

**VI**  
*Edición*

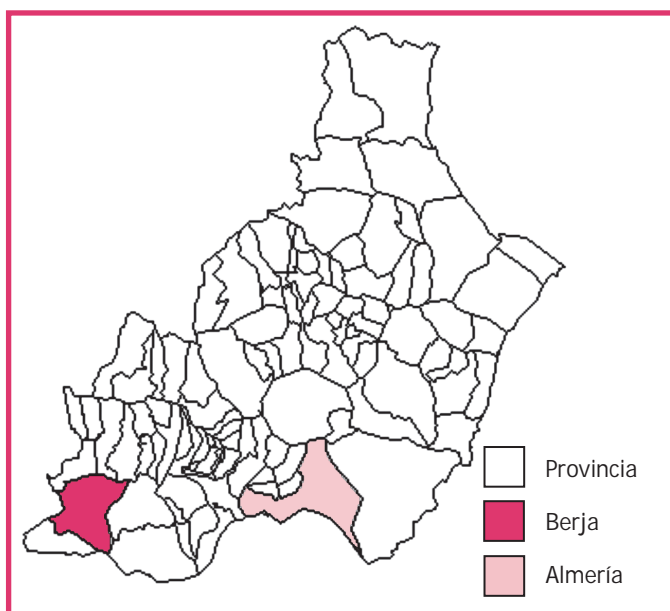
# Premio **PROGRESO**



**TURISMO**



## AYUNTAMIENTO DE BERJA ALMERÍA



### POBLACIÓN TOTAL

15.035 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

217,60 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

17.922.171,51 €

## TÍTULO DEL PROYECTO Ruta de la tapa ciudad de Berja

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de Berja.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Local.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Se realiza anualmente desde el año 2007, a finales del mes de octubre y/o principios de noviembre, con una duración de 4 días.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Hacer de la gastronomía virgitana un recurso turístico de gran valor y riqueza.
- Fomentar la cultura de la "tapa" a través del saber hacer de los hosteleros de Berja.
- Constituir una propuesta de ocio y disfrute tanto para la población local como para la foránea.
- Fomentar el turismo rural como herramienta del desarrollo local.

## PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Entre las principales líneas de actuación se encuentran:

- Promocionar y dar a conocer la variedad gastronómica de Berja en una modalidad poco desarrollada como es la tapa.
- Acercar la variedad gastronómica a toda aquella persona interesada.
- Impulsar la calidad de la oferta gastronómica.
- Consolidar la Ruta de la Tapa Ciudad de Berja para ediciones siguientes.
- Desarrollar la creatividad de los especialistas gastronómicos de nuestra localidad.

El desarrollo de la Ruta de la Tapa Ciudad de Berja se realiza de la siguiente forma:

El Área de Turismo proporciona a cada establecimiento inscrito un sello de caucho con su nombre, que éstos pondrán a disposición del público participante para cumplir el "Tapa-voto" cuando degusten la tapa; asimismo proporciona a los participantes "Tapa-votos" para los clientes. Los clientes podrán votar la mejor tapa si han sellado el "Tapa-voto" en al menos el 50% de los establecimientos participantes. Los votos se depositarán en la urna que a tal efecto se habilitará en el stand del Ayuntamiento de Berja en el recinto de la Expoberja, (feria comercial que se realiza paralelamente a este evento). Entre todos los "Tapa-votos" correctamente completados, se sortearán premios como invitaciones a comidas, lotes de productos, etc.

El premio para el establecimiento ganador a la mejor tapa será una placa certificativa de tal distinción que se le hará entrega por el Alcalde de la localidad en un acto celebrado en el escenario del recinto de la Expoberja; asimismo, dicha tapa ganadora será la que aparezca en el cartel de la Ruta de la Tapa de la siguiente edición.

## RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

Para la coordinación y puesta en marcha de este proyecto se cuenta con:

- Concejalías de Turismo y Comercio del Ayuntamiento de Berja.
- Técnica local en turismo.
- Asociación de Comerciantes, Empresarios y Hosteleros de Berja (ACEHBER).
- Empresariado hostelero virgitano en general.

## IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

3.000 €

## JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

El interés de crear esta Ruta de la Tapa radica en la necesidad de poner en valor las tradiciones y la gastronomía del pueblo, como medio de promoción y difusión de uno de los recursos más valorados por los turistas, la gastronomía tradicional.

Uno de los factores claves del desarrollo y del éxito obtenido por esta iniciativa radica en que se organiza paralelamente al evento comercial más importante del municipio y comarca: la Expoberja, una feria empresarial, comercial y hostelera que ha cumplido ya diez ediciones y que sirve como escaparate de promoción comercial para todos los sectores. Ambos eventos, junto con un compendio de actividades culturales y de ocio (concurso de pintura, desfiles, sorteos...), conforman una atractiva oferta para multitud de visitantes.

