



ALCALÁ
LA REAL

Plan Director del Turismo en el destino Alcalá la Real



ALCALÁ
LA REAL



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

El brote mundial de COVID-19 ha llevado al mundo a su paralización, y el turismo ha sido el más afectado de todos los grandes sectores económicos. Cuando pensamos en turismo, habitualmente lo relacionamos con las grandes ciudades o los destinos de sol y playa, pero gran parte de ese impacto también lo estamos asumiendo el resto de destinos turísticos, como Alcalá la Real.

El coronavirus ha significado una crisis sin precedentes en esta era de globalización que vivimos, y que nos ha exigido una reflexión y preparación para los retos de esta nueva normalidad. Sabemos que va a ser difícil volver a los mismos números, tanto por el miedo imperante y racional que tenemos la sociedad actualmente, así como por las múltiples restricciones que ha tenido todo el sector.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Desde el área de Turismo de Alcalá la Real, conscientes desde el primer día de la situación a la que nos enfrentábamos, hemos estado trabajando desde que se decretó el estado de alarma en un PLAN DE RECUPERACIÓN, un plan real y que es el compromiso de que somos un destino adaptado a los nuevos retos.

Hay que considerar las nuevas exigencias de la demanda turística post Covid-19, son las siguientes:



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

- **La tecnología será nuestro mejor aliado para acercar nuestros productos y servicios a nuestros clientes.**
- **La seguridad que logremos transmitir a nuestros clientes, será totalmente proporcional a nuestras ventas efectivas. Seguridad sanitaria y salubridad.**
- **Entender que nuestro cliente no posee el mismo poder de compra, luego de un episodio de estas proporciones, es fundamental.**
- **El mercado local es determinante en la recuperación de un sector, dominado en un 80% de pequeñas y medianas empresas a nivel mundial.**
- **La creatividad y capacidad de generar nuevos negocios con productos o servicios colaterales, que impulsen el turismo será el camino más directo a la recuperación de la economía turística.**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

- **La actividad turística requerirá del trabajo y apoyo de todos a fin de crear el mejor ambiente colaborativo.**
- **La demanda de un Turismo en familias y que prolongue nuestra estancia del hogar, fomentando el aprendizaje de actividades cultivadas durante la cuarentena y aquellas que nos acerquen a nuestras raíces.**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Para conseguir todos estos retos es imprescindible realizar una decidida apuesta por el **DISEÑO DE EXPERIENCIAS**, auténticas y que recojan las nuevas tendencias de consumo para convertirlas en productos de interés turístico. Y para ello es primordial su **COMERCIALIZACIÓN**, que lleguen a todos los públicos. Ya sea a través de Operadores turísticos, Agencias de Viajes o Plataformas digitales.

También es importante subrayar que, en esta re-evolución, los consumidores, en este caso los turistas, se han convertido en “prosumidores”, al participar en la co-creación de sus propias experiencias, y que, por lo tanto, es imposible relegarlos al mero estado del cliente consumidor pasivo, ellos son nuestros mejores embajadores y comerciales, y debemos adaptarnos a sus necesidades y nuevas formas de comunicación.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Desde el área de Turismo del Ayuntamiento de Alcalá la Real, este documento es la asunción de estos nuevos retos con fuerza y entusiasmo, siendo totalmente conscientes de la situación actual, pero intentando combatirla con todas nuestras armas.

Este documento, este PLAN DIRECTOR DEL TURISMO EN EL DESTINO ALCALÁ LA REAL es testimonio del trabajo colectivo de los miembros de este área, de la iniciativa privada, instituciones, redes de productos turísticos y la dirección política durante este estado de alarma, con el único objetivo de reinventarnos como destino para adaptarnos a los nuevos retos, precisamente haciéndonos fuertes en nuestra autenticidad y en nuestra identidad.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Plan Director del Turismo en el destino Alcalá la Real

METODOLOGÍA



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Al efecto de realizar las nuevas estrategias del destino se han realizado las siguientes actividades hemos llevado acabo varia Matrices: un DAFO y un CAME.

El análisis DAFO nos permite obtener una «foto» de la situación actual de tu proyecto. En nuestro caso se trata de definir el modelo de destino turístico post- COVID-19, atendiendo a lo que somos y lo que deberíamos ser para adaptarnos a las nuevas demandas.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Una vez definido el objetivo es cuando realizamos el DAFO:

- Análisis Interno:

- Fortalezas. ¿En qué destacamos y somos buenos?
- Debilidades. ¿Qué debemos mejorar?

