



Iltrno. Ayuntamiento
de la
Villa de Los Barrios

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURISTICO



PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO LOS BARRIOS

ÍNDICE

I-INTRODUCCIÓN

II-ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DEL TERRITORIO

1. Dimensión Social. Factores demográficos. Población.

2. Dimensión Económica

- 2.1 Actividades económicas desarrolladas en el municipio.
- 2.2 Nivel de Renta
- 2.3 Mano de obra ocupada por sectores -industria, comercio, turismo.
- 2.4 Mano de obra desocupada.

3. Dimensión Medioambiental

4. Dimensión Político – Institucional

III-INFRAESTRUCTURAS

1 .Infraestructuras básicas.

- 1.1 Transportes.
- 1.2 Suministros -agua, electricidad, otros-.
- 1.3 Saneamientos.
- 1.4 Servicios médicos sanitarios.
- 1.5 Otros servicios.

2. Infraestructura hotelera, extra hotelera y otros servicios turísticos. Recursos turísticos potenciales.

- 2.1 Equipamientos de alojamientos hoteleros y extra hoteleros.
- 2.2 Equipamientos de Restauración.
- 2.3 Agencias de viajes.
- 2.4 Alquiler de automóviles.
- 2.5 Infraestructuras de congresos.
- 2.6 Equipamientos deportivos y recreativos.
- 2.7 Monumentos y museos.
- 2.8 Espacios protegidos y Áreas recreativas.
- 2.9 Folklore
- 2.10 Empresas de Turismo Activo.
- 2.11 Actividades socioculturales.
- 2.12 Servicios complementarios.

3. Patrimonio Histórico Natural y Artístico del Municipio.

- 3.1 Parques y jardines.*
- 3.2 Edificios singulares.*
- 3.3 Abrigos rupestres.*
- 3.4 Formaciones rocosas singulares.*
- 3.5 Rutas de Senderismo.*
- 3.6 Rutas de Bici.*

IV – PROSPECCIÓN DEL TERRITORIO

- 1. Análisis del patrimonio inmobiliario y problemática.***
- 2. Análisis de los establecimientos comerciales y la problemática que plantean.***
- 3. Análisis de los establecimientos de restauración y la problemática que plantean.***
- 4. Análisis de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros y la problemática que plantean.***
- 5. Propuestas de modalidades de alojamientos.***

V-DIAGNOSTICO

1. Análisis DAFO.

- 1.1 Deficiencias.*
- 1.2 Amenazas.*
- 1.3 Fortalezas*
- 1.4 Oportunidades*

VI-OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

- 1. Diseño de estrategias: Elección del tipo de mercado.***
- 2. Dotación de infraestructuras públicas y privadas.***
 - 2.1 Turismo y Transporte.*
 - 2.2 Turismo y Urbanismo.*
 - 2.3 Turismo y Medio Ambiente.*
 - 2.4 Turismo y Cultura.*
 - 2.5 Turismo y Deporte.*
 - 2.6 Turismo.*
- 3. Mejora de la promoción y comercialización del producto “Los Barrios”.***
 - 3.1 Comercialización.*

- 3.2 *Distribución*
- 3.3 *Comunicación.*
- 3.4 *Diseño de estrategias.*
- 3.5 *Investigación del mercado. Análisis del mercado.*
- 3.6 *Análisis de la competencia*
- 3.7 *Conclusiones*

4. Estrategias de Calidad, Profesionalidad y Competitividad.

- 4.1 *Acciones para la evaluación de la calidad.*
- 4.2 *La gestión medioambiental.*
- 4.3 *Plan de Gestión de Calidad y Excelencia.*
- 4.4 *Auditoria de la calidad*

VII-VIGENCIA

VIII-DELIMITACION

1. Delimitación de la zona geográfica del ámbito del plan

2. Estudio sobre el terreno: Cartografía. Anexos

- 2.1 *Planes de ordenación.*
- 2.2 *Planes rectores PORN Y PRUG.*
- 2.3 *Vías de comunicación.*

IX- CRONOGRAMA DE EJECUCION

- 1. **Fase I. Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico del territorio.**
- 2. **Fase II. Formulación del Plan de Acción Turística**

X- ESTIMACION PRESUPUESTARIA Y POSIBLES VIAS DE FINANCIACION

XI-EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO

- 1. **Efectos positivos del desarrollo del turismo en la economía local**
- 2. **Efectos positivos en el empleo**
- 3. **Efectos positivos en la artesanía**
- 4. **Efectos positivos en el comercio**
- 5. **Efectos positivos en el patrimonio arquitectónico local**

6. Efectos positivos para las entidades públicas.

7. Mejora la formación de los trabajadores.

XII- BIBLIOGRAFIA

XIII- ANEXOS

XIV- MESAS DE CONCERTACION SOCIAL

I - INTRODUCCION

La Ley 5/2010 del 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía determina las competencias y las potestades de los municipios y de los demás entes locales como expresión propia de la autonomía local y las reglas por las que hayan de regirse las eventuales transferencias y delegaciones a estos de competencias de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Esta ley en su artículo 9, punto 16 establece como competencia municipal la “promoción del turismo, incluyendo: a) La promoción de sus recursos turísticos y fiestas de especial interés. b) La participación en la formulación de los instrumentos de planificación y promoción del sistema turístico en Andalucía. c) El diseño de la política de infraestructuras turísticas de titularidad propia.”

La nueva Ley del Turismo de Andalucía - Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía- fundamentada en el artículo 71 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, en todo caso, la ordenación, la planificación y la promoción del sector turístico. Donde por su parte, el artículo 37.1.14.º del Estatuto de Autonomía para Andalucía establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico, como elemento económico estratégico de Andalucía, donde el turismo se configura como la actividad del sector servicios que mayores repercusiones, en términos de renta y empleo, genera en Andalucía, constituyendo un recurso de primer orden que se encuentra en constante dinamismo y siendo, durante las últimas décadas, una de las principales palancas dinamizadoras de nuestro crecimiento y desarrollo socioeconómico.

Esta Ley establece los instrumentos que deberán ajustarse a las especificaciones y directrices, de los Marcos Estratégicos para la Ordenación de los Recursos y las Actividades Turísticas; la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía; los Programas de Recualificación de Destinos; los Planes Turísticos de Grandes Ciudades, y los Programas de Turismos Específicos, instrumentos para establecer políticas turísticas diferenciadas y sostenibles para los distintos territorios de que se compone Andalucía y para los diferentes segmentos que conforman el sistema turístico regional.

En este proceso de regulación de gran importancia para establecer mecanismos de colaboración y participación entre las Administraciones Públicas y la iniciativa privada ha sido el eje motor para el desarrollo del Plan Estratégico Municipal y la propuesta de desarrollo turístico de Los Barrios.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico pretende vincular al sector público y el sector privado para establecer el Marco general de desarrollo de la planificación turística a lo largo del periodo de vigencia, cuyo objetivo principal, no es otro, que el de dar forma a una planificación, ejecución y revisión de programas y proyectos, dentro las actuaciones que se llevarán a cabo en el municipio, cuidando y verificando que se cumplan los propósitos desarrollados dentro de los plazos acordados y que figuran en cada uno de los programas.

El objeto del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico es incrementar el grado de sensibilidad turística para poder promover, coordinar y supervisar un desarrollo turístico que produzca rentabilidad económica, social y medioambiental a medio y largo plazo, esto es, un Desarrollo Turístico Sostenible.

El turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes.

En los últimos años se ha venido desarrollando el fenómeno turístico que tiene como marco de realización el medio natural y que está dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este tipo de turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza. No obstante, el turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales tienen potencialidades reales para llevar a cabo esta actividad, o requieren de elementos del entorno que lo favorezcan tales como la accesibilidad, la salubridad o la seguridad. Sería un error considerar el turismo como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local. La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

II- ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DEL TERRITORIO

1. Dimensión Social. Factores demográficos. Población.

La Villa de Los Barrios es uno de los municipios que más ha prosperado en la Provincia de Cádiz siendo una de las localidades con más calidad de vida del Campo de Gibraltar. Este municipio ha experimentado un notable desarrollo en los últimos años con un gran crecimiento urbanístico y económico.

Los Barrios se compone de un amplio centro urbano y de las poblaciones de Los Cortijillos, Guadacorte, Puente Romano y la localidad marinera de Palmones. El centro urbano está situado a cuatro kilómetros de la Bahía de Algeciras. La población barreña es una población moderna con un núcleo urbano en expansión y un extenso perímetro de urbanizaciones residenciales.

La Villa de Los Barrios con 356 km² de extensión y más de 22.000 habitantes, se abre a la Bahía en un litoral de 2 Km de longitud desde la desembocadura del río Guadarranque, hasta la desembocadura del río Palmones, formando el Paraje Natural en las marismas del mismo nombre.

Los Barrios pertenece a los llamados municipios de la “Ruta del Toro”, ruta que debe su topónimo a las numerosas ganaderías de reses bravas dispersas a lo largo de los términos municipales de las poblaciones incluidas en la ruta.

2. Dimensión Económica.

2.1 Actividades económicas desarrolladas en el municipio.

Con motivo de la creación del “Polo de Desarrollo” amparado en el “Plan especial del Campo de Gibraltar”, se inicia así el periodo de industrialización de la zona del Campo de Gibraltar, decisión que afectará en detrimento al desarrollo turístico de la zona y en especial en Los Barrios, constituyendo un enclave perfecto para el desarrollo del turismo de Sol y Playa en las áreas de Guadacorte y Palmones.

El Plan de Desarrollo Industrial tiene entre otras repercusiones la declaración de suelo industrial de las zonas ubicadas en el borde de la bahía mediante la implantación del polígono industrial ACERINOX en Los Barrios. Las expectativas de desarrollo económico que el plan creó, no se alcanzaron ni tampoco ayudó a aumentar el nivel socio-económico de la población, sin embargo, contribuyó a ubicarse industrias altamente contaminantes en deterioro de un entorno idílico (de prospección turística) y en perjuicio de sectores tradicionales y vinculados a las materias primas de la zona; transformación del corcho, conservas, pesca,

Otras actividades empresariales desarrolladas en el Municipio de Los Barrios a lo largo del último decenio por orden de relevancia son los siguientes:

- ✓ Comercio, Restaurantes, y otros servicios.
- ✓ Construcción.
- ✓ Transportes y comunicaciones.
- ✓ Instituciones financieras, servicios prestados a otras empresas.
- ✓ Servicios Auxiliares, Actividades Administrativas.
- ✓ Industrias de manufacturación.
- ✓ Agricultura, Ganadería, Silvicultura y pesca.
- ✓ Educación.

- ✓ Actividades Sanitarias y de Servicios Sociales.
- ✓ Actividades Artísticas, Recreativas y de Entretenimiento.
- ✓ Otros Servicios.

El análisis de la densidad empresarial, aproximada por el número de licencias IAE por cada 1000 habitantes, proporciona una orientación sobre el potencial empresarial de la Comarca y su dinamicidad para generar actividad económica, aunque sin tener en cuenta el tamaño de los establecimientos. Es por tanto un indicador orientativo cuya utilidad se centra más en el análisis de evolución - en general o por actividades- que en la comparación entre diferentes ámbitos territoriales o divisiones.

La reducción más apreciable se ha producido en la construcción, con una caída del índice del 8% (el descenso fue del 6,1% en la Provincia y del 7,6 en la Región). Las actividades de mayor peso en el conjunto total Comercio, restaurantes y hospedaje, sin embargo, aumentó el valor del indicador en las actividades de servicios financieros, seguros y alquileres.

2.2 Nivel de Renta

El nivel de Renta determina la capacidad de la demanda de la población de la Comarca para adquirir bienes y servicios, su evolución y su posible comparación con otros ámbitos territoriales. La Renta declarada por IRPF no es una medida directa de desarrollo sostenible, pero cuantifica aspectos tan importantes como los patrones potenciales de consumo de la población.

La situación comparativa de la cifra disponible más reciente para la Comarca sitúa la renta declarada por habitante en 6.056 euros - 5.838 en la Provincia y 5.922 de media para Andalucía-. La Renta por tanto es ligeramente superior a la de los ámbitos provincial y regional; presenta un diferencial sostenido en los últimos años de en torno al 4% con respecto a la Provincia y del 2% con respecto a la media de Andalucía.

La evolución a largo plazo de la Renta per cápita continúa con unas pautas muy similares en los tres ámbitos espaciales; sin embargo, mientras que la Comarca ha conseguido converger con la media andaluza e incluso superarla en varios años, los datos provinciales reflejan un diferencial de entre cuatro y cinco puntos por debajo de la media de Andalucía en todos los años.

Algeciras, Los Barrios y San Roque presentan valores por encima de la media provincial y regional. Algeciras presenta el valor más alto, con una tendencia creciente en términos relativos; en relación con la media andaluza se consolida con más de un veinte por ciento por encima de ésta. De los dos municipios con mayor potencial industrial, San Roque se mantiene varios puntos por encima de la media provincial y andaluza; **Los Barrios** se consolida con un trece por ciento superior a la media de Andalucía. El comportamiento medio del crecimiento de la renta en los municipios de la Comarca está en la línea de la media regional.

Los ingresos fiscales por habitante indican la presión fiscal soportada, en relación con los tributos locales. Es preciso tener en cuenta, sin embargo, que en los ingresos fiscales computan no sólo las tasas, sino también otros tributos - el Capítulo I incluye IAE, IBI, ...- , por tanto, este indicador recogerá también la evolución o marcha económica del municipio; las zonas con mayor potencial económico presentarán lógicamente valores más altos.

Los ingresos fiscales medios para la zona de la Bahía de Algeciras se situaban en 785 euros por habitante, un 20% superior a la media provincial y un 42% superior a la regional. La tendencia para los últimos años es al alza, mientras que en el conjunto de la Provincia hay un estancamiento en los tres últimos años.

Por municipios los valores más altos de ingresos fiscales totales por habitante corresponden a **Los Barrios** y San Roque. En tasas los municipios que superan ampliamente las medias regionales y provinciales son, por este orden, **Los Barrios**, San Roque y Tarifa.

2.3 Mano de obra ocupada por sectores -industria, comercio, turismo-

Las ocupaciones más demandadas por las empresas según su grado de ocupación en el municipio de Los Barrios a la finalización del mes de octubre del 2011 por orden de relevancia:

- ✓ Trabajadores de los servicios de Restauración, Personales, Protección y Vendedores.
- ✓ Ocupaciones elementales.
- ✓ Manufacturas y Construcción.
- ✓ Técnicos y profesionales de apoyo.
- ✓ Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina.
- ✓ Técnicos y profesionales científicos e intelectuales.
- ✓ Operadores de instalaciones y maquinaria.