## RESULTADOS

Año tras año, la Ruta de la Tapa Ciudad de Berja se ha ido consolidando gracias a los buenos resultados obtenidos. Cada edición se cierra con un elevado índice de participación, tanto por parte de los establecimientos inscritos, alrededor de 15, como por el público que se anima a realizarla, hablamos de unas 1.000 personas que sellan sus tapa-votos. Este éxito se debe principalmente a la originalidad y el cariño en la elaboración de las tapas con el que los hosteleros virgitanos sorprenden a sus vecinos y forasteros.

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

La celebración de este evento constituye ya por sí una innovación, pues no se tiene constancia de que en la provincia de Almería exista uno de similares características. Se trata de un acto innovador por todas las zonas limítrofes y con una viabilidad asegurada gracias a los buenos resultados de participación obtenidos durante estos tres años de existencia.

## POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS

Los principios sobre los que se ha creado, diseñado y puesto en marcha el proyecto, tal y como se ha explicado en los apartados anteriores, ponen de manifiesto que esta iniciativa es perfectamente viable en cualquier población con tradición gastronómica.

## DATOS DE CONTACTO

Rosario Rodríguez Céspedes

ALPE / Técnica en Turismo Ayuntamiento de Berja.

Oficina Municipal de Turismo de Berja

C/ Agua, 16

04760 Berja (Almería)

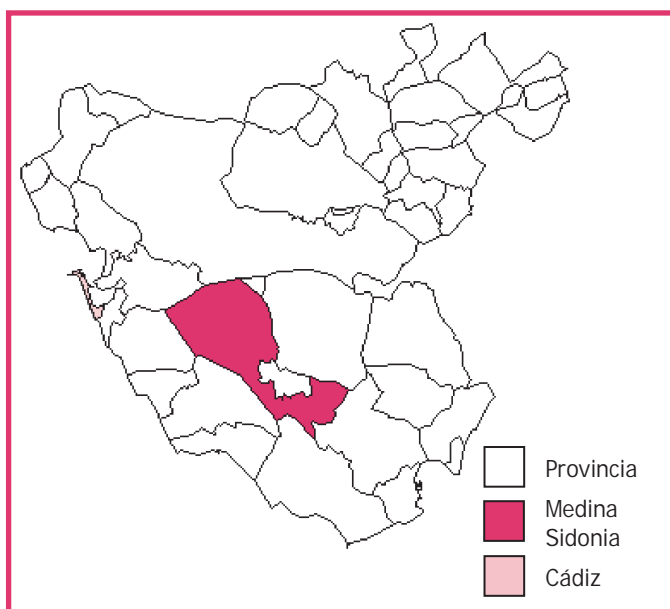
Tfno/Fax.- 950492182

E-mail.- turismo@berja.es

Web.- www.turismo.berja.es



## AYUNTAMIENTO DE MEDINA SIDONIA CÁDIZ



### POBLACIÓN TOTAL

11.514 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

493 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009.

13.372.303,21 €

### TÍTULO DEL PROYECTO

Jornadas de Puertas Abiertas. Medina Sidonia

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de Medina Sidonia.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Término municipal de Medina Sidonia en su conjunto: Ciudad de Medina Sidonia; Conjunto Histórico; Pedanías; Extrarradios del núcleo urbano.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

En la primera semana de diciembre de 2005 comienza esta iniciativa turístico-cultural, en la que durante una semana mostramos nuestra riqueza histórico-artística y nuestro amplio legado cultural. Desde entonces, cada año en los primeros días del mes de diciembre, y haciendo coincidir con el evento los días festivos 6 y 8, se desarrollan las Jornadas de Puertas Abiertas de Medina Sidonia.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

El principal objetivo de este proyecto es abrir las puertas (hacer visitable) de todo aquello que pudiese ser de interés tanto para el asidonense como para el visitante, favoreciendo y potenciando la consolidación de la industria turística en Medina Sidonia. Para ello, y partiendo del inmenso valor de nuestro reconocido patrimonio, conjugamos

participación ciudadana, implicación del empresariado turístico y apoyo institucional. Todo ello genera un proyecto de dinamización turística hasta el momento desconocido, y copiado después por otros municipios, que ha servido como motor de los distintos planteamientos del sector turístico-comercial que se genera a lo largo del año, tanto en la ciudad como en ciudades del entorno.

## PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

1ª) Desde la Concejalía de Promoción de la Ciudad se pone en marcha un amplio equipo de Recursos Humanos que, junto con los colectivos asidonenses, clero, empresarios y comerciantes, vecinos, artesanos, etc. coordinamos una semana en la que absolutamente toda la ciudad está abierta: Patios particulares; Monumentos civiles; Monumentos eclesiásticos; Archivos documentales; Conjuntos arqueológicos; Museos; Edificios de interés; Exposiciones de temáticas variadas; Establecimientos hoteleros (Casas Rurales); Casas señoriales.

Todo ello se complementa con multitud de actos de tipo lúdico y cultural como conferencias, exposiciones, conciertos, recitales de poesía, exhibiciones de cetrería, exhibiciones de ultraligeros...