- Análisis Externo:

- Oportunidades. ¿Qué eventos o tendencias podemos aprovechar en nuestro favor?
- Amenazas. ¿Qué barreras podemos encontrar que nos dificulten o impidan alcanzar los objetivos?



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



FACTORES INTERNOS DEL DESTINO		FACTORES EXTERNOS AL DESTINO	
DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Oferta alojativa rural débil, falta de parkings para autocaravanas.	1	Falta cultura de trabajo asociativo de participación empresarial.
2	No hay conciencia local del turismo como motor de desarrollo	2	Disminución del gasto del turista en el destino
3	Ausencia de Indicadores del impacto económico del turismo	3	Destinos del entorno mejor oferta de servicios complementarios
4	Falta de coordinación institucional	4	Limitación de los viajes de grupos/ organizados
5	Falta de agentes de comercialización del destino	5	Los destinos similares, más conocidos y promocionados.
6	Aplicación de estrategias de venta on-line del destino.	6	Falta de reconocimiento de garantía de calidad ambiental.
7	Los empresarios del sector no están dedicados al 100%	7	Falta imagen turística comarcal.
8	La restauración sólo está enfocada al público local.	8	La imagen del Turismo como agente contaminador/ rechazo.
9	La oferta gastronómica es de baja calidad y sin personalidad.	9	Falta de infraestructuras para actividades on-line.
10	El excursionismo representa el 80% de nuestros visitantes.	10	Desconocimiento de las Normas de calidad post-covid-19
11	Falta de conocimientos on-line	11	Los clientes tienen menos recursos para gastar.
12	Necesidad de dinero y tiempo para las adaptaciones Post-Covid	12	Situación de Riesgo de viabilidad del negocio por las medidas post-covid.
13	Actividades muy estacionalizados en fin de semana		
14	Limitación de aforos en los establecimientos.		



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Las Aldeas con servicios y conexión óptimas	1	Demanda de destinos seguros y próximos.
2	Profesionales experimentados.	2	Crecimiento de la demanda de turismo autocaravanas.
3	Tenemos un destino cultural en un ámbito rural	3	Demanda de nuevos modelos de alojamiento, segundas residencias.
4	Una buena valoración de los visitantes.	4	Vacaciones más cortas y económicas.
5	La actividad turística no es exclusiva en nuestras empresas.	5	Interés por la práctica de turismo rural y activo.
6	El sector está organizado en una asociación	6	Ayudas para adoptar medidas de sostenibilidad.
7	La colaboración público privada está implantada	7	Posicionarnos como destino gastronómico. AOVE.TRINIDAD.
8	Oferta de alojamiento rural 70%, del destino	8	Formamos parte de redes de promoción turística regional
9	Disponemos de viviendas vacías.	9	Nuestros clientes en un 60% son regionales y de este casi el 40% son de destinos próximos.
10	Disponemos de profesionales para ofertar actividades de crecimiento personal	10	En el confinamiento se han descubierto el valor de los hobbies y actividades de crecimiento personal y ligadas a la autosuficiencia.
11	Las empresas del destino pueden adaptarse a los aforos limitados.	11	Crear una Red de senderos Locales
12	Las actividad de las empresas del destino se hace en el medio rural	12	Las empresas locales tienen clientes muy fidelizados
13	No es necesario grandes inversiones para las adaptaciones post-COVID	13	Nuestra oferta alojativa es la más demanda en el nuevo escenario
14	Posibilidad de adaptar actividades empresariales a formato on-line	14	Fortalecer la versión on-ine de nuestra oferta y la conectividad digital



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Con el análisis de los responsables políticos, los técnicos, los empresarios y otros agentes externos hemos definido las estrategias que se plasmarán en el apartado Plan director del destino turístico POST-COVID 19 y para ello utilizaremos la matriz CAME:

- . Corregir debilidades. ¿Cómo podemos hacer desaparecer esas debilidades?**
- . Afrontar las amenazas. ¿Cómo podemos minimizar los efectos de una amenaza?**
- . Mantener las fortalezas. ¿Cómo podemos seguir contando con esos puntos fuertes?**
- . Explotar las oportunidades. ¿Cómo podemos aprovechar esas oportunidades para generar nuevas fortalezas**