2.4 Mano de obra desocupada.

En el Municipio de Los Barrios, desafortunadamente existe un alto nivel de desempleo, 3.938 personas desocupadas a fecha del 31 de Octubre del 2011, a pesar de su potencial natural como fuente generador de riqueza y crecimiento. Los contratos indefinidos son prácticamente inapreciables frente a un fuerte incremento de contrataciones de duración determinada. De los 698 contratos registrados en el municipio tan solo 52 de ellos han sido convertidos en indefinidos, los 646 restantes con carácter temporal. **En cuanto a los sectores menos afectados se encuentra precisamente el sector servicios donde 38 de los contratos indefinidos corresponden a este sector y 408 de las contrataciones realizadas son de carácter temporal.**

Con referencia al sector poblacional más afectado podemos destacar al sector femenino donde sigue superando estadísticamente los registros de desempleo y viéndose afectadas las mujeres de 45 o más edad como las más perjudicadas. Con respecto al sector masculino las edades más afectadas son también de 45 o más edad. También debemos destacar la relación directa entre nivel de estudios y paro registrado, cuanto menor es el nivel formativo el índice de parados es mayor.

3. Dimensión Medioambiental

El Parque Natural Los Alcornocales, lo componen una multitud de contrastes paisajísticos, conformado por 17 municipios cuyas economías se desenvuelven en su mayor parte al margen del Parque Natural en un amplio espacio agreste, solo relativamente humanizado, casi despoblado, con explotaciones económicas extensivas, entre las que destacan las relacionadas con el corcho.

El Parque Natural Los Alcornocales conformado por un conjunto de sierras del extremo occidental de la Cordillera Bética, cubiertas por bosques mediterráneos, donde domina el alcornocal pero también grandes extensiones de acebuches, quejigales y otras especies ofrece un valor singular y paisajístico, donde las características de su biodiversidad aportan infinitas oportunidades de aprovechamiento turístico desarrollado en el medio natural. Dentro del espacio natural existen varios embalses: Guadarranque, Celemín, los Hurones, Barbate, Almodóvar y Charco Redondo siendo este último interesante su puesta en valor para la realización de actividades turísticas de uso público, pesca y navegación sin motor.

En el parque natural se localizan 25 habitats naturales considerados de interés comunitario por esta Directiva, siendo cuatro de ellos de interés prioritario. Además alberga al menos 20 especies de fauna que figuran en el Anexo de la Directiva de Habitats entre ellas peces, anfibios, mamíferos e invertebrados.

Por su ubicación estratégica en plena ruta migratoria del Estrecho y la calidad ecológica del Parque Natural es un espacio ornitológico de primer orden, siendo ya reconocido como Zona de Especial Protección de la Aves en la Directiva de Aves.

En el Catálogo Andaluz de Especies Amenazadas se recogen 18 localizadas en los Alcornocales y una de ellas ya extinta *Dryopteris guanchica*, 6 en peligro de extinción y 11 vulnerables destacando éste área como lugar de interés paisajístico y botánico. La riqueza de helechos de valor especial como *Psilotum nudum* en peligro de extinción o del *Christella dentata* y el *Diplazium caudatum* reafirma la importancia de los ecosistemas para su estudio y conservación.

4. Dimensión Político – Institucional

Las administraciones turísticas relacionadas con el ayuntamiento de Los Barrios para establecer relaciones como soporte del desarrollo turístico del territorio de ámbito comarcal, gozan de personalidad jurídica propia e independiente de las entidades que la

integran. Siete son los municipios que componen La Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar; (Los Barrios, Jimena, Tarifa, Algeciras, La línea, San Roque y Castellar), tiene consideración de Entidad Local y plena capacidad jurídica para el cumplimiento de sus fines. Sus estatutos contemplan que la asunción de esa figura jurídica constituye simplemente un primer paso para conseguir un carácter institucional más elevado, como puede ser el reconocimiento político-administrativo de la comarca.

El objeto de la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar es el de promover, dinamizar y racionalizar el desarrollo integral de la comarca, y conjugar y coordinar medios y esfuerzo materiales y humanos para cumplir fines de interés para todos sus miembros, además de la creación y gestión de aquellos otros servicios que, sin menoscabar la autonomía municipal en cuanto a sus competencias legales, y previa petición de los Ayuntamientos afectados, se estimen de interés para los municipios mancomunados, por acuerdo de la Junta de Comarca.

La Diputación Provincial de Cádiz está compuesta por treinta y un representantes de cuarenta y cuatro ayuntamientos agrupados en nueve partidos judiciales.

El Patronato Provincial de Turismo es un organismo autónomo local adscrito al Área de Turismo de la Diputación Provincial de Cádiz. El Patronato tiene por objeto la promoción, fomento, y desarrollo del turismo en la provincia de Cádiz, para lo cual lleva a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones:

- ✓ Intervenir en el mercado turístico nacional e internacional lo más eficazmente posible para inducir la demanda hacia nuestra provincia.
- ✓ Establecer los sistemas de comercialización necesarios para procurar la plena ocupación de nuestras plazas turísticas.
- ✓ Organizar actos encaminados a la atracción del turismo.
- ✓ Realizar acciones y gestiones ante las instancias que fueran necesarias tendentes a mejorar la imagen turística de la provincia.

- ✓ Producir todo tipo de material informativo, bajo cualquier soporte que divulgue los recursos, bienes y servicios turísticos provinciales.
- ✓ Promover el estudio y desarrollo de las peculiaridades de la provincia en el orden turístico potenciando sus factores básicos.
- ✓ Impulsar la coordinación, cuando se incida en la provincia, de todas las entidades, tanto públicas como privadas, españolas o extranjeras, que actúen en el campo de la promoción turística.
- ✓ Fomentar la realización de actividades tendentes a completar los atractivos turísticos de la provincia.
- ✓ Cuantas otras gestiones relativas al desarrollo del turismo provincial, no estén comprendidas en los apartados anteriores.

III-INFRAESTRUCTURAS

1. Infraestructuras básicas.

1.1 Transportes.

Compañías de Transportes que operan en líneas del Campo de Gibraltar o que conectan con otras ciudades dentro y fuera de la provincia.

- ✓ Autocares Rico.SA
- ✓ Portillo
- ✓ C.T.M
- ✓ Transportes Generales Comes
- ✓ DAIBUS S.L
- ✓ Levante Autocares
- ✓ LINESUR

Destacar en cuanto a este apartado la inexistencia de una línea de transporte público que conecte todos los municipios del Campo de Gibraltar entre sí.

1.2 Suministros -agua, electricidad, otros-.

Empresas suministradoras de agua:

- ✓ Unión de Sondeos
- ✓ Pilotes Genisol
- ✓ Aquasol Medioambiente
- ✓ SERVIPOOL
- ✓ Aqualia Gestión Integral del Agua S.A
- ✓ EMALGESA
- ✓ AARUS MARITIMA S.A
- ✓ AQUALIA
- ✓ ARCGISA
- ✓ Agencia Andaluza del Agua
- ✓ Servicios de Agua
- ✓ SOTOGRADE
- ✓ Aguas y Residuos Campo de Gibraltar

Destacar en este sentido que a pesar de la cantidad de empresas que ofrecen el servicio de gestión del agua, el precio de la misma es muy elevado para tratarse de un bien común y necesario encareciendo, por tanto, el precio final del producto turístico.

Empresas suministradoras de Gas:

- ✓ Distribuidoras González Gaggero
- ✓ Factoría 61
- ✓ Repsol YPF
- ✓ Gas Plus S.L
- ✓ RUMAGAS
- ✓ GUILLERMO RUIZ MARÍN S.L

1.3 Saneamientos.

Los datos de consumo de agua y tratamiento de aguas residuales en el municipio de Los Barrios durante el periodo del 2010 fueron de 2.584.436m³, mientras que las aguas depuradas en el Término municipal de Los Barrios se llevan a cabo en las estaciones depuradoras de aguas residuales urbanas de " La Viñuela" y de "Guadacorte", tratándose un volumen de 876.000m³ y 881.076m³ respectivamente.

En la actualidad la empresa encargada de la gestión de residuos urbanos y gestión del agua corresponde a ARGISA que entre otras acometidas, contemplan el servicio de tratamiento y distribución de agua en alta en toda la comarca.

- ✓ La Gestión del ciclo integral del agua en baja -abastecimiento, saneamiento y depuración-.
- ✓ Recogida de residuos urbanos.
- ✓ Tratamiento y eliminación de residuos sólidos urbanos.
- ✓ Recogida selectiva de ciertos residuos urbanos -papel-cartón, vidrio y envases de pilas y baterías usadas y demás residuos eléctricos-.

1.4 Servicios médicos sanitarios.

Además de los Centros que conforman los Centros de Salud del Sistema público de Andalucía y consultorios también existen a nivel comarcal servicios médicos privados.

- ✓ Clínicas El Sur
- ✓ URE Centro Gutenberg
- ✓ DADISA Desarrollo Andaluz de Diagnóstico por Imagen S.A
- ✓ Clínicas Contreras Ariza
- ✓ Andrea Regina policlínica
- ✓ Delfos Clinic
- ✓ Clínica Virgen de la Palma
- ✓ Scanner Sur
- ✓ Centro Médico Virgen del Pilar
- ✓ DEUX Clínica Médica
- ✓ Los Ángeles
- ✓ Clínica Andaluza Santa Ana
- ✓ Clínica Barrera
- ✓ Ginesur clínica Campo de Gibraltar
- ✓ Gestión Sanitaria Andaluza S.L

1.5 Otros servicios.

- ✓ Servicios de Ambulancias
- ✓ Mutuas

2. Infraestructura hotelera, extra hotelera y otros servicios turísticos. Recursos turísticos potenciales.

2.1 Equipamientos de alojamientos hoteleros y extra hoteleros.

TIPOLOGIA DE ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	Nº DE PLAZAS
GUADACORTE PARK	H****	116
REAL	H*	46
HOSTAL SORIANO	Hs**	29
HOTEL NH	H****	200
HOLIDAY INN EXPRESS ALGECIRAS	H****	119
LA MONTERA PLAZA	H****	125
MARIA VICTORIA	P*	10
MILAGROS	P*	15

En estos momentos se dispone de un total de 660 plazas hoteleras en el municipio.

2.2 Equipamientos de Restauración.

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA/ TENEDORES	Nº DE PLAZAS/ SALONES
AL-ANDALUS	II Tenedores	50 Comensales
VENTA EL ORO	II Tenedores	100 Comensales
WILLY	II Tenedores	100 Comensales
OLIVA	II Tenedores	180 Comensales
COMIDA GRIEGA BLACKBEARD & WHITE UGC CINE CITÉ		
FOSTER'S HOLLYWOOD UGC CINE CITE		
RESTAURANTE BUFFET WOK HONG KONG	I Tenedores	120 Comensales
MESÓN EL COPO	II Tenedores	150 Comensales
LOS TRES ARCOS	II Tenedores	130 Comensales
LAS SALINAS		
ROBERTO PECINO	II Tenedores	90 Comensales
TELEPIZZA UGC CINE CITÉ		
LAS MARISMAS	I Tenedores	80 Comensales
LOS ALCORNOCALES	II Tenedores	70 Comensales
LA LONJA	III Tenedores	100 Comensales
LA ALDEA	II Tenedores	250 Comensales
LA CANDELÁ	I Tenedores	80 Comensales

RESTAURANTE NHUBE HOTEL NH		40 Comensales
HERMANOS SORIANO	II Tenedores	140 Comensales
RESTAURANTE LAS TORRES		
LA MASÍA		100 Comensales
BAHIA GRANDE		
RESTAURANTE EL RANCHO	I Tenedores	40 Comensales
EL PATIO JUAN	I Tenedores	80 Comensales
EL FRENAZO	II Tenedores	200 Comensales
EL CANDIL	I Tenedores	200 Comensales
BODEGUITA IBERICA	II Tenedores	195 Comensales
EL GRAN CHINO	I Tenedores	150 Comensales
PIZZERIA VESUBIO-CORTIJI	II Tenedores	90 Comensales
RESTAURANTE LAS SALINAS		
VENTA LOS CORTIJILLOS	I Tenedores	150 Comensales
PIZZERIA LA TOSCANA		
BUFFET LOS JARDINES		70 Comensales
TUPINAMBA	I Tenedores	150 Comensales
WOK	I Tenedores	120 Comensales
EL FLAMENCO	I Tenedores	80 Comensales
REST. HOTEL REAL	I Tenedores	60 Comensales
PIZZERIA VESUBIO	II Tenedores	40 Comensales
ZIRYAB MESÓN	I Tenedores	83 Comensales
PEÑA TORO EMBOLAO	I Tenedores	60 Comensales
CORTIJO DE GUADACORTE	II Tenedores	70 Comensales
PIZZERIA FATTUCHI		50 Comensales

Otros establecimientos

Bares de Tapas

BAR ESTRECHO
BAR SEDE SOCIAL J.P.PALMONES F.C.
BAR PEÑA CULTURAL REAL MADRID LOS BARRIOS
BAR PEÑA CULTURAL REAL MADRID PALMONES
BAR LOS PAJARITOS
CENTRO DE DIA DE PALMONES
BAR POLLO MAYORAL
CERVECERÍA GAMBRINUS
BAR MESÓN LA OLLA
LA PLAZA
SEVILLA
LA GINETA
TAPITAS LA MONTERA

BARHETO
AA.VV EL PALMARILLO
EL GUIAL
KIOSCO PACO
EL ROCÍO
EL GIRALDILLO
VINATERÍA EL LAGAR
LAS PALMERAS
BAR LA CUESTA
LIMONAY
NUEVA CARTEYA.
PEÑA C. TAURINA JOSÉ RAMÓN VALENCIA
BAR LA GARNACHA
BAR LA PITANZA
BAHIA GRANDE
BAR CASA LEON
CASA ANA
ER TARGITO
GOFFY
BAR EL QUEJIO
EL PESCAITO
BAR PEÑA FOSFORITO
BAR CAFETERÍA CASA CARMEN
BAR CASINO
BAR KIOSKO CURRO
BAR ARROYO LA PARRILLA
LA TABERNA DE PEPE
BAR SEDE SOCIAL EL VILLAR
CLUB SOCIAL DE VECINOS EL RODEO

Cafeterías y Bares de copas

BAR DE COPAS COCONUT
BAR DE COPAS DIMAS
JOKA
BOHEMIA
VÍA 35
CAFETERÍA ÁNIMOS
CAFETERÍA GRAN CAFÉ
PUB CUBABAR
FORTUNA
SIGLO
MANAO'S

LA HABANA

CAFETERÍA VERDI

JARAJE PUB

LUNA PARK

AURGI

CARTE D'OR

CAFETERÍA EL RINCÓN DE JEREZ

ITALCAFÉ

LA DIFICULTOSA

LEROY MERLÍN

CAFETERÍA PARAÍSO

PUB COCKTAIL

CAFETERÍA GABBANA

MENTA Y LIMÓN

RASCAYÚ

CAFETERÍA ANDÉN 40

2.3 Agencias de viajes.

CARREFOUR

VIAJES MAVELIA

NORMANDIE

DELTATOUR

2.4 Alquiler de automóviles.

No existe infraestructura al día de hoy con disponibilidad de alquiler de vehículos en el municipio de Los Barrios.