2ª) Durante todo el año, realizamos en la localidad trabajos de puesta en valor del patrimonio asidonense mediante la búsqueda de inversiones, tanto propias como de otras instituciones, ampliando de esta forma la oferta en cantidad y, sobre todo, en calidad. Esto ha hecho que la evolución en cuanto a conservación del Patrimonio haya podido ser seguida año tras año tanto por los propios asidonenses como por aquellos visitantes que acuden a las Jornadas de Puertas Abiertas. Por ejemplo, en el año 2005 pudieron visitarse las Ruinas del Castillo y en el año 2009 los trabajos de excavación arqueológica y puesta en valor a lo largo de estos cuatro años han posibilitado la realización de un recorrido de interés arqueológico mucho más didáctico, interesante y completo que el que se pudiese realizar en el año 2005.

3ª) Coordinación entre el empresariado del sector para elegir la temática entorno a la que gire la correspondiente edición. Esta decisión servirá de base para diseñar y desarrollar la programación de las Jornadas: Cartelería, folletos, publicidad en distintos medios de comunicación (escritos y audiovisuales), conferencias, ponencias, exposiciones,... e incluso el propio acto de inauguración de las Jornadas de Puertas Abiertas.

4ª) Limpieza y ornato de todos y cada uno de los lugares que serán visitables, así como la correcta adecuación de los accesos a los lugares de interés del entorno (caminos rurales).

5ª) Promoción del evento turístico con suficiente antelación en medios de comunicación: prensa, radio, televisión, Internet, sectores de interés,...

6ª) Organización y diseño de rutas temáticas: monumentos, patios, artesanía, exposiciones, detalles y rincones de interés, etc.

7ª) Decoración de balcones y accesos con el estandarte identificativo de las Jornadas.

8ª) Distribución, previa formación, de un equipo de informadores/as turísticos/as situados a lo largo de toda la ciudad y en todos los lugares visitables.

9ª) Programación de actividades complementarias, de forma que desde las 10.00 horas hasta las 24.00 horas el visitante o el asidonense puede disfrutar de un amplio abanico de actividades.

10ª) Campaña de captación de clientes para los alojamientos turísticos y de grupos de comensales para los diferentes Restaurantes de la ciudad.

**RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.****PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS**

- Personal de la Oficina Municipal de Turismo.
- Personal Técnico del Ayuntamiento.
- Concejalía de Promoción de la Ciudad y apoyo de otras Áreas y/o Delegaciones del Excmo. Ayuntamiento.
- Propietarios/as y vecinos/as de los patios participantes en el Proyecto.
- Voluntariado Cultural.
- Componentes de las distintas Asociaciones Culturales que participan en las Jornadas.
- Establecimientos hosteleros.
- Párrocos, Monjas de Clausura y Cofradías de la ciudad.

**IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO**

60.000 €

**JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO**

El interés del Ayuntamiento en la puesta en marcha del Proyecto cada año está suficientemente justificado ya que se ponen en juego una serie de aspectos de gran valor:

- Aprovechar el rico patrimonio histórico, cultural, arqueológico, etnográfico, natural, paisajístico, gastronómico y repostero de la ciudad para potenciar y asentar el turismo como actividad económica en la ciudad.
- Dar a conocer todos aquellos yacimientos arqueológicos que gracias al apoyo y financiación de distintas entidades y organismos han podido ponerse en valor para que puedan ser disfrutados por los asidonenses y todos aquellos visitantes que quieran compartir historia y cultura.
- Colaboración y coordinación entre iniciativa pública y privada en un Proyecto común encaminado a potenciar el desarrollo local en todos sus ámbitos.
- Desarrollar anualmente una acción sostenible, que es un claro ejemplo de desarrollo respetuoso con el medio, aprovechando y potenciando los recursos de tipo endógeno que ofrece el entorno.

**RESULTADOS**

A lo largo de las 5 ediciones desarrolladas de las Jornadas de Puertas Abiertas de Medina Sidonia los resultados han sido tan positivos que permiten hacer varias lecturas de los mismos.

- a) Aumento considerable del número de visitantes en cada una de las ediciones gracias a la campaña de promoción que se realiza cada año y a la consolidación que esta iniciativa turística tiene ya en la provincia, que hace que las Jornadas de Puertas Abiertas sean una cita ineludible en la agenda de toda aquella persona amante de la cultura, la historia, la naturaleza y, por supuesto, el buen comer. Este aumento progresivo de visitantes tiene su reflejo también en la dinamización económica del municipio, tanto de sectores directamente relacionados con el turismo como en otros sectores que de manera indirecta se benefician de la gran cantidad de visitantes que acuden a la ciudad durante las Jornadas. Sin entrar en valoraciones estadísticas sobre la gran cantidad de visitantes que han acudido a las Jornadas en estos 5 años, como estimación podemos decir que

cada edición se publica 15.000 folletos de las Jornadas de Puertas Abiertas que se agotan fácilmente.