CORREGIR DEBILIDADES (-)		AFRONTAR LAS AMENAZAS (-)	
1	Campaña de revalorización del turismo como motor de desarrollo local y el valor de nuestros recursos, ambientales y culturales y gastronómicos, como atractivos turísticos. Destino eco cultural	1	Fomento de bonos descuento patrimonio/alojamiento, durante la semana
2	Concienciación a la población local de la importancia que tiene conocer los recursos de su propio destino.	2	Oferta de actividades de crecimiento personal en nuestros alojamientos adaptados a los clientes
3	Incentivación de la comercialización del destino a través de redes de productos, agencias y otros medios de captación de clientes vía on-line	3	Ejecución de la ampliación de la red de senderos homologados
4	Apoyar el proyecto aove/trinidad como canalizador de la reestructuración de la oferta de restauración de la localidad	4	Obtención del calificativo del destino 'SAFE' cuando se plantee, al menos en nuestros recursos.
5	Garantizar la conectividad digital y la formación en herramientas on-line en nuestros empresarios.	5	Dinamizar con técnicas de trabajo en equipo (Juntos somos más fuertes)
6	Romper la estacionalidad con actividades para toda la familia una alternativa al veraneo de playa.	6	
7	Dinamizar con técnicas de trabajo en equipo. Formación sobre los beneficios que tiene trabajar en equipo. (juntos somos mas fuertes).	7	



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

MANTENER LAS FORTALEZAS (+)	EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES (+)
1 Reforzar la colaboración público-privada. Ampliar número de socios de la Asociación SICTED.	1 Crear infraestructuras de caravanas
2 Ampliación de la oferta alojativa familiar	2 Incentivar la captación de nuevos clientes a través de los ya fidelizados ofreciendo descuentos por captación.
3 Organizar una programación de oferta de actividades para toda la familia: senderismo, talleres...	3 Apoyar económicamente un programa de actividades complementarias para convertirnos en un destino familiar
4 Coordinar la promoción del destino con una promoción conjunta de la nueva imagen de destino ecocultural.	4 Financiar las adaptaciones y requisitos para la obtención del distintivo de Destino SAFE.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

En la elaboración del plan se han considerado las estrategias que se implementaran desde las redes de producto turístico de las que formamos parte y con las que hemos mantenido durante todo el periodo de alarma reuniones sistemáticas que han dado como fruto varios documentos de trabajo integrados en nuestro plan director:

- * Plan Recuperando de la Fundación Ciudades Medias del Centro de Andalucía.**
- * Plan de Acción COVID-19 de la Red de municipios de Caminos de Pasión.**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Plan Director del Turismo en el destino Alcalá la Real

Líneas estratégicas



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Nuestro destino ofertará actividades culturales en su vertiente patrimonial y etnográfica. En este sentido combinaremos lo monumental- patrimonial, con la promoción de los modos de vida tradicionales en el ámbito rural y el desarrollo de habilidades y actitudes personales.

Se trata de revalorizar nuestra estructura territorial, que se caracteriza por la dispersidad geográfica de los asentamientos, ampliando la oferta de alojamiento de casas rurales y viviendas turísticas de nuestras aldeas y cortijos, al propio centro histórico. Un modelo adaptado a las nuevas demandas del cliente post- covid-19.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Un destino sostenible que potenciará por tanto nuestra ruralidad, las aldeas y sus vecinos, sus tradiciones y actividades en la naturaleza. Nos dotaremos de infraestructuras para atender el turismo de autocaravanas (muy demandado por extranjeros y en auge a nivel nacional).

Igualmente, Alcalá la Real será un DESTINO SEGURO que garantice la seguridad sanitaria, la adecuada protección de los clientes y trabajadores del sector, así como las actividades y experiencias en formatos online y off line.