2.5 Infraestructuras de congresos.

- ✓ RECINTO FERIAL

Salones disponibles en:

- ✓ Hotel Guadacorte Park
- ✓ Hotel Holiday Inn Express
- ✓ Hotel NH Campo de Gibraltar
- ✓ Hotel Montera Plaza

2.6 Equipamientos deportivos y recreativos.

Las instalaciones deportivas en el municipio de Los Barrios son las siguientes:

UBICACION	INSTALACION	TIPOLOGIA	PAVIMENTO
CORTIJILLOS	CAMPO DE FUTBOL		HIERBA NATURAL
CORTIJILLOS	LAS ARENAS	CAMPO DE FUTBOL	HIERBA NATURAL
	CLUB VILLA VERDE	PISTAS/PÁDE L/PISCINA	ARENA
LOS BARRIOS	COMPLEJO SAN RAFAEL	CAMPOS DE FUTBOL	HIERBA NATURAL/ARTIF ICIAL
LOS BARRIOS	PABELLÓN SAMUEL AGUILAR	GIMNASIO	MADERA/TATA MI
LOS BARRIOS	PABELLÓN SAMUEL AGUILAR	PISTA TENIS/ MINI BASKET/ PÁDEL	ARENA/ HORMIGÓN
PALMONES	GIMNASIO MUNICIPAL	GIMNASIO	TERRAZO
LOS BARRIOS	COMPLEJO SAN RAFAEL	PISCINA	
GUADACORTE	HOTEL GUADACORTE PARK	PÁDEL/ VASO DE RECREO	LOSETA/ ARENA
	INTERPÁDEL	PÁDEL/ GIMNASIO	ARENA/ MADERA
LOS BARRIOS	KARTS DAYTONA	CAMPOS DE FUTBOL/ PISTAS PÁDEL	HIERBA ARTIFICIAL/ ARENA
GUADACORTE	COMPLEJO DEPORTIVO LAS PALOMAS	FUTBOL SALA TENIS/ PÁDEL/ VASO RECREATIVO	ARENA/ TIERRA BATIDA
PALMONES	PABELLÓN CUBIERTO		HORMIGÓN
LOS BARRIOS	PISCINA CUBIERTA	GIMNASIO/ SALA MULTIUSO	SINTETICOS/ MADERA
LOS CORTIJILLOS	PISTA LOS CORTIJILLOS		HORMIGÓN
PALMARILLO	PISTA POLIDEPORTIVA		HORMIGÓN
PUENTE ROMANO	PISTA POLIDEPORTIVA		HORMIGÓN
LOS BARRIOS	CIUDAD JARDÍN	TENIS/PISTA ESPECIALIZADA/ VASO RECREATIVO	HORMIGÓN
	ZONA FITNESS	SALA EQUIPADA/ SALA	BALDOSAS

		COLECTIVA	
	CLUB DEPORTIVO METROPOLITAN	SALA EQUIPADA/ SALA ESPECIALIZADA	BALDOSAS/ MOQUETA
LOS BARRIOS	ACADEMIA ARTES MARCIALES	ARTES MARCIALES	SINTÉTICO RÍGIDO

Como equipamientos recreativos podemos destacar:

- ✓ Piragüismo- gestionado por el Club de Actividades Náuticas Los Barrios
- ✓ Pádel, Fútbol Sala y Fútbol 7- dirigido por la empresa Karts Daytona
- ✓ Ciclismo- Unión Ciclista Los Barrios.
- ✓ Complejo Deportivo Las Marismas
- ✓ Rutas a caballo. Yeguada P.R.E. San Isidro Escuela Ecuestre “LA POLLITA”
- ✓ Soc. Federada de Caza y Pesca La Gineta. Gestionan el campo de tiro y las monterías de los montes de propio del ayuntamiento.
- ✓ Observatorio Ornitológico en Palmones, gestionado por el Colectivo Ornitológico Cigüeña Negra

2.7 Monumentos y museos.

El equipamiento Cultural en el municipio de Los Barrios es extremadamente escaso, pudiendo apenas nombrar la Biblioteca Municipal “López Ballesteros”. En cuanto a instalaciones museísticas es considerablemente pobre, donde figura únicamente el Museo de Historia Natural.

2.8 Espacios protegidos y Áreas recreativas.

- ✓ Parque Natural Los Alcornocales.
- ✓ Área recreativa “La Montera del Torero”.
- ✓ Paraje Natural Marismas del Palmones.
- ✓ Punto de Observación Ornitológica- Palmones- en la Avenida Embarcadero.

2.9 Folklore

- ✓ **El chacarrá**, baile español propio de localidades andaluzas, entre ellas Casas Viejas, Tarifa, Facinas, Bolonia, Zahara de los Atunes, Algeciras, Los Barrios, Castellar de la Frontera, Rute e Iznájar. Desde el punto de vista métrico y armónico, su música está emparentada con el fandango, pues su compás es ternario y combina la tonalidad mayor con la cadencia modal andaluza. Asimismo está relacionado con los verdiales y con los bailes de candil, por el contexto en que tradicionalmente se interpretaba y por el estilo

de su coreografía. El cante se acompaña con guitarra, palillos y pandereta, entre otros instrumentos de percusión.

✓ **El Flamenco** patrimonio auténtico y genuino de todos los andaluces sin distinción de etnias y religión, donde el cante, el toque y el baile son sus principales facetas.

✓ **Rondallas**, conjunto de instrumentos de cuerda tocado de origen medieval y que deriva de “la ronda” que significa "serenata". Los grupos de jóvenes que tocaban y cantaban regularmente en frente de las casas, y las bandas de músicos conocidos como murga o comparsas utilizaban instrumentos musicales como: guitarras, panderetas, castañuelas, y triángulos...

✓ **Las chirigotas** o coplillas que poseen unas formas musicales muy simples procedentes del pasodoble, la rumba, la sevillana, el tanguillo, la seguidilla, la jota, la isa canaria etc. Las letrillas inventadas se acoplan a esta música y tratan de muy diversos temas, centrándose sobre todo en la actualidad. El objetivo principal de la chirigota es hacer reír al público a través de la crítica satírico-humorística.

2.10 Empresas de Turismo Activo

NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD
ASOCIACIÓN DE SENDERISMO VULPES	Senderismo, astronomía, educación ambiental, micología...
CLUB ACTIVIDADES NAÚTICAS LOS BARRIOS	Piragüismo, paddel surf...
CLUB QUERCUS	Senderismo
UNIÓN CICLISTA BARREÑA	Mountain bike, ciclismo...
YEGUADA DE SAN ISIDRO	Actividades ecuestres
COLECTIVO ORNITOLOGICO CIGÜEÑA NEGRA	Ornitología, educación ambiental...
YEBEL AVENTURAS	Rock climbing, paddle surf, tracking,...

2.11 Actividades socioculturales.

- ✓ Romería San Isidro Labrador.
- ✓ Feria y Fiestas patronales en Honor al Patrón San Isidro.
- ✓ Carnavales.
- ✓ Veladas en Los Cortijillos, Guadacorte y Palmones.
- ✓ Cabalgata de Reyes Magos.
- ✓ Jornadas Carnavalescas.
- ✓ Tagarniná Popular.
- ✓ Semana Santa.
- ✓ Toro Embolao. Domingo de Resurrección.

- ✓ Romería San Juan Bautista- Los Cortijos-.
- ✓ Hogueras de San Juan.
- ✓ Festividad Virgen del Carmen Palmones.
- ✓ Festividad Virgen del Rosario.
- ✓ El Día del Niño. Se inicia en el año 1973 por iniciativa del sacerdote Navarro José Olite

Actividades Socioculturales desaparecidas:

- ✓ Rotura del Velo Negro que cubría el altar. Se rasgaba el Sábado de Gloria.
- ✓ Altar de flores de la Cruz de Mayo.
- ✓ Verbena de San Miguel en las huertas de Benharás.
- ✓ Rondallas de Navidad
- ✓ El Chacarrá. El chacarrá o fandango campero es un cante y un baile típico de las Sierras Barreñas. Tiene aires de verdiales y de fandanguillos con letrillas picantes e ingeniosas y alegres donde servían de soporte a la fiesta.
- ✓ La Recova o Recovero. Hombre curtido y buen caminante que cargado con los productos del pueblo y de ciudad - cacharros, telas...- visitaba esporádicamente los caseríos dispersos por los montes.

2.12 Servicios complementarios

En definitiva, en el municipio de Los Barrios existe poca oferta de infraestructuras básicas de alojamiento y sin embargo cuenta con un número importante de restaurantes ubicados en su mayoría en la zona de Palmones. Esto viene a demostrar la importancia de potenciar el desarrollo en este sentido a favor de un turismo gastronómico, con políticas serias de mejoras en las infraestructuras y planes promocionales del sector.

En cuanto a la oferta de actividades lúdicas y turísticas complementarias son muy mejorables, el municipio carece de servicios náuticos deportivos, existen empresas de Turismo Activo que desarrollan actividades en el medio natural y que hay que potenciar y ampliar su oferta. Por último destacar, el abandono que sufre nuestra artesanía en detrimento de nuestra cultura social.

3. Patrimonio Histórico Natural y Artístico del Municipio.

3.1 Parques y jardines

- ✓ Parque de La Torre en Palmones.
- ✓ Plaza de Los Faroles en Los Cortijos.
- ✓ Lago de Guadacorte.
- ✓ Jardín Público Blas Infante.
- ✓ Jardín Botánico Betty Molesworth.
- ✓ Paseo Marítimo de Palmones.

- ✓ Plaza de la Iglesia.
- ✓ Lugar de esparcimiento, Recinto Ferial. Potencialmente desaprovechado donde se recomienda inversión en infraestructura para albergar un Palacio de Congresos y exposiciones.

3.2 Edificios singulares

- ✓ **Torre vigía de Entre ríos en Palmones.** Torre vigía construida entre 1585 y 1588, de planta cuadrada con elementos medievales tales como la ladronera y matabacas. De una sola estancia con ventanuco orientado al mar y una puerta del acceso por la que se ascendía mediante escala pudiéndose subir también al terrado superior a través de una escalera de caracol. Esta torre sirvió de Torre Vigía a la posible llegada de piratas berberiscos y posteriormente la llegada de navíos ingleses.
- ✓ **La casa de Joseph Cunnighan** en Palmones.
- ✓ **Iglesia de la Pura y Limpia Concepción** en Palmones.
- ✓ **Atalaya del Monte de la Torre.** Torreón de dos pisos de procedencia árabe mudéjar de estilo califal con arco de herradura en el que se advierte la puerta de acceso.
- ✓ **Ermita y caserío de Ojén.** Fechada en 1766 y bajo la advocación de San Pedro de Alcántara y de estilo Barroco.
- ✓ **El Pósito.** Actual museo de Historia Natural. Edificación del siglo XVIII.
- ✓ **La casa de los Urrutia.** Siglo XVIII.
- ✓ **Iglesia de San Isidro Labrador.** Siglo XVIII. Templo de Fachada Neoclásica.
- ✓ **Molino de los Cachones.** Antiguo molino que tomaba sus aguas del Cachón o arroyo Pecino. Era uno de los 5 grandes molinos de harina de trigo que existía en el municipio. Su construcción data del siglo XVIII.
- ✓ **Antiguo Hospital de la Caridad.** Data del año 1804. Actualmente casa de los pensionistas.
- ✓ **Antiguo Casino.** Construido en 1853.
- ✓ **Antiguo Matadero Municipal.** Edificación construida para tales fines en el año 1870.
- ✓ **Pozo de Coca.**
- ✓ **Cortijo de Guadacorte.**
- ✓ **Capilla de Guadacorte.**
- ✓ **Casa Morisco.** Parque Natural Los Alcornocales.
- ✓ **Venta del Carmen.** Siglo XVIII.
- ✓ **Estación de Ferrocarril.** Data de finales del siglo XIX.
- ✓ **Puente Romano.** Construido en 1786 para poder cruzar el arroyo de Guadacorte.
- ✓ **Puente de Hierro.**
- ✓ **Casa Isidro Gómez.** Antiguo Cuartel de la Guardia Civil.
- ✓ **Casa Consistorial.** Siglo XVIII.
- ✓ **Plaza de Toros.**

3.3 Abrigos rupestres.

- ✓ Abrigo de enfrente de Piruétano
- ✓ Cueva de los Alisos
- ✓ Cueva del Caballo
- ✓ Cueva de los Arrieros
- ✓ Cueva del Avellano
- ✓ Cueva de Bacinete -Abrigo principal-
- ✓ Cueva de Bacinete - I
- ✓ Cueva de Bacinete - II
- ✓ Cueva de Bacinete - III
- ✓ Cueva de Bacinete - IV
- ✓ Cueva de Bacinete - V
- ✓ Cueva de Bacinete - VI
- ✓ Cueva de Bacinete - VII
- ✓ Cueva de las Bailadoras
- ✓ Cueva del Boquete de Palos - I
- ✓ Cueva del Boquete de Palos - II
- ✓ Cueva de la Carrahola
- ✓ Cueva del Charco
- ✓ Cueva del Ciervo
- ✓ Cueva de los Cochinos –Palmones-
- ✓ Cueva de la Huerta de las Pilas - Castillejos
- ✓ Cueva de los Ladrones
- ✓ Cueva de la Loma
- ✓ Cueva Magro
- ✓ Cueva de la Máscara
- ✓ Cueva del Mediano
- ✓ Cueva del Obispo - I
- ✓ Cueva del Obispo - II
- ✓ Cueva del Pajarraco –Palmones-
- ✓ Cueva de los Pilonos –Palmones-
- ✓ Cueva del Piruétano
- ✓ Cueva de la Taconera
- ✓ Cueva de los Taconeros
- ✓ Peñón de la Cueva - I
- ✓ Cueva del Corchadillo - I
- ✓ Peñón de la Cueva - II
- ✓ Cueva del Corchadillo - II
- ✓ Roca con Letras

3.4 Formaciones rocosas singulares.

- ✓ Monumento Natural Montera del Torero.
- ✓ La Laja de las Brujas.
- ✓ Piedra Caballera.
- ✓ Tajos de Charco Redondo.