- b) Mayor conocimiento exterior de la ciudad de Medina Sidonia gracias a la gran cantidad de visitantes que acuden a las Jornadas, lo que supone una inmejorable vía de promoción gracias al "boca a boca". Además, las encuestas de satisfacción de aquellos/as que nos han visitado por primera vez en alguna de las ediciones aseguran que tratarán de volver al próximo año y que recomendarán la iniciativa a sus allegados/as, reflejando además de manera generalizada la sorpresa por el Patrimonio con el que cuenta la ciudad y su buena conservación e interés por ponerlo en valor.
- c) Mayor conocimiento de nuestro legado por parte de los propios asidonenses, que durante las Jornadas son protagonistas en una ciudad totalmente abierta al tiempo que pueden conocer con mayor profundidad el legado histórico, cultural, artístico... del que forman parte.
- d) Mayor inversión pública en la puesta en valor de aquellos elementos que pueden verse, visitarse y disfrutarse durante las Jornadas como consecuencia de la excelente acogida de esta iniciativa turística y los buenos resultados que, a todos los niveles, arroja en cada edición.

### CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

Son muchos y variados los detalles que hacen de las Jornadas de Puertas Abiertas de Medina Sidonia un Proyecto innovador. Podríamos destacar algunos ejemplos que convierten esta iniciativa en innovadora y única en la zona:

- a) Colaboración desinteresada de todos los agentes sociales y vecinos de la ciudad en un Proyecto Turístico encaminado a promocionar Medina Sidonia y atraer visitantes pero, en sus inicios, desconocido para la mayoría de ellos.
- b) El proyecto en sí es un ejemplo de desarrollo sostenible, siendo la primera iniciativa Turística-Cultural que engloba y pone en valor toda la ciudad, usando los recursos endógenos propios de la ciudad (patrimonio, historia, cultura, restos arqueológicos, etnografía, naturaleza, ganaderías, gastronomía, repostería...) para potenciar el turismo no estacional en la ciudad y enfocándolos de una u otra forma para determinar la organización general de las Jornadas.
- c) Como carácter innovador respecto a otros proyectos también podríamos destacar la repercusión que a muy distintos niveles tienen las Jornadas de Puertas Abiertas de Medina Sidonia, relacionados o no con el turismo. Así, durante las cinco ediciones de las Jornadas, hemos recibido la visita de los alumnos de una asignatura de la Escuela de Turismo de Algeciras en cuyo currículo se han contemplado nuestras Jornadas de Puertas Abiertas como ejemplo de buenas prácticas en materia de turismo sostenible; también han servido nuestras Jornadas de inspiración a un profesor de la Universidad de Sevilla para editar un libro sobre Medina Sidonia; se han realizado programas de radio y televisión sobre las Jornadas, por ejemplo, en la pasada edición el programa radiofónico "SER VIAJEROS" de la Cadena SER; los lugares visitables han servido de inspiración artística a pintores, escultores, fotógrafos, etc. A todo esto hay que añadir la repercusión que las Jornadas tienen en Internet, donde los internautas comparan fotos alusivas, introducen post en sus blogs...

### POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS

La esencia de este Proyecto puede ser extrapolable a cualquier otro municipio, aunque al tratarse de un Proyecto cuyos pilares son la participación ciudadana y los

recursos endógenos del entorno, jamás podrá replicarse exactamente igual de un municipio a otro, ya que el Proyecto de Jornadas de Puertas Abiertas adquirirá determinada dimensión e idiosincrasia propia acorde con la riqueza cultural, organización, implicación, participación ciudadana... que cada municipio sea capaz de ofrecer.

### **DATOS DE CONTACTO**

Carmen Gloria Jiménez Guerrero

Tte. de Alcalde del Área de Desarrollo Local y Promoción de la Ciudad

Plaza de España, s/n.

11170 Medina Sidonia (Cádiz)

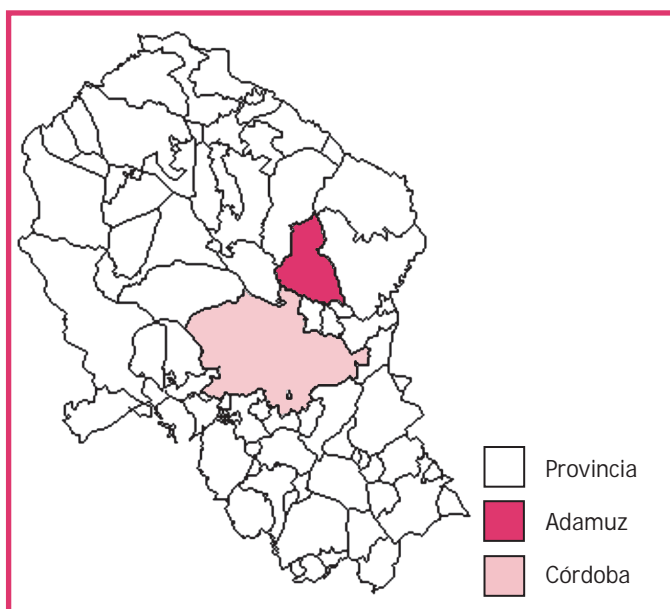
Tfno.- 956410002

Fax.- 956412390

E-mail.- [carmengloria@andaluciajunta.es](mailto:carmengloria@andaluciajunta.es)



## AYUNTAMIENTO DE ADAMUZ CÓRDOBA



### POBLACIÓN TOTAL

4.472 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

330 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2008

3.745.803,41€

## TÍTULO DEL PROYECTO

La Ruta del Agua

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de Adamuz.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Local.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

La fecha de realización y ejecución del proyecto "La Ruta del Agua", será el próximo 15 de julio y se estará ejecutando durante 3 meses.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

El proyecto tiene como objetivo la restauración y recuperación ambiental de las zonas más degradadas de los arroyos Concejo y Tamujoso, su entorno y los recursos etnográficos que en el cauce se encuentren y del mismo modo la creación de un sendero cuyo acceso permita conocer de una forma positiva, aquellos elementos recuperados que en los cauces se localicen.