De esta forma, las LÍNEAS ESTRATÉGICAS que ya se están desarrollando serán las siguientes:



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

A) LINEA ESTRATÉGICA DE PROMOCION DEL DESTINO:

Para atraer flujo de visitantes al destino:

- **Campaña de reposicionamiento del destino en las provincias limítrofes en medios escritos y on line. 6.000€.**

Se han concretado ya algunas acciones:

- **Promocion on line en Video promocional del destino con nuevo audio en Córdoba, Jaén y Granada**
- **Publicidad en prensa revista Patrimonio Rural de IDEAL Jaén, Almería, Granada**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

- **Campaña de comunicación de la oferta complementaria del destino en agencias on line (Mi reserva online) y en andalucia.org**
- **Programa de Actividades complementarias en el destino durante la campaña de verano. Julio a Septiembre y en Otoño Octubre- Diciembre.**
- **Feria Virtual de Turismo de Andalucía: Andalucía tiene ganas de tí.**
- **Contribuir a crear una producto turístico propio vinculado con la gastronomía y que implique la funcionalidad del espacio de la Trinidad.**
- **Fomentar las actividades vinculadas al turismo de senderismo y rutas en bicicleta, ampliando el numero de rutas homologadas.**
- **Crear infraestructuras para el Turismo de Caravanas.**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

- **Campaña de promoción de visitas gratuitas al destino.**

Turismo Social 15.000 €.

En este apartado está prevista la creación de bonos gratuitos para ser entregados a los municipios integrantes de la redes turísticas de las que formamos parte y a los establecimientos alojativos del destino y de los municipios vecinos.

- **Para informar en el destino de las empresas asociadas:**

Acciones concretas:

Elaboración del Manual de imagen prevención del COVID-19 del destino al objeto de homogeneizar la imagen percibida por el visitante en todos los establecimientos y recursos asociados.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

B) LÍNEA ESTRATÉGICA DE DINAMIZACIÓN DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN SICTED.

Al objeto de contribuir a amortiguar los déficit económicos derivados de la paralización del sector durante el estado de alarma se acordó la contribución económica del ayuntamiento a la asociación con el importe de las cuotas de los asociados privados calculada entorno a los 5.000€.

En este sentido se estableció que se aprovechara esta circunstancia para captar un mayor número de asociados en el sector alojativo que en nuestro municipio está muy débilmente representado.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

- **En relación a la oferta de actividades de las empresas, se observó la necesidad de una carta de servicios atractiva desde el punto de vista comercial y accesible al visitante. Para ello se han realizado ya las ofertas de los interesados y ahora se trabaja en su maquetación y promoción en distintitos medios, y en la web del destino.**
- **Del mismo modo se estableció la obligación de incorporar la formación en la implantación de la digitalización en las empresas y en las comunicaciones del destino. En este sentido se impartiran un curso on-line el próximo mes de julio en colaboración con Andalucía LAB.**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

C) LÍNEA ESTRATÉGICA DE ASISTENCIA TÉCNICA Y FORMACIÓN.

Este apartado suscitó el necesario interés de poder contar con una certificación como destino seguro a través de las iniciativas de la secretaria de Estado de Turismo y de la Junta de Andalucía. Así pues se estableció una formación extraordinaria a los empresarios sobre medidas COVID, los días 10 y 11 de junio, que se ha realizado de forma telemática y que tiene como finalidad informar de las buenas prácticas para la obtención del diploma de la Secretaria de Estado para los establecimientos turísticos, como establecimiento que aplica la normativa de prevención del COVID-19.

En el próximo mes de julio está previsto se realicen las asistencias técnicas para la obtención del diploma por nuestros asociados.



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

Por último, y como ESTRATEGIAS EN EL CORTO- MEDIO PLAZO, Alcalá la Real como destino turístico potenciará:

- **La incorporación de nuevas tecnologías en el Centro de Interpretación de la Fortaleza de la Mota y en el museo de Palacio Abacial.**
- **Potenciaremos nuestra ubicación para la creación de nuevas experiencias: ATARDECERES**
- **Conseguir una identidad gastronómica en torno al AOVE**
- **La edición de eventos turístico- culturales con las garantías de seguridad sanitaria**
- **La producción de paquetes on- line del destino**
- **La realización de actividades al aire libre, fomentando el patrimonio rural de nuestras aldeas: senderismo, bicicleta, observación astronómica, yoga. . .**



Ayuntamiento de
Alcalá la Real



Concejalía de Cultura, Turismo,
Comercio y relaciones con las Cofradías y Hermandades

- **La organización en el destino de actividades dirigidas al desarrollo personal: meditar, escribir, pintar, fotografiar, componer...**
- **La creación de infraestructuras para el turismo de autocaravanas**
- **La creación y fomento de actividades vinculadas al turismo de senderismo y rutas de bicicleta, ampliando el número de rutas homologadas.**