3.5 Rutas de Senderismo.

- ✓ Santuario Tajo de Bacinete y Tumbas Antropomorfas.
- ✓ Arroyo de San Carlos del Tiradero.
- ✓ Sendero del Palancar.
- ✓ Ruta Montera del Torero.
- ✓ Monte de la Torre.
- ✓ Corredor Verde dos Bahías. Cañada Real San Roque- Medina-Los Barrios.
- ✓ Montes de Monte Coche.
- ✓ Hoyo don Pedro.
- ✓ GR7
- ✓ La Teja
- ✓ Valdeinfierno
- ✓ Risco Banco
- ✓ La Cruz del Romero
- ✓ Tramo Puerta Verde de Algeciras
- ✓ Corredor Verde Tramo IV

3.6 Rutas de Bici.

- ✓ Montes del Rincón - Montecoche
- ✓ Mirador Hoyo Don Pedro
- ✓ Mirador Puerto de Ojén

IV – PROSPECCIÓN DEL TERRITORIO

1. Análisis del patrimonio inmobiliario y problemática.

En la actualidad hemos perdido gran parte de nuestro haber cultural que difícilmente podremos recuperar, no obstante, realizaremos un inventario del patrimonio donde tengamos recogidos todas las instalaciones inmobiliarias de valor histórico.

2. Análisis de los establecimientos comerciales y la problemática que plantean.

La situación actual del comercio alimentario en el municipio de Los Barrios se ha producido un importante descenso en la venta de productos al por menor, quedando muy por debajo de los establecimientos dedicados a la venta de productos industriales no alimentarios. Muy probablemente este descenso continúe al mismo tiempo que se han incorporado grandes y medianas superficies para cubrir estas necesidades.

Respecto a establecimientos de productos no alimentarios, hay que destacar que el parque comercial “Las Marismas”, repartido en los polígonos III de Palmones y Guadacorte, es el único centro de comercio y ocio no solo de Los Barrios sino del Campo de Gibraltar. Los últimos establecimientos incorporados en esta área los últimos

años son: Leroy Merlin – Toys R,us – Decathlon – Cine Citè – Factory – Kiabi - Cadena Master .

3. Análisis de los establecimientos de restauración y la problemática que plantean.

Actualmente, el sector de restauración no cuenta con una imagen de promoción y comercialización corporativa como destino turístico gastronómico, a esto, hay que añadir que los restaurantes no se encuentran en un emplazamiento donde sea fácil su acceso, aunque bien es cierto que todos se localizan en la misma demarcación, Palmones. La concentración de éstos, alineados en una única calle unidireccional a ambos laterales de la misma, favorece por un lado que el turista potencial localice alguno en concreto o bien que efectúe su servicio y disfrute en cualquiera de ellos.

Para mejorar la calidad del sector planteamos soluciones que favorezcan la implementación de Palmones como destino de turismo gastronómico. Por otro lado, debemos de realizar acciones de mejoras tanto en la playa como en la desembocadura del río. Entre otras mejoras proponemos:

- ✓ Mejora de la entrada al núcleo poblacional con pantallas vegetales que mejoren la visibilidad desde la carretera de la entrada a Palmones rodeada de naves industriales.
- ✓ Creación y diseño de una imagen corporativa que nos sirva como imagen de calidad para la promoción de Palmones como Centro Gastronómico del Sur.
- ✓ Favorecer con políticas turísticas las iniciativas privadas del sector de la restauración.
- ✓ Diseño de actividades recreativas y de ocio que ayuden a impulsar el sector.

4. Análisis de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros y la problemática que plantea.

- ✓ Actualmente, las visitas a nuestra localidad pasan sus vacaciones en casas de familiares, con una aportación reducida a las arcas municipales, comparado con los servicios que reciben -limpieza de calles, abastecimiento de aguas, alumbrado, recogida de basuras...-
- ✓ La hotelería existente en la actualidad es generalmente de pequeño tamaño, de gestión familiar constituida por empresas familiares en su mayoría; a excepción de tres hoteles de cuatro y tres estrellas de nueva edificación, con capacidad suficiente para alojar una demanda turística exigente en calidad pero no con iniciativas de realizar ninguna actividad ecoturística en el municipio, debido a que su clientes son principalmente viajantes de negocios.

Con la finalidad de crear una oferta turística propia, genuina y diferente al resto de los municipios, proponemos implantar la modalidad de la “Posada” como “imagen

de marca” de calidad, figura de alojamiento utilizada de antaño con capacidad reducida y características arquitectónicas populares pero acogiéndonos a la legislación pertinente en materia de servicios y capacidad, para aquellas iniciativas empresariales de alojamientos que pretendan hacer una inversión en el ámbito medioambiental del municipio.

5. Propuestas de modalidades de alojamientos.

a) Posadas: Pequeños establecimientos hoteleros - hotel o pensión -, gestionados como hoteles convencionales que se distingan por su singularidad pudiéndose tratar, en muchos casos, de edificios rehabilitados característicos de la arquitectura y cultura tradicional. Capacidad: limitada menos de 40 habitaciones y que presten servicio complementarios de restaurante, bar, servicio de habitaciones y / u otros servicios.

Inversión: Importante inversión inicial.

Estacionalidad: Actividad continuada.

Mano de obra: Exige la participación de personal bien formado.

Relación con el cliente nivel Medio

b) Casa Forestal: Vivienda en plena naturaleza, caracterizada por la inexistencia de servicios complementarios, limitándose solo al alojamiento. La casa queda a entera disposición del usuario. Capacidad: Menor de 10 plazas en función del tamaño del equipamiento.

Servicios: Limpieza y recogida de basuras

Inversión: Adecuación de la vivienda, inversión media.

Estacionalidad: Fines de semana, puentes y festivos.

Mano de obra: Pocas horas de trabajo, limpieza y mantenimiento.

Relación con el cliente Baja

c) Moriscos: corresponde al concepto integrado en turismo como Bungalows. Se ubicarán en campamentos de turismo.

Capacidad: Menor de 10 plazas en función del tamaño del equipamiento.

Servicios: Alojamiento, comedor, actividades recreativas. Limpieza y recogida de basuras.

Inversión: Adecuación integral del inmueble - inversión media-.

Estacionalidad: Todo el año. Con menor actividad de lunes a viernes.

Mano de obra: Exige personal a tiempo completo

Relación con el cliente nivel Alto

d) Camping: aquellos establecimientos turísticos que, ocupando un espacio de terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado, se destinan a facilitar a los usuarios turísticos un lugar adecuado para hacer vida al aire libre, durante un período de tiempo limitado, utilizando albergues móviles, tiendas de campaña u otros elementos análogos fácilmente transportables o desmontables.

Capacidad: En función de la categoría del establecimiento.

Servicios: Alojamiento, restaurante, actividades recreativas. Limpieza y recogida de basuras. Venta de artículos comestibles y otros.

Inversión: Edificación del inmueble y parcelación - inversión Alta-.

Estacionalidad: Todo el año.

Mano de obra: Exige personal a tiempo completo y especializado.

Relación con el cliente nivel Alto

e) Aulas de la Naturaleza.- Alojamiento con equipamiento destinado a fines esencialmente educativos y de disfrute de la Naturaleza, dirigido a visitantes aislados/as y grupos organizados, escolares en la mayoría de los casos, donde se llevan a cabo programas de actividades durante estancias cortas. Los servicios que presta este equipamiento se relacionan con la interpretación de los procesos naturales, educación ambiental y actividades relacionadas con el propio Espacio Natural. Además estos centros deben dotarse de las instalaciones necesarias para proporcionar servicios de alojamiento y manutención a las personas usuarias.

Capacidad: limitada menos de 20 habitaciones y que presten servicio complementarios de alojamiento y manutención.

Inversión: Inversión adaptación y conservación.

Estacionalidad: Actividad continuada.

Mano de obra: Mantenimiento y gestión

Intensa relación con el cliente.

V-DIAGNOSTICO

El Objeto del Plan de Marketing es generar un documento que sirva de guía para gestionar las actividades de marketing de modo estructurado durante un periodo de tiempo determinado.

1. Análisis DAFO.

La oferta en el municipio está actualmente orientada, salvo excepciones, hacia un turismo de bajo poder adquisitivo, y se caracteriza básicamente por la escasez de unas infraestructuras adecuadas en diversos ámbitos, esto hace necesario una mejora de la oferta como producto turístico, que implique una adaptación de las infraestructuras y dotaciones, una mejor accesibilidad y fundamentalmente un incremento en la calidad. Este reto debe ser el primer objetivo hacia el desarrollo del turismo, objetivo que se debe perseguir de forma coordinada tanto por el sector empresarial como el de las Administraciones Públicas dentro de un marco de actuación conjunta.

Es igualmente destacable en el terreno de la información, el desconocimiento por parte de los empresarios turísticos y por los turistas que acuden a la zona, de la totalidad de recursos con los que se cuenta.

1.1 Deficiencias

- ✓ La situación actual del turismo en nuestro municipio nos deja en una enorme desventaja con respecto a otros municipios vecinos donde llevan años implementando políticas y estrategias turísticas.
- ✓ Deficientes infraestructuras de comunicación. Carencias en transporte público avión y muy deficiente infraestructura de transporte de tren que

repercuten directamente en la disminución de la potencialidad turística de la zona.

- ✓ Limitaciones de comunicación respecto desplazamientos tanto de largo como de cortos recorridos.
- ✓ Deficiencias sanitarias.
- ✓ Elevado grado de descoordinación entre las distintas Administraciones relacionadas con el sector turístico.
- ✓ Ausencia de políticas serias turísticas de planificación y control de calidad.
- ✓ Inexistencia de políticas de fomento para la captación de nuevos proyectos turísticos.
- ✓ Condicionamiento del desarrollo turístico del municipio por parte del sector industrial.
- ✓ Escasa comunicación y dialogo entre las Administraciones Públicas y los empresarios turísticos.
- ✓ Elevado déficit en el nivel de cualificación y capacitación del personal empleado en los establecimientos turísticos.
- ✓ Falta de conocimiento y sensibilidad por parte de la sociedad en general y en especial de los agentes económicos de la importancia estratégica que tiene el sector turístico para la generación de riqueza y creación de puestos de trabajo.
- ✓ Carencia de planificación y organización turística.
- ✓ Escasas inversiones privadas y públicas.
- ✓ La infraestructura técnica turística débil.
- ✓ Infraestructuras turísticas desaprovechadas.
- ✓ Promoción turística deficiente

1.2 Amenazas

- ✓ Industrias contaminantes.
- ✓ Fuerte deterioro de la infraestructura turística existente por falta de inversión.
- ✓ Disminución de pernoctaciones en los últimos años.
- ✓ Cambios de hábitos de consumo de los clientes.

1.3 Fortalezas

- ✓ Climatología.
- ✓ Localización geográfica.
- ✓ Riqueza y variedad de recursos naturales y culturales -botánicos, zoológicos, paisajísticos-.
- ✓ Recursos turísticos únicos: Botánicos, avifauna, cinegéticos.
- ✓ Patrimonio histórico singular: Abrigos rupestres y formaciones rocosas.
- ✓ Proximidad de destinos turísticos consolidados: Gibraltar, Málaga, Marbella, Sotogrande, Cádiz, Jerez.
- ✓ Amplio espacio territorial de titularidad municipal donde desarrollar políticas y proyectos turísticos. Montes propios.

- ✓ Extensa red de Vías Pecuarias que facilitan el desarrollo de productos turísticos ligados con la naturaleza.
- ✓ Centro neurálgico para la explotación del Turismo de Negocios Exposiciones y Congresos por excelencia.
- ✓ Fuerte apuesta por la iniciativa privada para desarrollar un turismo gastronómico.
- ✓ Apuesta y desarrollo del polígono industrial para la implementación del Turismo Comercial.
- ✓ Inclusión del municipio dentro de administraciones y entidades para la apuesta en firme del desarrollo turístico sostenible del municipio: GDR, RETECORK, MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS CAMPO DE GIBRALTAR,...
- ✓ Fuerte desarrollo industrial de la Comarca del Campo de Gibraltar, generador de un turismo temático de fuerte potencialidad en cuanto a niveles de ingresos.
- ✓ Existencia de una corriente favorable hacia la creación de movimientos asociacionistas a favor del turismo local.
- ✓ Carácter hospitalario y acogedor del municipio.

1.4 Oportunidades

- ✓ Interés del sector privado en inversiones importantes en el municipio.
- ✓ Posibilidad de desarrollar un turismo ecológico y medioambiental de calidad.
- ✓ Aprovechamiento del Polígono Comercial como centro dinamizador del Turismo Comercial.
- ✓ Posibilidad de potenciar el turismo gastronómico.

VI-OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico tiene como objetivo principal fomentar el tejido empresarial turístico directamente y el tejido empresarial indirecto mejorando la calidad de vida de los ciudadanos del municipio. Este plan tiene entre otros objetivos la finalidad a largo plazo la declaración de los Barrios como municipio turístico acogiéndonos al Decreto 70/2006, de 21 de marzo, por el que se modifica el Decreto 158/2002, de 28 de mayo, de Declaración de Municipio Turístico; el incremento de las iniciativas empresariales privadas del sector y potenciar la actividad turística. ANEXO I.

1. Diseño de estrategias: Elección del tipo de mercado.

Frecuentemente se confunde el Turismo Rural con el concepto de ecoturismo. El Turismo Rural en su concepción mas amplia engloba tanto las actividades turísticas que se desarrollan en el medio rural, en municipios cuyos niveles poblacionales oscilan entre un número inferior a 10.000 habitantes, como actividades realizadas en granjas o explotaciones ganaderas, concepto más definido como agroturismo. Por tanto el término de Turismo Rural desarrollado en los últimos años como concepto de desarrollo para la

localidad de Los Barrios no se ajusta en su totalidad para el tipo de mercado que queremos implantar en nuestra localidad.