Para ello, planteamos un conjunto de objetivos que se pueden resumir en los siguientes:

- Restauración ecológica integral del sector central del tramo, en el que existe una menor presión antrópica.
- Recuperación ambiental del resto de subtramos, y acondicionamiento para uso público de aquellas áreas de marcado carácter fluvial que cuentan con un importante aprovechamiento con fines recreativos.
- Mejora ambiental de la zona del "Gollizno" con el fin de promover la recuperación de la funcionalidad del territorio desde un punto de vista ecológico, y la reducción de la fragmentación actual de la matriz territorial.
- Construcción de diques que permitan la recuperación del caudal ecológico del arroyo, mediante el bombeo del agua reciclada por la EDAR.
- Recuperación de la vegetación de ribera.
- Construcción de puentes, senderos, pasarelas y todos aquellos elementos que permitan acceder a los elementos restaurados.
- Puesta en valor de los recursos patrimoniales para su aprovechamiento turístico

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

El proyecto de restauración de los cauces de los arroyos Concejo, Tamujoso y la zona del Gollizno contempla un amplio conjunto de actuaciones de restauración y recuperación ambiental del río y su entorno. No obstante, el proyecto no está concebido como una colección de trabajos puntuales en el arroyo, sino como un verdadero plan de restauración, en el que se ha caracterizado de forma detallada el estado ecológico del río, y las características de las principales variables que conforman el medio fluvial. Asimismo, se introduce un programa de evaluación y seguimiento, que sea capaz de analizar el grado de consecución de los objetivos fijados de antemano, y que permita acumular la experiencia de este proyecto para otras actuaciones de características parecidas.

De forma esquemática, la relación de trabajos que se llevarán a cabo en el marco del proyecto de restauración de los arroyos Concejo y Tamujoso será la siguiente:

- Recopilación bibliográfica de estudios ecológicos y biológicos de la zona.
- Realización de un vuelo fotográfico del área de estudio.
- Caracterización geomorfológica y de la vegetación de ribera del tramo.
- Inventario de agresiones de origen antrópico.
- Zonificación general de actuaciones.
- Diseño específico de actuaciones.
- Establecimiento de un programa de seguimiento.

Un plan de restauración fluvial debe representar el marco en el que analizar las cuestiones críticas, problemas y necesidades que afectan al tramo objeto de la restauración, y en el que desarrollar los escenarios de trabajo con las partes implicadas. Esta es la forma de conseguir que la realización de estos trabajos no deje de lado ninguno de los procesos, formas y funciones que existen o deben existir en el medio fluvial, y que son clave para el éxito de la actuación. Ésta es la línea de las actuaciones que se exponen en el siguiente apartado, y aparecen acompañadas de una breve descripción de los problemas principales que justifican el establecimiento de las mismas.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

Actualmente, el Proyecto está dotado con el personal del Ayuntamiento de Adamuz. Cuenta, para su puesta en marcha, con un Técnico en Medio Ambiente, así como

con un Ingeniero de Obra Civil y con Personal de Mantenimiento, que asegurará su buen estado de conservación.

En relación con la generación de empleo directo y la previsión de creación de puestos de trabajo, podemos afirmar que en la fase de ejecución de las obras pendientes de realización se generarán los empleos directos de los trabajadores empleados en la obra.

En la ejecución de la obra pendiente en el proyecto, Rehabilitación del Molino harinero y demás elementos etnográficos (acequia, pozos y abrevaderos, senderos), intervendrán 6 oficiales de primera durante los cuatro meses de ejecución de la obra y catorce peones ordinarios, en contratos de dos meses a realizar durante la duración de la obra. Una vez puesto en marcha el proyecto podemos afirmar que el funcionamiento de "La Ruta del Agua" va a generar empleo directo estable para, al menos, dos personas: un Técnico de Turismo que se encargue de atender y guiar a los visitantes con visitas guiadas y talleres de educación ambiental y una persona para el mantenimiento de mobiliario y jardinería.

### **IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO**

242.638 €

### **JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO**

Las características ambientales y el estado ecológico de los distintos tramos del arroyo Concejo y arroyo Tamujoso comprendido entre la zona comúnmente conocida como "lavaderos", la represa de las calderetas o el pilar de la dehesa vieja, que son zonas muy cercanas al casco urbano e histórico de Adamuz, convierten a estos cursos fluviales en el medio adecuado para la realización de un proyecto turístico ambiental en el que primará la restauración fluvial y la puesta en valor del patrimonio para su aprovechamiento turístico.

