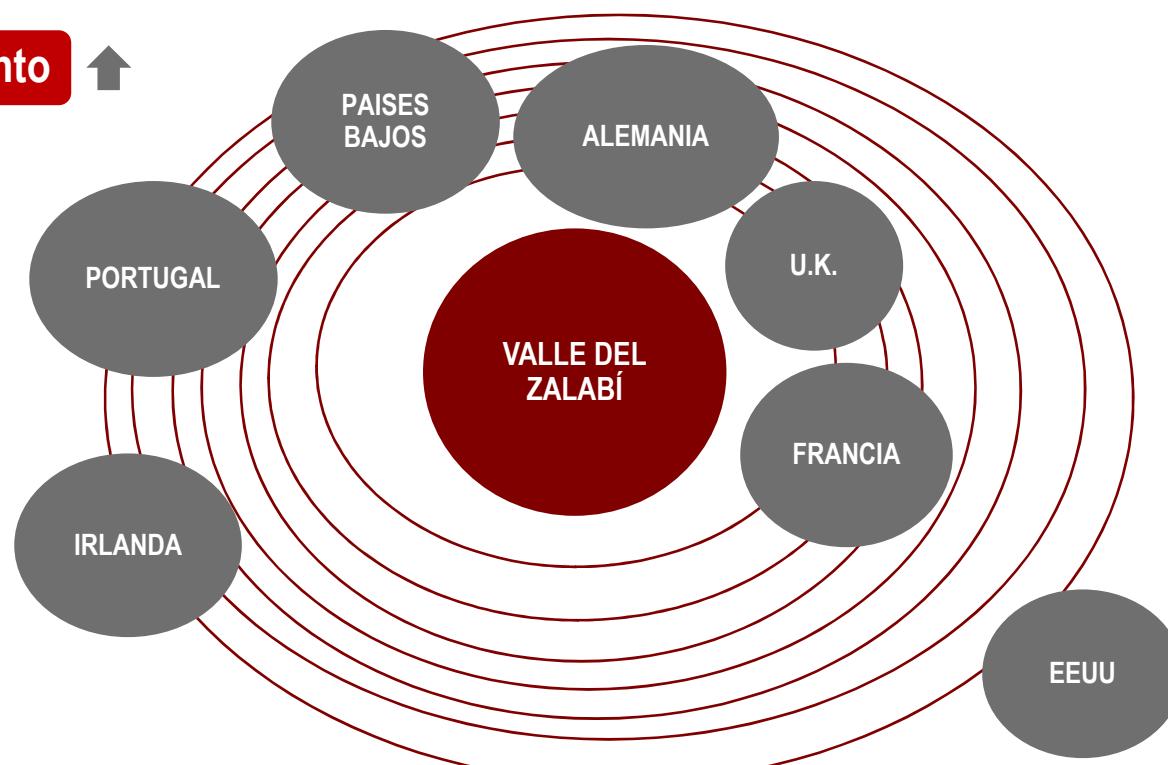
MODELO TURÍSTICO

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:

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

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 1 ^{er} 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



Delegación Granada

Persona de contacto

Mail

Eulalia Ventura

delegaciongranada@grupcervero.com

Móv

652 447 873

Consultora Miembro de la OMT