El Ecoturismo, o Turismo Verde, tiene como principales atractivos, la naturaleza, las culturas tradicionales y un mayor o menor grado de aventura y como destinos principales los Espacios Protegidos. En el ecoturismo entran en juego aspectos como calidad del paisaje, tranquilidad, sostenibilidad, autenticidad, búsqueda de tradiciones, patrimonio artístico local,... Con este modelo de turismo pretendemos ofrecer tanto al turista como al ciudadano la posibilidad de participar en actividades deportivas y de recreo en plena naturaleza. Dentro de esta denominación se incluyen también actividades no deportivas como el agroturismo. A este fin están dedicadas las granjas escuelas donde tanto los adultos como niños pueden participar de las labores propias del campo.

Estos modelos no son excluyentes, sino forman parte de sistemas complejos en los que suelen darse varios de estos desarrollos simultáneamente. En definitiva, hay que considerar al espacio natural como un espacio que ofrece multiplicidad de opciones al turista, en el que se da un modo de desarrollo turístico que se caracteriza por su gran dispersión territorial, y que, por tanto, puede evitar conflictos por masificación y otros fuertes impactos que desvirtúen el desenvolvimiento de una actividad que debe distinguirse por su sostenibilidad.

2. Dotación de infraestructuras públicas y privadas.

No podemos considerar el turismo como un fenómeno aislado que emerge fortuitamente por antojo del azar sino más bien se trata de lo contrario de una fusión de disciplinas que interrelacionadas entre sí facilitan y propician las condiciones para dar lugar a un fenómeno conocido como turismo. Sin embargo, y pese a la generalización del fenómeno turístico en el medio natural debe distar mucho del modelo de tipo masivo que han conocido las áreas litorales, por lo que deben imponerse estrategias en las que primen los productos bien elaborados y dirigidos a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Para tratar de garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico es necesario que se cumplan algunas condiciones, como la participación de la sociedad local en el desarrollo de la actividad, la limitación de las capacidades de carga de los atractivos, tanto de los naturales como de los de carácter sociocultural, la actuación sobre las infraestructuras y equipamientos, consiguiendo la adaptación de los recursos al uso turístico a la vez que son preservados de posibles agresiones.

2.1 Turismo y Transporte

Análisis: El elevado déficit y nivel de limitaciones respecto a ciertos medios de transporte está disminuyendo la potencialidad turística de la zona. El producto turístico tiene la peculiaridad de ser un producto que no permite su distribución por tanto debe ser consumido por los clientes en el mismo punto donde se genera.

Objetivo: Es imprescindible integrar el elemento transporte dentro del producto turístico, para ello es esencial generar un plan integral de transporte público donde se mejoren las conexiones entre las zonas de Palmones, Cortijillos, Guadacorte, San

Roque, Tarifa, Algeciras, Castellar, La Línea y Gibraltar, con el objeto de facilitar el flujo de movimientos de personas entre las localidades y captar así los clientes o turistas que se alojan en las zonas próximas al municipio, aumentar las visitas, especialmente fines de semana en beneficio propio. Estos servicios deben incrementarse en actividad frecuencia los sábados, festivos, puentes y vacaciones de Navidad y Semana Santa.

En la fase inicial con este plan integral de transporte público pretendemos el flujo de movimientos por carretera mientras que en fases venideras este incremento de flujos de desplazamientos se realizarían en trenes turísticos de cercanías como proyectos ambiciosos a conseguir en un plazo de tiempo más prolongado. Este ambicioso proyecto además de intercomunicar las localidades del Campo de Gibraltar pretende también dar respuesta a las necesidades de la comarca en materia de transporte, transporte limpio en materia de medioambiente, ágil y flexible.

Línea de actuación:

- ✓ El bus turístico, como medio de transporte para facilitar las conexiones entre los municipios del Campo de Gibraltar y como medio favorecedor del movimiento de los flujos turísticos existentes en la zona.
- ✓ Implantación de Trenes Turísticos para incrementar los flujos de movilidad.
- ✓ Instar a los organismos competentes en materia de transporte para incrementar los servicios.

2.2 Turismo y Urbanismo.

Análisis: Dentro de los planes previstos en relación a turismo y urbanismo observando las deficiencias urbanísticas en el municipio hay que destacar que en el municipio de Los Barrios no existe una política urbanística tradicional. Los edificios de una o dos plantas tan característicos en la tipología urbanística del pueblo están pasando a ser edificios voluminosos de varias plantas de pocos o ningún elemento atractivo impropios del modelo de edificación de antaño alejándose de nuestras costumbres urbanísticas. Sobre todo en la zona baja del municipio y aprovechando la especulación del suelo, la tendencia de la edificación es a lo alto y no a lo ancho, como debería ser, para aprovechar espacios comunes y privados, transformarlos así en parques, jardines y zonas verdes.

Objetivo: Una correcta planificación urbana deberá respetar los monumentos históricos artísticos, no solo impidiendo su demolición o abandono sino procurando que las construcciones del entorno sean coherentes.

Las zonas peatonales del municipio son extremadamente limitadas, se ciñen a la calle de la Plata, Paseo y alrededores de la iglesia. De sobra es conocido que para incentivar el comercio en el municipio hay que propiciar las condiciones para ello. Entre otras medidas hay que adoptar la ampliación de la zona peatonal e incentivar así el área

comercial invitando al turista potencial como al ciudadano a adquirir productos en nuestra localidad y no viéndose obligado a salir del municipio para realizar sus compras.

Actualmente ha surgido un nuevo concepto de desarrollo que tiene en cuenta de “lo local”, basándose más en el desarrollo de los recursos endógenos del territorio intentando obtener la máxima rentabilidad con el mínimo riesgo para el medio ambiente. Por ello, pretendemos dar un impulso generalizado en los productos típicamente artesanales -queso, miel, dulces, cerámica, cestería...- y de forma extensiva a todas las variantes de la artesanía. Por esta razón, proponemos buscar un emplazamiento “ideal” para desarrollar y potenciar el mercadeo artesanal como lugar de congregación del artesanado del Campo de Gibraltar en su máxima expresión.

Línea de actuación:

- ✓ Adecentamiento de edificios, fachadas de titularidad municipal.
- ✓ Obras en carreteras y calles.
- ✓ Declaración de zonas y centros de interés turístico.
- ✓ Modificaciones en monumentos y edificios de interés.
- ✓ Denuncia de peligros que amenacen el patrimonio.
- ✓ Instalación en la playa de cabinas, ventas de refrescos, duchas, alquiler de embarcaciones - se hace extensivo al embalse Charco Redondo y el río de Palmones-.
- ✓ Desarrollo urbanístico planificado.
- ✓ Embellecimiento de lugares con deficiente estética.
- ✓ Conservación e incremento del arbolado y jardinería.
- ✓ Diseño del Paseo Fluvial. Embellecimiento de la rivera del río para propiciar el paseo e integración del río al municipio desde la zona alta del Mirador del Río hasta finalizar en los huertos de Benharás. La ejecución de las obras del Paseo Fluvial se acometerán de acuerdo a las normas medioambientales en labores de limpieza, y adecentamiento de la zona.
- ✓ Construcción de un hotel de categoría de una estrella en el edificio primer convento de las monjas. Edificio de titularidad municipal, actualmente deshabitado y catalogado como uno de los edificios de interés para el municipio de Los Barrios por su antigüedad y funcionalidad. Este pequeño hotel en la zona céntrica de la localidad se ajustará a la nueva modalidad de edificaciones de características arquitectónicas singulares; la “Posada”, con la finalidad de crear una oferta turística propia, genuina y diferente al resto.
- ✓ Traslado de la oficina de información del Parque Natural Los Alcornocales al antiguo edificio “La Escuela” en la zona de la Polvorilla.
- ✓ Reconversión del antiguo edificio de La Escuela en la zona de la Polvorilla en Aula de la Naturaleza.
- ✓ Reconversión del morisco punto de información en exposición monotemática de la vida Rural.

2.3 Turismo y Medio Ambiente

Análisis: La preocupación por el medio ambiente aparece ligada casi siempre a efectos contaminantes y / o degradación de los espacios conocidos por su atractivo paisajístico, belleza natural o riqueza de especies botánicas o faunísticas. El turismo en la naturaleza puede ser un instrumento de gran importancia para la protección del medio ambiente, los ingresos que se obtiene sirven para ayudar a financiar la preservación de la naturaleza y proteger regiones ecológicamente degradadas. Además puede enriquecer no solo la educación ambiental del turista sino también la de la población local. Estos recursos se encuentran de manera abundante y bien conservados en el Parque Natural Los Alcornocales, dándose a conocer para los habitantes de la localidad que empiezan a estar concienciados en su conservación y uso racional.

Objetivo: La planificación medioambiental.

- ✓ El uso sostenido de los recursos.
- ✓ Distribución armoniosa de las actividades humanas en el espacio.
- ✓ Regulación de los usos turísticos del suelo.
- ✓ Regulación de aprovechamientos y comportamientos de los usos del hombre en el medio.
- ✓ Gestión de los recursos que incluya:
 - La planificación
 - Ejecución
 - Seguimiento y control de las actuaciones.
 - Evaluación
- ✓ Actividades de Ecoturismo:
 - Reforestación
 - Saneamiento Ambiental
 - Vuelo en Ala Delta
 - Observación Ornitológica
 - Fotografía
 - Rock Climbing -escalada en roca -.Escuela de escalada.
 - Kayaking -desplazamiento por aguas en movimiento suave en piragua o kayak -.
 - Trekking o Hiking
 - Biking
 - Agroturismo en granjas privadas o explotaciones ganaderas
 - Vuelo en globo
 - Paseos a caballo
 - Rutas fotográficas
 - Celebraciones de jornadas técnicas medioambientales.
 - Piragüismo.

Línea de actuación:

- ✓ Diseño, Ejecución, Señalización y Comercialización de itinerarios turísticos en el Parque Natural de los Alcornocales.
- ✓ Vigilancia salubridad de las aguas en la playa y río Palmones.
- ✓ Construcción de un campamento de turismo de tercera categoría con una capacidad y área recreativa anexo.
- ✓ Instalación de un Aula de la Naturaleza en las dependencias municipales de la finca de Murta.
- ✓ Actividades náuticas recreativas en el Embalse Charco Redondo.
- ✓ Dotar a la pedanía de Palmones en su paseo marítimo en la desembocadura del río del mismo nombre de Pantalanes necesarios para el acceso de las embarcaciones de recreo y pesca para el desarrollo de Actividades Náuticas y Recreativas.

Las Aulas de la naturaleza son instalaciones que funcionan como recurso educativo complementario. Se centra en educar para prevenir, comprender o solucionar problemas del Medio Ambiente. El Aula de la Naturaleza de gestión pública o privada al igual que el campamento de turismo contará con una infraestructura y personal cualificado funcionando como recurso educativo complementario en contacto con labores agrícolas tradicionales. Contará con talleres propios de artesanía y reciclaje.

Dentro de las actividades propias de las Aulas de la Naturaleza incluimos:

- Proyecciones de flora y fauna de la zona.
 - Exposiciones de fotografía o dibujos del medio físico
 - Cine Forum – Proyección de documentales sobre medioambiente
 - Mesa Taller- elaboración de carteles, panfletos sobre la protección de especies animales y plantas.
 - Jornadas Micológicas
 - Actividades forestales: Plantación de árboles y cuidado de la reforestación.
 - Conferencias - Coloquios – Seminarios sobre medioambiente
 - Tareas de limpieza, recogida y reciclaje de residuos sólidos - papel- y líquidos -aceite -
 - Iniciación a la Ornitología.
-
- ✓ Adaptación las casas forestales a las normativas turísticas y medioambientales existentes en materia de Alojamientos para el uso y disfrute de todos.
 - ✓ Creación y diseño de nuevas alternativas de alojamientos en el medio natural.

2.4 Turismo y Cultura.

Análisis: Entendemos por recurso turístico todo elemento material o manifestación cultural que tiene capacidad por si mismo o en combinación con otros para atraer visitantes a una determinada localidad o zona.

Objetivo: Catalogación de los recursos turísticos de municipio y del patrimonio cultural. Las técnicas de catalogación se llevarán a cabo entorno a una base de datos que se deberá actualizar regularmente, indicando fechas exactas y cambios exhaustivos que se produzcan en el inventario.

Procederemos a la catalogación en las fichas del inventario turístico atendiendo a los distintos tipos de recursos y manifestaciones culturales existentes:

- ✓ Recursos Actuales: Aquellos que ya están explotados turísticamente.
- ✓ Recursos Potenciales: Los susceptibles de futuras incorporaciones a las fichas del inventario.
- ✓ Recursos Básicos: Fijación de la demanda en la zona.
- ✓ Recursos Complementarios: No disponen del suficiente soporte para la fijación de la demanda.
- ✓ Recursos Naturales: Parque Natural Los Alcornocales y Paraje Natural del Río Palmones.
- ✓ Recursos No Renovables: No aumentan en cantidad con el tiempo.
- ✓ Recursos Renovables: Aumentan en cantidad con el tiempo. Fiestas Populares, Folklore, ...

Línea de Actuación:

- ✓ Información y difusión de fiestas y manifestaciones folklóricas y tradicionales.
- ✓ Certámenes de música y danza tradicionales.
- ✓ Teatro y talleres.
- ✓ Conferencias, seminarios, jornadas sobre temas relacionados con la cultura local.
- ✓ Exposiciones de dibujo, fotografía, video,... sobre historia y tradiciones del municipio.
- ✓ Museo Etnográfico “Casa Urrutia” donde se expondrán de manera permanente antiguos objetos populares ya sea de labranza, ganadería, utensilios domésticos, artes de pesca ...
- ✓ Museo Archivo Municipal: Recuperación de antiguos documentos y legajos para su conservación y puesta en valor.
- ✓ Inclusión de los Museos Históricos, y culturales a la Red CIE.
- ✓ Actividades con la artesanía autóctona. Curso y talleres de artesanía -cerámica, textil, madera, corcho, hierro, encajes, cuero, perfumería -.Para fomentar esta actividad deberá crearse un centro de exposición y ventas de productos locales y comarcales. Zoco artesanal.

- ✓ Visitas y rutas sobre el patrimonio cultural, tanto en el núcleo urbano como en el medio natural del patrimonio cultural existente en el Parque Natural de Los Alcornocales -tumbas antropomorfas, formaciones rocosas singulares, abrigos prehistóricos-.
- ✓ Protección de los Bienes Culturales y Patrimoniales a actos de vandalismo.
- ✓ Rutas temáticas. Ruta del Toro, Los Moriscos, Caseríos.
- ✓ Degustación de productos locales.
- ✓ Concursos gastronómicos.
- ✓ Elaboración y publicación de libros de receta sobre la cocina tradicional.
- ✓ Concursos de juegos de mesa, - cartas, dominó-.
- ✓ Concurso de juegos tradicionales - petanca, carrera de sacos, tiro al plato, carrera de cintas a caballo-.
- ✓ Museo etnográfico virtual municipal.
- ✓ Una vez declarados como tales, estos inmuebles -de titularidad pública o privada- pasarán a formar parte del Patrimonio Histórico Español y podrán ser declarados BIC, permaneciendo prohibidas actuaciones de desplazamiento, realización de obras interiores y exteriores, rótulos y cableados en las fachadas, quedando el Ayuntamiento obligado a redactar un Plan Especial de Protección.