Las distintas zonas de actuación donde se ubican los elementos y tramos a restaurar han sufrido una importante deforestación que, unida a la existencia de un elevado número de plantaciones de olivar superintensivo y de una extensa red de canales de riego, han provocado la fragmentación ecológica del territorio, aspecto éste que se pretende mejorar con la redacción y ejecución de este proyecto. Las actuaciones diseñadas abarcan no solamente los valores ambientales, sino también otros aspectos sociales, económicos, paisajísticos y culturales que es necesario abordar a la hora de encarar con garantías un proyecto de estas características. El planteamiento realizado ha permitido incorporar, por tanto, todas las variables que comprende el medio fluvial, y es por ello que este proyecto puede servir de ejemplo para otras actuaciones de restauración llevadas a cabo en nuestro entorno socioeconómico. Las actuaciones diseñadas comprenden diferentes escenarios, que abarcan desde la restauración ecológica de determinados subtramos, hasta el acondicionamiento para uso público de aquellas zonas que sufren una mayor presión humana y agrícola-ganadera. Asimismo, se plantea la mejora ambiental de una amplia superficie, en el entorno de los arroyos mencionados, para favorecer de esta manera el desarrollo y conservación de los procesos biológicos que son la base para alcanzar un buen estado ecológico de los cursos fluviales, así como la restauración para su uso turístico de aquellos elementos ligados a la existencia del agua como motor de trabajo, como son los molinos, norias, acequias y un largo etcétera.

### **RESULTADOS**

El resultado que se prevé obtener con la ejecución de este proyecto es la restauración integral de la zona, para lo cual se ha delimitado de forma clara los subtramos de restauración ecológica, y aquellos en los que, atendiendo a las características de la zona, es preciso compatibilizar la rehabilitación de la zona con un acondicionamiento para uso público. Sin embargo, se ha considerado oportuno realizar una delimitación muy clara de

unas y otras, en función del objetivo principal de cada zona de actuación. Se trata, en resumen, de no plantear usos y actuaciones incompatibles en un mismo subtramo, como pueden ser la recuperación completa de la integridad ecológica de una zona y la existencia en la misma de una fuerte presión antrópica ligada a actividades recreativas.

El presente proyecto además de mejorar la calidad de la flora y fauna asociada a un ecosistema ripario ecológicamente estable, pretende la reconstrucción y uso turístico de elementos etnográficos y patrimoniales que a lo largo de la "Ruta del Agua" podremos ir descubriendo; para ello, una vez acondicionados los distintos senderos que trazarán la citada ruta, podremos ir señalando los distintos hitos en los que se recuperarán los valores culturales del agua, como son el molino harinero del Gollizno, la presa de las calderetas o el abrevadero medieval de la "Dehesa Vieja", entre otros, elementos todos ellos de gran valor patrimonial, histórico y cuya recuperación se convierte en uno de los ejes principales del presente proyecto. El molino, como parte de la trama urbana, no sólo era una elemental explotación industrial, al suministrar a la comunidad de un bien tanpreciado como lo fue la molienda de grano, sino que además se convertía en la residencia del molinero, desde la que podía hacer un seguimiento constante de ésta por la variación de los ruidos emitidos, por el rozamiento de las ruedas y el tintineo del tanganyillo que le permitía conocer cuándo era necesario añadir más grano en la tolva, procurando así la continuidad en la molienda.

En el Arroyo Tamujoso destaca la recuperación de algunos elementos patrimoniales, como puede ser el molino, que según describía "Ramírez de las Casas-Deza" podría ser uno de los tres molinos situados en las inmediaciones de Adamuz, concretamente el denominado "Tamujoso", así como otros elementos:

- *Galería Hidráulica de "Las Tobosas"*. Se trata de una galería de conducción de agua excavada en la calcarenita del subsuelo, con orientación NO-SE, y con un recorrido aproximado de 81 metros. Se localiza a 2.5 km al SO de Adamuz en el área actualmente ocupada por el Merendero Municipal, correspondiente a un antiguo descansadero de ganado de la Vereda de Obejo a Pedro Abad, entre las fincas "Dehesa Vieja" y "Llano de las Tobosas". Su recorrido está jalonado por cuatro pozos de registro y ventilación, en los que se han documentado varias hornacinas pequeñas excavadas en su flanco izquierdo, en las que supuestamente se instalarían lucernas. Sobre la cronología de la galería se formulan varias hipótesis, ya que por un lado Julio Costa Ramos y José Antonio Mora Luque en 1983 la situaron en época romana, siendo una mina excavada para facilitar la captación y avenamiento de un manantial relacionado supuestamente con el municipio romano de SACILI MARTIALIUM (Cortijo de Alcorrucén, Pedro Abad). Por otro lado, estudios recientes sitúan la construcción en un periodo cronológico comprendido entre la Edad Media y la Edad Contemporánea, identificando la galería como un posible abastecimiento de agua a los abrevaderos de la vía pecuaria.
- *Abrevadero-Descansadero*. Se trata de un pilón de grandes dimensiones realizado con sillares de piedra molinaza y calcarenita, que presenta en su parte central una decoración arquitectónica de pequeños arcos adintelados. Tiene una orientación E-O siendo la entrada de agua, probablemente, por su extremo este. En lo referente a la cronología se podría situar en época moderna, como se desprende de su la técnica edilicia. Al igual que las galerías subterráneas antes comentadas, este abrevadero está asociado a la vía pecuaria "Vereda de Obejo a Pedro Abad", junto al Camino de la Dehesa Vieja, poco antes de cruzar el Arroyo de Parrosillo. Mediante el desbroce manual y una minuciosa limpieza así como la identificación mediante paneles se pretende la recuperación de este elemento etnográfico.

### CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

Tras la evaluación inicial del estado ecológico del río, y de sus posibilidades de recuperación, se ha considerado oportuno establecer las siguientes premisas:

I. Es preciso compatibilizar, en la medida de lo posible, los usos actuales del suelo, con las medidas previstas. Sin embargo, aquellas actividades que se consideren incompatibles con la restauración ecológica del tramo deberán ser progresivamente eliminadas.

II. Las actuaciones contempladas en este proyecto de restauración tienen como objetivo la consecución de diferentes niveles de protección y restauración, y por ello se ha realizado una delimitación muy clara de las zonas en las que primarán unas u otras. No es adecuado contemplar el desarrollo de objetivos de naturaleza incompatible en el tramo del proyecto, como pueden ser la protección y restauración integral de las zonas con elevado valor ambiental y el mantenimiento o ampliación de actividades recreativas y de uso público.

III. El régimen hidrológico y la estructura geomorfológica del sistema fluvial son los elementos básicos que condicionan el éxito de la mayor parte de las actuaciones de restauración en este tipo de zonas. Por ello, el proyecto contempla en primer lugar la recuperación de la morfología del medio fluvial, y el establecimiento de un régimen de caudales ambientales que haga posible el desarrollo, con el mínimo mantenimiento, del programa de actuaciones diseñado.

IV. La implicación de los agentes sociales y vecinos adyacentes implicados en la gestión del cauce en el desarrollo del proyecto de restauración es un elemento básico para el buen fin del mismo. Por ello, resulta de especial interés la integración de los organismos públicos y privados relacionados con dicha gestión en el diseño y ejecución de las actuaciones de restauración.

V. Desarrollo de estrategias y políticas turísticas que garanticen un modelo turístico sostenible desde el punto de vista social, patrimonial, ambiental y económico basado primordialmente en la diferenciación, cumpliendo con los objetivos planteados y contribuir con la conservación del medio rural, llegando a inculcar los valores culturales del agua en el mayor número de personas de la sociedad, mediante herramientas como la educación y formación ambiental o el ecoturismo activo.

VI. La evaluación y seguimiento de las actuaciones incluidas en el proyecto es otro aspecto básico para su correcta puesta en marcha. Es preciso llevar a cabo un seguimiento del estado ecológico del río a lo largo del periodo de tiempo en que se realice la ejecución de las obras, y con posterioridad, con el fin de poder evaluar las actuaciones desarrolladas. Asimismo, es necesario conocer el grado de interés que estas actuaciones puedan tener para la consecución de un buen estado ecológico del arroyo, y para el cumplimiento del nuevo régimen normativo en materia de aguas fluviales, particularmente, de las directrices que marque la Agencia Andaluza del Agua.

Teniendo en cuenta todas estas premisas y objetivos se ha desarrollado un proyecto piloto, que contempla la restauración ambiental de este tramo fluvial, compatibilizando el uso público, los usos y aprovechamientos primarios y la restauración ecológica, y cuya ejecución es viable desde un punto de vista técnico y económico.

El estado de degradación al que han llegado el arroyo del Concejo, y la zona de trabajo (Gollizno), o los elementos patrimoniales del Arroyo Tamujoso se presentan como un proceso acumulativo prolongado en el tiempo. De igual manera, la restauración será un proceso evolutivo prolongado en el tiempo. No obstante, la ejecución de este proyecto supondría un punto de inflexión en la degradación de esta zona, y un importante paso para la recuperación efectiva del sistema fluvial y el aprovechamiento de los recursos que ofrece como atractivos turísticos.

## **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Atendiendo a toda la información aportada en el desarrollo de esta presentación y del beneficio que supone tanto ecológico como humano, es difícil no aconsejar eje-

cutar este tipo de proyecto en otros lugares de la comarca, provincia o región, ya que pretendemos la recuperación natural de los cauces de los arroyos, potenciación del turismo de naturaleza respetando los valores que el agua, flora y fauna asociada se han ido estableciendo a lo largo de la historia natural y patrimonial en las zonas objeto del presente proyecto.