2.5 Turismo y Deporte

Análisis: El auge de las actividades deportivas y su vinculación con el turismo viene determinada por multitud de razones, entre las que encontramos un incremento del tiempo libre, un aumento de la renta familiar, una “necesidad” de espacios abiertos y no contaminados, y la búsqueda de la adrenalina y el riesgo. Esto se traduce en la creación de un producto turístico encaminado a la acción desarrollada en espacios naturales que conocemos como “Turismo Activo”. El turismo activo ha cobrado día a día más importancia desde la acuñación del término durante los años 90 y se ha consolidado como una fuente importante de ingresos para empresas y especialmente para zonas, antes deprimidas, que han encontrado en este tipo de turismo una buena oportunidad de crecimiento y riqueza.

Objetivo: En la actualidad existe en la Comarca del Campo de Gibraltar empresas y asociaciones encaminadas a promover actividades de esta índole, elaborando un calendario de servicios que ofertan a este segmento de mercado. Por tanto, como objetivo principal debemos potenciar y trabajar para la diversificación de las actividades, afianzar y complementar las existentes y sobre todo incrementar las acciones de promoción y comercialización de estas empresas como productos completos y bien definidos que garanticen la continuidad en el tiempo. En el caso del municipio de Los Barrios, este mercado está consolidado pero necesita del empuje de la administración pública para la colaboración con las empresas privadas en pro de afianzar, mejorar y dinamizar el Turismo Activo basado en actividades deportivas.

Línea de Actuación:

- ✓ Rock Climbing -escalada en roca -. Sectorización de zonas propicias para la práctica de este deporte en zonas habilitadas para ello, con las máxima garantía seguridad y personal experto cualificado.
- ✓ Kayaking - desplazamiento por aguas en movimiento suave en piragua o kayak-. Práctica perfectamente realizable en el río Palmones. Para ello, es necesario definir el trayecto, adecuación de la zona, limpieza del área, construcción de embarcaderos y accesos adaptados a tal finalidad, cumplimiento de normativas de seguridad e higiene, normativas ambientales y eliminación de barreras arquitectónicas que garanticen la protección y seguridad de todos y cada uno de los participantes.
- ✓ Trekking o Hiking en cañadas reales adaptadas para tal uso.
- ✓ Biking. Adecuación de las pistas para mountain bike a los Centros BTT.
- ✓ Vuelo en globo.
- ✓ Turismo ecuestre en cañadas reales.
- ✓ Vuelo en parapente. Adecuación de pistas que permitan realizar este deporte que aseguren la integridad física de sus practicantes.
- ✓ Práctica de tiro con arco. Competiciones.
- ✓ Tirolina
- ✓ Pesca
- ✓ Organización de circuitos de actividades Multiaventuras.
- ✓ Paintball. Juego de equipo donde los participantes disparan inofensivas bolas de pintura a sus contrincantes.
- ✓ Vuelo en Ala Delta. Adecuación de pistas que permitan realizar este deporte que aseguren la integridad física de sus practicantes.

2.6 Turismo

Análisis: En la actualidad la Delegación de turismo y el punto de información del parque natural se han unificado ambos servicios en un mismo edificio dando paso a constituir un Gabinete técnico y asesor turístico localizado en las inmediaciones de las zonas más transitadas del municipio, en el Paseo de la Constitución – antiguo edificio de la Biblioteca.

Objetivo: El objetivo de la creación del Gabinete Técnico Turístico es dar respuesta a la demanda del sector privado y los usuarios de los servicios prestados para mejorar la coordinación entre los empleados municipales y la ampliación del horario de la prestación del servicio.

Líneas de actuación:

- ✓ Creación de un inventario turístico que recopile, ordene y catalogue de los diferentes recursos turísticamente deseables. El inventario se realizará en base a un formulario básico que describa su localización, tamaño y principales rasgos físicos de cada recurso. Se añadirá también información sobre los usos amenazas, propiedad y regímenes de protección. ANEXO II

- ✓ Generar y diseñar la documentación que se facilitará a los usuarios del servicio, revistas, folletos, mapas y cualquier otro artículo de propaganda y difusión.
- ✓ Atender, acoger, informar y orientar al visitante. Deberá facilitar información de todo tipo de recursos turísticos -patrimoniales y naturales-; actividades turísticas -ocio, recreativas, deportivas, culturales...-; servicios de alojamiento, restauración, transporte y cualquier otro servicio de interés para el visitante, ya sean, servicios sanitarios, policía, traductor-interprete,..., en horario ininterrumpido los fines de semana, festivos y puentes, atención a grupos de escolares de lunes a viernes en horario de mañana y tarde.
- ✓ Realizar controles de calidad. Gestionar las reclamaciones, realizar encuestas de satisfacción de los clientes, intermediarios o empresas turísticas.
- ✓ Establecer un control estadístico.
- ✓ Organizar actividades de animación turística, deportivas o culturales en coordinación con otras delegaciones, mancomunidad, o municipios de la comarca.
- ✓ Promoción de la oferta turística con entidades de promoción superiores.
- ✓ Creación de los nuevos servicios y productos.
- ✓ Coordinar la gestión de servicios públicos y privados.
- ✓ La oficina de información Turística debe estar integrada en la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía acogiéndonos al decreto aprobado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía donde se especifica las condiciones para ello:
 - Deberá prestar servicio al menos en dos lenguas extranjeras.
 - Ofrecer mínimo cuatro horas de atención al público dos de ellas entre las 10.00 y las 12.00
 - Abrir al menos seis días por semana.
 - No cerrar en sábado, domingo, festivo ni cualquier día entre los dos anteriores.
 - Disponer de atención al público en planta baja y otra zona para disposición de material respetando en todo caso las normas de accesibilidad para las personas discapacitadas.
 - Superficie mínima de la zona de 25m² en zonas de afluencia turística.
 - Diseño de la oficina de acorde con el entorno.
- ✓ Diseñar un Plan de Formación e Información de los Recursos Turísticos locales y comarcales tanto a los empresarios como al personal del sector.
- ✓ Diseñar un Blog turístico “vivo” en el que de forma actualizada se vuelquen datos, actividades e información turística relevante y de actualidad.

- ✓ Asesoramiento técnico entre administraciones públicas y sector privado, tramitación de subvenciones y/o ayudas públicas.
- ✓ Participación en campañas turísticas y de promoción.
- ✓ Creación de artículos de merchandising.
- ✓ Propuestas de nuevas rutas y senderos y vigilancia y control de mantenimiento de los existentes.
- ✓ Participación en Ferias, Congresos y Exposiciones.
- ✓ Seguimiento y ejecución del siguiente Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.
- ✓ Coordinación de actividades con empresas y asociaciones.
- ✓ Actualización y Gestión de Stocks.
- ✓ Integración y aplicación de nuevas tecnologías.

3. Mejora de la promoción y comercialización del producto “Los Barrios”.

3.1 Comercialización.

Entendemos por comercialización como el proceso que trata de conseguir que los potenciales clientes adquieran los servicios que ofertamos. El éxito o fracaso de nuestro cometido va a depender del proceso de comercialización de nuestro producto - municipio -, de la experiencia y profesionalidad de sus integrantes, de las relaciones con los medios urbanos, de la distribución, políticas de precios,... Se trata pues de integrar el municipio de Los Barrios en los sistemas de distribución y venta del producto Los Barrios como un destino turístico.

Para ello pretendemos entre otras medidas:

- ✓ Realizar un análisis de la competencia que determine concentrar esfuerzos para ofrecer un producto turístico diferente al resto del mercado de la zona y que lo diferencie, logrando así una oferta genuina y diferenciada de los demás. ANEXO III
- ✓ La inclusión en Ferias Turísticas para acercar nuestra oferta a la demanda.
- ✓ Medidas piloto de cooperación entre distribuidores/vendedores - AAVV, operadores turísticos, centrales de reservas...-.

Una fase primordial de la comercialización se trata de la Planificación, esto es, distribuir las acciones o conjunto de acciones para la promoción turística en varios niveles.

Nivel cuantitativo.- Cantidad de recursos que se van a utilizar para la distribución entre la promoción y la publicidad. Prioritarios aquellos recursos que podemos comercializar y que están a disposición para su uso y disfrute.

Nivel cualitativo.- Medios empleados para la consecución de la de los objetivos turísticos. Hay que decidir los medios publicitarios, de promoción y distribución que van a ser utilizados a lo largo de las distintas campañas de Publicidad. Sujeto a predisposición presupuestaria.

Nivel temporal.- Distribución a lo largo del tiempo de los esfuerzos de promoción turística. Fijar la correcta distribución de las campañas promocionales para que su impacto se más efectivo al turista potencial.

Nivel espacial.- Distribución geográfica de los esfuerzos.

3.2 Distribución.

La distribución o red de venta es la fase de la comercialización en la que se hace efectiva la adquisición del producto o servicio, esta fase junto con la promoción es la mas problemática pues consiste en dar a conocer el producto a los clientes potenciales y facilitar que estos lo adquieran.

Podemos distinguir dos sistemas de ventas diferentes; venta directa del producto y venta indirecta.

Distribución o venta directa del producto

Cuando el cliente contacta directamente con el prestador del servicio. Esto ofrece una serie de ventajas, como evitar que la información se distorsione, o que se establezca una relación directa con el cliente.

Para establecer contactos que posibiliten que la distribución se desarrolle con éxito, habrá que identificar los lugares donde poder contactar con clientes potenciales: asociaciones de padres, alumnos, colegios, centros excursionistas, clubes deportivos, oficinas de información turística en municipios del entorno. La promoción y venta a estos colectivos puede realizarse mediante mailings, presentaciones concertadas, etc.

Otra posible vía de distribución directa, es establecer contactos personales, para ello, es necesaria una buena gestión de información, recopilación de datos de turistas o clientes que hayan hecho uso de algún servicio turístico o que hayan solicitado información en alguna ocasión. Los contactos pueden establecerse por correo electrónico, postal o servicios telemáticos.

Distribución o venta indirecta del producto

Distribución o venta a través de intermediarios. Entre las principales ventajas cuenta con llegar a un mayor volumen de demanda potencial, mayor capacidad de distribución y mayor capacidad de venta. Entre los diversos canales de distribución encontramos: agencias de viajes, sistemas de redes telemáticas, oficinas de información turística comarcales, provinciales o de Comunidades Autónomas...

3.3 Comunicación.

Una buena comunicación propiciará el intercambio comercial, posibilitando que el cliente elija el producto o servicio que se oferta en el momento de tomar la decisión de pasar su tiempo libre en el medio natural, a la vez que le permitirá conocer cuales son las características y elementos que lo definen. El proceso de comunicación no acaba con ofrecer el producto al cliente, sino más bien se trata de un sistema complejo de acciones como la información, promoción, venta, prestación de servicios y servicio postventa.

Para alcanzar un alto grado de efectividad en la transmisión de los mensajes será necesario diseñar o reestructurar el sistema de comunicación:

- ✓ Introducir elementos identificativos como símbolos, mensajes - denominación geoturística como Marca “Campo de Gibraltar”- establecida como Comarca identificativa de un producto común. Y por slogan publicitario se incluirá “Andalucía 100%”, establecido ya en el Plan de Desarrollo Turístico del Campo de Gibraltar.
- ✓ Definir los colectivos a los que va dirigido el mensaje, jóvenes y adultos activos sensibilizados con el medio ambiente como nicho de mercado genérico.
- ✓ Estructurar el mensaje publicitario. El mensaje debe ser coherente y mantener en todos los casos el mismo significado y una simbología homogénea, además de respetar los principios de *Diferenciación* -construir una imagen propia y definida fácilmente distinguible del resto-, *Veracidad* -transmitir lo que realmente se es capaz de ofrecer-, *Claridad* - facilidad en los contenidos-.

En cuanto a los soportes se usarán:

- ✓ Electrónico o digital: inclusión de información e imágenes en un servidor de manera que puedan obtener datos los posibles clientes a través de Internet.
- ✓ Audiovisuales: distribuciones a televisiones y en CD-rom donde se publicarán en páginas Web.
- ✓ Dossiers informativos y cartelería.
- ✓ Blogs.

3.4 Diseño de estrategias.

Para introducir nuestro producto en el mercado habrá que adoptar un conjunto de estrategias, y decisiones político-turísticas que nos lleven a conseguir nuestra meta que no es otra que introducir nuestro municipio dentro de los municipios turísticos conocidos y reconocidos por su belleza y singularidad y sobre todo por su capacidad de atraer al turista a nuestra tierra, por tanto; riqueza y bienestar para sus ciudadanos mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

En lo que se refiere a la promoción turística es necesario planificar estrategias a nivel Comarcal. En este sentido la actuación conjunta de los siete municipios tendría más posibilidades y evitaría la dispersión de los esfuerzos.

Nuestro objetivo será incrementar y mantener una fidelidad de nuestra cuota de mercado haciendo posible que éstos repitan año tras años.

Para alcanzar estos objetivos debemos seleccionar una estrategia principal o medular y desarrollar otras secundarias que sirvan de complementos de la anterior.

- ✓ Quienes son nuestros consumidores actuales y quienes pueden serlo en un futuro. Se recomienda la utilización de matrices para encuestas como elemento de apoyo. ANEXO IV

Parámetros a tener en cuenta.

- Edad
- Nacionalidad
- Posición social y económica
- Situación familiar

- ✓ Cuales son sus gustos y preferencias y que determina su elección y su condición de turismo.

Se realizará una encuesta para definir las características de los clientes y las tendencias de ocio para fomentar el desarrollo de nuevos productos, turísticos ofertados en el municipio. ANEXO V

Parámetros a tener en cuenta.

- Finalidad del viaje
- Duración de la estancia
- Alojamiento elegido
- Medio de transporte empleado
- Empleo del tiempo libre

- ✓ Cual es nuestra posición en el mercado y cual es la situación y estrategia de la competencia.

3.5 Investigación del mercado. Análisis del mercado.

El turista que visita un espacio natural es fundamentalmente nacional, presentando una heterogeneidad en lo referente a los grupos de edad y suele realizar más de una visita a un espacio natural. En cuanto al nivel socioeconómico quienes utilizan los establecimientos comerciales son de clase media y media- alta aunque el nivel de gasto es bajo en general.

Los turistas que utilizan alojamientos de turismo en la naturaleza se desplazan mayoritariamente movidos por el atractivo de los recursos naturales, quedando en un segundo plano el interés cultural. Como motivaciones ligadas a estos recursos encontramos:

- ✓ Contacto con la naturaleza
- ✓ Recursos culturales
- ✓ Hospitalidad de la gente
- ✓ Visita a amigos y familiares
- ✓ Ejercicio al aire libre
- ✓ Buenos precios
- ✓ Clima y paisaje
- ✓ Tranquilidad y reposo

3.6 Análisis de la competencia.

En lo que respecta a la competencia a nivel de destino, se debe tener en cuenta diferentes elementos o factores de competitividad cuyo análisis posibilitará hacer una aproximación del grado de competitividad de un área. Para ello, y con objeto de facilitar al máximo el análisis, puede realizarse una valoración de los diferentes factores de competitividad a partir de una escala que contemple tres niveles: alto, -destino muy competitivo-, medio -destino medianamente competitivo -, bajo, - poco o nada competitivo-. ANEXO III

- ✓ Como podemos conservar o ampliar nuestra cota de mercado.
- ✓ Análisis de la información y redacción de un informe.

3.7 Conclusiones.

- ✓ Desarrollar una línea de servicios destinados a personas con motivaciones ecologistas e intereses medioambientales.
- ✓ Desarrollar los recursos necesarios para poner en práctica un desarrollo turístico integrado den la Naturaleza.
- ✓ Facilitar al sector privado las herramientas necesarias para la realización de inversiones turísticas en el municipio.

4. Estrategias de Calidad, Profesionalidad y Competitividad.

Un control de calidad turístico son todas aquellas acciones destinadas a obtener un producto o servicio que satisfaga a los clientes y usuarios. El objetivo del control de la calidad de los servicios es doble, por un lado, pretende alcanzar y mantener la calidad del producto o servicio para la satisfacción de los clientes y usuarios y por otro, pretende proporcionar las garantías de que el producto o servicio que se le ofrece cumple con unos estándares mínimos de calidad. Con las políticas de gestión de la calidad se persiguen principalmente, la satisfacción del cliente o usuario como objetivo prioritario.

Conseguir hacer las cosas bien a la primera de esta manera evitaríamos despilfarros y anticiparnos a las necesidades de nuestros turistas.

La implantación de un sistema de calidad permite la aplicación de la Calidad como herramienta de negocio, a través de una Marca de Calidad que pueda ser utilizada con fines comerciales y promocionales en el mercado. Obtener una marca de calidad turística supone una garantía de un servicio excelente al turista, un servicio diferenciado donde se aseguran unos niveles mínimos de los establecimientos y una imagen rigurosa y fiable asegurándonos la atracción de los clientes y, sobre todo, ayudando a mantenerlos.

4.1 Acciones para la evaluación de la calidad.

Está claro que es muy importante conocer la satisfacción del cliente por la relación directa entre la satisfacción y su fidelidad. Los Clientes más satisfechos serán por tanto los más fieles y por tanto darán mayores ingresos y durante más tiempo. Para hacer un análisis de la calidad debemos definir los objetivos del análisis dentro de la gestión con los clientes y usuarios e integrar fuentes de información dentro del análisis que nos permitan usarlos como herramientas para la mejora de nuestro producto o servicio.

Las acciones que implantemos servirán para controlar y verificar el sistema de gestión diseñado y dar a conocer el grado de satisfacción de los clientes respecto al servicio ofrecido. Para recopilar esta información será necesario realizar una evaluación de la calidad del servicio prestado por las empresas existentes, sirviéndonos estos análisis como herramientas de trabajo.

- ✓ Por un lado será necesario recopilar información derivada de los clientes y usuarios con respecto al servicio adquirido, detectando los puntos débiles y los errores cometidos, identificarlos y aplicar medidas correctivas.
- ✓ Por otra parte, existen métodos de medición de la satisfacción de los clientes:

- **La encuesta de satisfacción:** su importancia radica en la calidad de la información recopilada. Habrá que definir los elementos del cuestionario y definir también el tamaño de la muestra para validarlo. Se realizará un análisis y un tratamiento estadístico de los datos con la información recogida. Por último establecer las medidas correctoras que nos ayuden a mejorar la correcta toma de decisiones.

ANEXO V

- **El análisis de quejas y reclamaciones:** el cliente que se queja está favoreciendo que fluya una valiosa información para los responsables del establecimiento que ha ofrecido el servicio, puesto que dicha queja permitirá, por una parte, tratar de subsanar el error que ha provocado la queja o reclamación y por otra, dará la oportunidad a las empresas de dirigirse al cliente insatisfecho para

darle las explicaciones pertinentes. **Es más fácil que vuelva un cliente al que se le ha sabido solventar un problema que uno que quedando insatisfecho por alguna cuestión no lo ha comunicado a la empresa.**

- **La opinión personal en contacto con los clientes:** el personal de las empresas que están en contacto con los clientes tienen la oportunidad y el deber de comunicar las opiniones y comentarios de los clientes sobre el servicio que se presta.

4.2 La gestión medioambiental.

Además de la importancia que conlleva la implantación de un sistema de control de la calidad en el servicio turístico es primordial establecer un sistema de gestión medioambiental integrado en las exigencias de la demanda, preservación de los recursos naturales existentes y la conservación del medio ambiente. Los elementos que deben ser considerados para la creación de un producto “ecológico” y sobre los que se deben actuar son:

- ✓ *Energía*, Promoviendo, desarrollando e implantando sistemas de ahorro energéticos renovables en los establecimientos turísticos, para ello la entidad local, desarrollará planes específicos de desarrollo de energías renovables.
- ✓ *Otros bienes de consumo*, Se tendrán en cuenta el tipo de alimentos suministrado a los clientes -productos biológico -, material fungible -papel reciclado-, productos de limpieza no contaminantes, y la utilización de materiales constructivos u otros de propios del área donde se ubiquen -brezo, piedra...-.
- ✓ *Reciclaje y tratamiento de residuos:* reutilización de productos, tratamiento de residuos líquidos, sólidos y clasificación de los mismos - cristal, plástico, metal-.
- ✓ *Información al cliente*, se implantarán sistemas de comunicación a los clientes que ayuden a concienciar la utilización respetuosa de los recursos - como ejemplo el agua-, información y señalización referente a la existencia de menús autóctonos y naturales, y cualquier otra acción que se realice en pro del beneficio y la conservación del medio ambiente.
- ✓ *Transporte*, facilitar el transporte público de los clientes y promover y facilitar el uso de bicicletas para los desplazamientos cortos, zonas de paseo adecuadas, rutas pedestres ...

4.3 Plan de Gestión de Calidad y Excelencia

Entendemos por plan de gestión de calidad y excelencia como un conjunto de acciones y una filosofía orientada a la satisfacción del cliente en la prestación de un servicio, respondiendo a la expectativa del cliente y de un valor añadido que sería la “experiencia” que nos acercaría a la excelencia.

En el sector turístico, la calidad no se centra solamente en las condiciones de las instalaciones y las infraestructuras, sino también en la calidad del servicio prestado. El

éxito del servicio competará a todas las personas que componen la organización ejerciendo adecuadamente sus responsabilidades en cada puesto o nivel que ocupen.

El plan de gestión de la calidad y la excelencia se basa en aspectos tan importantes como:

- ✓ Estructura física de los establecimientos y materias primas utilizadas.
 - Limpieza.
 - Seguridad.
 - Decoración. Típica la zona.
 - Comodidad.
 - Alimentos. De procedencia biológica.
 - Saneamientos.
 - Instalaciones basadas en energías renovables. Electricidad, agua,
 - Condiciones medioambientales.
 - Precios.
 - Condiciones de funcionamiento.
 - Mantenimiento de instalaciones.
 - Presentación de documentos.
 - Cumplimiento de la Norma y Reglamentos de las instalaciones.

- ✓ Factor humano en los establecimientos.
 - Conocimientos y formación.
 - Experiencia
 - Aspecto físico
 - Educación
 - Capacidad resolutoria
 - Organización.
 - Puntualidad.
 - Amabilidad.
 - Iniciativa.
 - Cumplimiento de las normas y reglamentos.
 - Cumplimiento de formalidades.

El concepto de lujo no implica calidad, por tanto, evitemos asociar ambos conceptos.

4.4 Auditoria de la calidad.

Consiste en analizar los acontecimientos y condiciones de la prestación de los servicios para proceder posteriormente a un examen crítico de las medidas a adoptar y de este modo promover los cambios que sean precisos.

- ✓ Visitar periódicamente las instalaciones.
- ✓ Comprobar que las instalaciones cumplen las normativas y reglamentos, - instalaciones de gas, climatización, agua caliente-
- ✓ Servicio técnico y de limpieza.

VII-VIGENCIA

Se estipula una duración del plan de dos años, periodo en el que se acompaña un cronograma de actuaciones y objetivos a cumplir en periodos a corto, medio plazo, siendo renovado cada bienio marcándose aquellos objetivos conseguidos y desarrollando las pautas de aquellos que quedan por cumplir.

VIII- DELIMITACION

1. Delimitación de la zona geográfica del ámbito del plan.

El ámbito de aplicación del presente plan abarca todo el término municipal de Los Barrios en su extensión.

2. Estudio sobre el terreno: Cartografía. Anexos

- 2.1 Planes de ordenación.*
- 2.2 Planes rectores PORN Y PRUG.*
- 2.3 Vías de comunicación.*

IX-CRONOGRAMA DE EJECUCION

1. Fase I. Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico del territorio.

Durante esta fase de iniciación del plan de desarrollo turístico del territorio constituiremos desde la Delegación de Turismo de Los Barrios un foro de participación y un grupo de trabajo -Comisión de Turismo- que sea capaz de liderar el proceso de desarrollo del plan de acción turística.

La idea es, en líneas generales, la organización de un proceso de información y motivación a otros actores con competencia en el tema o que podrían estar interesados en participar: gobiernos locales a través de la propia Delegación de Turismo, instituciones gubernamentales de la propia Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar, el Patronato Provincial de Turismo, asociaciones de actividades deportivas y medioambientales, empresas de Turismo Activo, Cámara de Comercio, otros Colectivos, propietarios y directivos de hoteles, restaurantes, servicios de transporte, tour-operadores y otros que se consideren.

Constitución de un “Foro de Participación para el Desarrollo Turístico”, mediante la convocatoria de reuniones periódicas para poner en marcha avances e

iniciativas turísticas y análisis de resultados. Cada sesión irá acompañada de un orden del día y acta de participación.

2. Fase II. Formulación del Plan de Acción Turística

Dentro de esta fase incorporaremos el conjunto de acciones y proyectos eficaces y viables de manera que su ejecución, permita cumplir los objetivos definidos en el Plan de Desarrollo Turístico. El plan de acción es la planificación racional y sistematizada de las iniciativas que se consideran necesarias para el desarrollo turístico, guiadas con criterios de sostenibilidad y participación social.

ANUALIDAD	ACCION	RESULTADO	AGENTES IMPLICADOS
2012	<ul style="list-style-type: none"> Foro de Participación para el Desarrollo Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> Implicación de los sectores públicos y privados en el desarrollo turístico del municipio 	<ul style="list-style-type: none"> Sector hotelero y hostelero. Colectivos y Asociaciones. Entidades públicas. Empresas Turismo Activo
	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de marca comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> Slogan publicitario. Edición de mapas y guías de promoción turística. 	<ul style="list-style-type: none"> Delegación de Turismo. Grupo de Desarrollo Rural (GDR)
	<ul style="list-style-type: none"> Promoción del Turismo Gastronómico Promoción del Turismo de Eventos y Exposiciones Promoción de Actividades Turísticas medioambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> Fomento de actividades empresariales de Ferias y Congresos. Diseño de calendario de Actividades de Turismo Activo. 	<ul style="list-style-type: none"> Empresas de Exposiciones y Ferias. Empresas de Turismo Activo. Delegación de Turismo. Centro Gastronómico de Palmones.
	<ul style="list-style-type: none"> Transformación del Edificio morisco en una exposición monotemática de la vida en el medio Rural 	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechamiento de un espacio urbano para usos turístico etnográficos. 	<ul style="list-style-type: none"> Delegación de Turismo. Grupo de Desarrollo Rural (GDR) Los Alcornocales.

			<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Medioambiente. • Delegación de urbanismo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Formación para trabajadores del sector turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a los empleados del sector hotelero los recursos turísticos de la comarca, mediante jornadas técnicas y visitas guiadas. • Encuentros • Talleres • Mesas de Turismo. • Jornadas • Seminarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Turismo. • Mancomunidad de Municipios Campo de Gibraltar. • Sector hotelero local.
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño Blog de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de un nuevo portal internet Blog de Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Turismo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Archivo Municipal 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciación de Trámites para la puesta en valor del archivo documental municipal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Turismo • Servicio Andaluz de Empleo. • Delegación de Formación y Empleo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Aula de la naturaleza “Casas de Murta”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforma y adaptación de las casas de Murta para darles uso como Alojamiento de Aulas de la naturaleza para usos medioambientales, técnicos y científicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Turismo • Parque Natural Los Alcornocales • Grupo de Desarrollo Rural (GDR) Los Alcornocales. • Delegación de Medioambiente. • Delegación de

			urbanismo
	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Etnográfico Virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • Web visita el museo etnográfico virtual Los Barrios 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Turismo. • Iniciativas privadas.
2013	<ul style="list-style-type: none"> • Foro de Participación para el Desarrollo Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Implicación de los sectores públicos y privados en el desarrollo turístico del municipio 	<ul style="list-style-type: none"> • Sector hotelero y hostelero. • Colectivos y Asociaciones. • Entidades públicas. • Empresas Turismo Activo
	<ul style="list-style-type: none"> • Los Barrios BTT 	<ul style="list-style-type: none"> • Centros BTT Andalucía. 	<ul style="list-style-type: none"> • BTT • Delegación de Turismo • Unión Ciclista Los Barrios.
	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Parque Rural 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Rural • Actividades medioambientales lacustres • Granja Escuela • Actividades Ecuéstres. • Camping Los Moriscos. • Aula de la Naturaleza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión privada • Delegación de Turismo. • Delegación de Medioambiente. • Grupo de Desarrollo Rural Los Alcornocales (GDR). • Parque Natural Los Alcornocales.
	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del Turismo Gastronómico • Promoción del Turismo de Eventos y Exposiciones • Promoción de Actividades Turísticas medioambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento de actividades empresariales de Ferias y Congresos. • Diseño de calendario de Actividades de Turismo Activo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas de Exposiciones y Ferias. • Empresas de Turismo Activo. • Delegación de Turismo. • Centro Gastronómico de Palmones.
	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones de Control de 	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria justificativa de 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de Turismo

	programas y proyectos 2012	acciones realizadas y proyectos ejecutados	
	<ul style="list-style-type: none"> Museo Etnológico Los Barrios 	<ul style="list-style-type: none"> Iniciación de Trámites para la puesta en valor del Museo Etnográfico Municipal. 	<ul style="list-style-type: none"> Delegación de Turismo. Entidades locales. Iniciativas privadas.

X- ESTIMACION PRESUPUESTARIA Y POSIBLES VIAS DE FINANCIACION

Se establecerá un presupuesto estimativo de costos para la implementación de cada una de las acciones del Plan. Asimismo, se formulará una propuesta para la captación de recursos, tanto de fuentes públicas como privadas.

ANUALIDAD	PROGRAMA	FUENTE DE FINANCIACION	PRESUPUESTO DE EJECUCIÓN	TOTAL PRESUPUESTO
2012	Foro de Participación para el Desarrollo Turístico	Delegación De Turismo	0 €	0 €
	Diseño de marca comercial.	Delegación De Turismo	0 €	0 €
	Promoción del Turismo Gastronómico Promoción del Turismo de Eventos y Exposiciones Promoción de Actividades Turísticas medioambientales.	Delegación De Turismo	0 €	0 €
	Transformación del Edificio morisco en una exposición monotemática de la vida en el medio Rural	Grupo de Desarrollo Rural Los Alcornocales (GDR)		
	Plan de Formación para trabajadores del sector turístico.	Delegación De Turismo	0 €	0 €
	Diseño Blog de turismo	Delegación De Turismo	0 €	0 €
	Museo Archivo	Servicio	585.000€	

	Municipal	Andaluz de Empleo(SAE)		
	Aula de la naturaleza "Casas de Murta".	Grupo de Desarrollo Rural Los Alcornocales (GDR)	25.000€	
	Museo Etnográfico Virtual	Consejería de Turismo		
	Exposiciones, Ferias y Convecciones	Delegación de Turismo	0 €	0 €
2013	Foro de Participación para el Desarrollo Turístico	Delegación de Turismo	0 €	0 €
	Los Barrios BTT	Grupo de Desarrollo Rural Los Alcornocales (GDR) Iniciativa privada	77.000€	
	Proyecto Parque Rural			
	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del Turismo Gastronómico • Promoción del Turismo de Eventos y Exposiciones • Promoción de Actividades Turísticas medioambientales. 	Delegación de Turismo	2000 €	0 €
	Acciones de Control de programas y proyectos 2012	Delegación de Turismo	0 €	0 €
	Museo Etnológico Los Barrios	Delegación de Turismo	22.000€	

XI-EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO

El desarrollo del turismo en el municipio de Los Barrios y en su entorno natural persigue, entre otros objetivos, el de optimizar en la medida de lo posible la economía local, creación de empleo, promoción y comercialización de productos autóctonos - artesanía, gastronomía,...-.

1. Efectos positivos del desarrollo del turismo en la economía local.

Efectos positivos en las empresas de alojamientos ya constituidas y la instauración de nuevas empresas de alojamientos derivadas del incremento de la demanda.

2. Efectos positivos en el empleo

Estos efectos no serán visibles en una primera fase del desarrollo turístico de la localidad puesto que los establecimientos hoteleros son de gestión netamente familiar, aunque asegura el empleo de sus miembros y el de sus descendientes a largo plazo. En épocas puntuales necesitan contratar empleados eventuales.

3. Efectos positivos en la artesanía

Es necesario, por tanto, una labor de asistencia técnica, marcando unas medidas de actuación como conseguir un mayor grado de cooperación entre artesanos - asociaciones, acciones conjuntas, para la compra de materias primas, diversificación del producto, venta conjunta en el zoco artesanal siempre con la máxima de conservar y recuperar la artesanía tradicional a toda consta.

4. Efectos positivos en el comercio

Carnicerías, panaderías y tiendas en general. Es obvio que el sector del comercio incrementa sus ventas al aumentar la afluencia de turistas que demandan todo tipo de productos.

5. Efectos positivos en el patrimonio arquitectónico local

Contribución a la rehabilitación y conservación del patrimonio arquitectónico local, uno de los más claros exponentes de la cultura de un pueblo. Es importante que las técnicas rehabilitadoras empleadas utilicen materiales tradicionales.

6. Efectos positivos para las entidades públicas

En definitiva pretendemos que todas aquellas personas físicas o jurídicas, entidades, asociaciones y demás interesados, que la Administración pública le brinde la oportuna asistencia técnica y financiera, de los conocimientos y los medios que precisen y demanden.

XII- BIBLIOGRAFIA

- Consejería de Turismo y Deporte Junta de Andalucía.
- Informes del Observatorio Turístico de Cádiz
- Informe IDEO. C.C. O.O
- Turismo Rural

- Estructura del Mercado Turístico
- Manual de la Gestión de la Calidad
- Gestión turística. Editorial Síntesis
- Aenor Medio Ambiente, ISO 14000
- Aenor, marca de calidad, ISO 9000
- Guía Profesional del Turismo. Patronato Provincial de Turismo de Cádiz.
- RENPA, Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.
- Datos económicos y sociales del SAE.
- Diputación de Cádiz
- Mancomunidad de Municipios Campo de Gibraltar
- Observatorio Socioeconómico de la Bahía de Algeciras
- Ley del Turismo 13/2011 23 diciembre 2011
- Decreto 158/2002, de 28 de mayo, de Municipio Turístico. Decreto 70/2006, de 21 de marzo, por el que se modifica el Decreto 158/2002.
- Ley 5/2010 del 11 de Junio de Autonomía Local de Andalucía.
- Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía.
- Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo activo
- Patronato Provincial de Turismo de Cádiz
- Certificados ACTR. Sistema de calidad para las casas rurales, gestionado por la asociación para la calidad del Turismo rural.

XIII- ANEXOS

ANEXO I

DECRETO 70/2006, de 21 de marzo, por el que se modifica el Decreto 158/2002, de 28 de mayo, de Municipio Turístico.

DECLARACION DE MUNICIPIO TURISTICO

Muchos municipios andaluces se ven obligados a realizar un especial esfuerzo financiero, planificador y organizativo, debido al incremento en el número de usuarios que demandan la prestación de servicios municipales motivado por el flujo turístico.

Dado que la Ley Reguladora del Régimen Local no prevé ningún mecanismo para compensar el desequilibrio financiero ocasionado por la sobre prestación de servicios municipales motivada por la afluencia de turistas, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha creado la figura de Municipio Turístico cuya principal finalidad es la de corregir o al menos compensar los efectos negativos que la actividad turística les pueda acarrear a estos municipios.

Para la declaración de Municipio Turístico se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- Las inversiones previstas en el presupuesto municipal para la promoción de infraestructuras turísticas.

- Las actuaciones municipales en relación a los servicios mínimos que debe prestar el municipio respecto a los vecinos y a la población turística asistida, así como los servicios específicos prestados en materia de salubridad pública e higiene en el medio urbano y natural, transporte público de viajeros, protección civil y seguridad ciudadana, así como otros que sean de especial relevancia turística.
- La existencia de un plan turístico municipal que al menos contenga un diagnóstico de la situación turística, así como la propuesta de actuaciones para mejorar la oferta del turismo en el municipio.
- La existencia de oficinas de turismo convenientemente señalizadas y equipadas.
- La relevancia de los recursos turísticos existentes en el término municipal, con especial atención a los bienes declarados de interés cultural.
- La adopción de medidas de defensa y restauración del patrimonio cultural y urbano.
- La existencia de Ordenanzas Fiscales y de Medio Ambiente, en las que figuren debidamente recogidas medidas para la preservación de los valores medioambientales.
- La ubicación del término municipal, total o parcialmente, en alguno de los espacios naturales protegidos de Andalucía.
- La adopción de medidas de protección y recuperación del entorno natural y del paisaje.
- La existencia de un planeamiento urbanístico que contemple las dotaciones de espacios libres y otras que cumplan las reservas mínimas previstas por la legislación urbanística, referidas a la población de derecho y a la población turística asistida.
- Contar con planes de accesibilidad para la supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de transporte.

ANEXO II

FICHA DE INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS

LOGOTIPO	NOMBRE DEL RECURSO(CASA URRUTIA)
LOCALIZACION	
TIPO DE RECURSO. (Potencial, natural, etc)	
DESCRIPCION, tamaño y principales rasgos físicos	
AMENAZAS	
FECHA ÚLTIMA REVISIÓN	

ANEXO III

Evaluación de los elementos que inciden en la competencia de un destino:

ANÁLISIS DE COMPETENCIA			
MUNICIPIO			
ELEMENTOS COMPETITIVOS	EVALUACIÓN		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Condiciones naturales del área	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atractivos o recursos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Folkloricos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ii. Urbanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii. Artesanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equipamientos turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Hoteleros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ii. Extrahoteleros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii. Restauración	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iv. Oficinas de información turística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v. Otras empresas de servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distancia respecto a otros núcleos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad de los accesos (transportes)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios básicos (sanitarios, agua, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equipamientos comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equipamientos recreativos y deportivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Piscinas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ii. Pistas polideportivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii. Rutas y senderos habilitados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Notoriedad del destino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de precios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sistemas de promoción y comercialización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cualificación del personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones Generales			

ANEXO IV

MATRIZ PARA ENCUESTAS

MATRIZ DE ENCUESTA		
I N F O R M A C I O N	Qué información solicitan	De los servicios que se ofrecen, formas de accesos, precios, ...
	Quien se informa	Miembros de una unidad familiar amigos, ...
	Como se informan	A través de folletos, oficinas de turismo, guías especializadas, familiares, ...
	Cuando se informan	Tiempo de antelación, semanas, meses.
	Donde se informan	En el lugar de desplazamiento, lugar de origen, ...
C O M P R A	Servicios que compran	Alojamiento, actividades, ...
	Donde compran	Lugar de origen, por teléfono, ...
	Por que compran	Motivaciones personales, naturaleza descanso, precios económicos, ...
U S O	Quien lo usa	Quienes usan los servicios y que servicios utiliza cada miembro
	Como lo usan	Desplazamientos en vehículo propio, otros.
	Cuánto lo usan	Periodos de dos-tres días, fines de semana ...

ANEXO V

Borrador de cuestionario definitivo:

El cuestionario es el principal instrumento para conseguir los objetivos señalados, por tanto, proponemos que sea confeccionado para estudio del sector turístico donde se pretende realizar un gran número de entrevistas y de respuestas “si”, “no” y de contestaciones cortas para agilizar el tiempo invertido en su cumplimentación.

ENTIDAD / EMPRESA

FECHA

1- Tipo de Viaje

-
- De ocio o descanso
- Salud
- De Incentivos
- De Congresos
- Circuito de AAVV
- Deportivo
- Otros.....
-

2- Edad

- 18 - 29 Años
- 30 - 39 Años
- 40 - 49 Años
- 50 - 59 Años
- 60 y más Años

3- Tipo de Alojamiento

- Hotel de 4 Estrellas
- Hotel de 3 Estrellas o categoría Inferior
- Pensiones
- Apartamentos Alquilados
- Casa de Familiares
- Otros.....

4- Duración de la Estancia

- Excursiones de 1 día
- De 2 a 5 días
- De 6 a 10 días
- Superior a 10 días

5- Número de veces que ha estado en este destino

- Es la primera vez
- De 2 a 4 veces
- Más de 4 veces

6- Expectativas de esta visita

- Me siento muy satisfecho en.....
- Me siento insatisfecho en.....

7- Motivación principal para la visita de este destino

- Publicidad, folletos turísticos, anuncios en prensa, ...
- Recomendación de otros visitantes de la zona con anterioridad
- Visita a familiares, parientes, amigos

- Interés Medioambiental, paisajístico etc.
- Experiencia propia
- Clubs, asociaciones.
- Motivos de Negocios
- Otros.....

8- Su grado de satisfacción ha sido:

- Muy positivo
- Positivo
- El esperado
- Negativo

9- ¿Cual es su opinión sobre?

	Muy satisf.	Satisfact.	Normal	Insatisfact.
Alojamient	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restauraci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entorno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10- Ayúdenos a mejorar

Los datos obtenidos a través de los cuestionarios serán volcados en una base de datos informatizada para posteriormente se trasladarán los resultados para la elaboración de estadísticas, con el objeto de obtener periódicamente un análisis de la investigación, así como, de los cruces de las distintas variables con el objeto de obtener información de primera mano para la toma de decisiones.



ANEXO VI

PLAN DE COMUNICACIÓN

PLAN DE COMUNICACION	
OBJETIVOS	
Dar a conocer el municipio de Los Barrios a los diferentes colectivos que intervienen en los procesos de comercialización de los productos turísticos a los clientes finales tanto a clientes que han visitado el municipio alguna vez, como aquellos clientes que pueden visitar nuestra localidad.	
DIRIGIDA A	
Proveedores Oficinas de información turística Medios de comunicación Clientes habituales Clientes potenciales	
MEDIOS O CANALES DE COMUNICACIÓN	
Campañas publicitarias en televisiones locales Ferias y exposiciones Notas de prensa Prensa especializada Oficinas de información turística Páginas Web	
SOPORTES	
Folletos CD-Rom Dossieres informativos Carteles Inserciones publicitarias en guías especializadas	
CONTENIDO Y ESTRUCTURA DE LA INFORMACION	
Logotipo del municipio y denominación geoturística (eslogan) Imágenes del municipio Información y características: ubicación, dirección, teléfono, y otros medios de contacto. Actividades	
FECHA DE INICIO DE LA CAMPAÑA	DURACIÓN
FECHA ELEGIDO	1 MES/ 1 AÑO EN FUNCIÓN DE
FECHA DE FINALIZACIÓN	
SISTEMA DE CONTROL Y SEGUIMIENTO	

XIV- MESAS DE CONCERTACION SOCIAL

Tanto en los procesos de seguimiento como de evaluación, se seguirán los procedimientos habituales de discusión y concertación con los agentes sociales en las Mesas del Turismo concertadas con los agentes implicados para tales fines, articulando funciones y análisis acordes con los momentos importantes, como son los informes anuales y las adaptaciones y reformulación de los Planes Estratégicos de Desarrollo.