#### **DATOS DE CONTACTO**

Manuel Leyva Jiménez

Alcalde-Presidente

Calle De La Fuente, 1

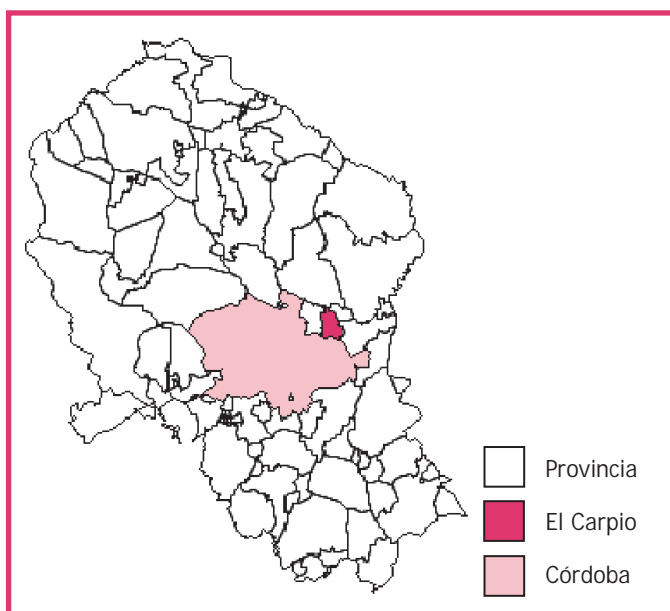
14430 Adamuz (Córdoba)

Tfno.- 957166002

Fax.- 957166465

E-mail.- [alcaldia@adamuz.es](mailto:alcaldia@adamuz.es)

## AYUNTAMIENTO DE EL CARPIO CÓRDOBA



### POBLACIÓN TOTAL

4.620 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

47 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

5.646.751,50 €

### TÍTULO DEL PROYECTO

Plan de dinamización turística entorno al río Guadalquivir

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de El Carpio.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Municipal.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Se está desarrollando actualmente.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Dinamización turística alrededor del río Guadalquivir a su paso por el Carpio.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- Restauración del edificio B.I.C. "Las Grúas" (antiguo molino de agua).
- Terminación del área de acampada municipal.
- Reforma de antiguo cebadero para centro recepción visitantes/exposiciones.

- Yacimiento arqueológico del entorno Ermita de San Pedro.
- Creación de sendero verde hasta el Peón del Águila.
- Construcción Hotel junto autovía de Andalucía.
- Construcción de playa artificial junto al área de acampada y embarcadero.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

- Oficina de Turismo Municipal.
- Técnicos del Centro de Iniciativas Turísticas Alto Guadalquivir.
- Agencia de Desarrollo Local.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

1.500.000 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

- Puesta en valor de toda la infraestructura municipal al servicio de un turismo cultural y de naturaleza de calidad.
- Consolidar el tejido organizativo y relacional que, como una especie de membrana, vertebré y articule las distintas dimensiones de la matriz relacional turística. Este aspecto lo estamos desarrollando a través del Centro de Iniciativas Turísticas "Alto Guadalquivir" desde el año 2000 con grandes logros y avances (ver <http://www.citaltoandalquivir.com>).
- Los recursos humanos se configurarán como activos fundamentales para la competitividad y rentabilidad. La formación para el sector es básica.
- La combinación de la oferta básica de alojamiento y restauración con la de actividades complementarias es decisiva para el despliegue de una oferta moderna orientada al turista activo.
- Retención y generación de valor en el territorio donde se realiza la producción turística, a partir del despliegue a lo largo de todo el sistema de valor de cadenas de proveedores locales.
- Eliminar en lo posible la temporalidad del sector, ofreciendo una oferta variada de productos turísticos a lo largo del año.
- Profesionalización del sector en el municipio.
- Apostar por la comercialización conjunta, las TIC's y la orientación a la demanda.
- Instauración de las etiquetas de calidad (AENOR e ICTE) que cualquier empresario puede obtener gratuitamente de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

### RESULTADOS

El Carpio, a pesar de su reducido presupuesto, viene trabajando desde hace años en la puesta en valor de su patrimonio cultural y artístico. Así en los últimos años se ha restaurado la Torre de Garci-Méndez de Sotomayor (BIC) y en la actualidad se están reformando el edificio anexo para su adecuación a Oficina de Turismo y Museo Municipal de Historia y Etnológico.

Asimismo en estos momentos se está restaurando la fachada e interior de la Torre en su 2ª Fase, financiado en su mayor parte, por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La casi totalidad de los edificios propiedad de la Duquesa de Alba, han sido cedidos en usufructo para el disfrute de los habitantes, véase por ejemplo: la Torre, el antiguo Palacio Ducal de los Marqueses de El Carpio, el antiguo cebadero de animales ubicado frente a "Las Grúas", que se destinará a centro turístico y de la naturaleza, los alrededores de la Ermita de San Pedro, para la prospección arqueológica.

Asimismo durante los últimos 4 años, hemos deslindado todas las vías pecuarias del municipio, lo que nos permitirá ponerlas en valor, como por ejemplo la que transcurre hasta el "Peñón del Águila" cruzando el río Guadalquivir.

El potencial de nuestro municipio, por su patrimonio y ubicación geográfica, junto a la autovía de Andalucía, atravesado por el río Guadalquivir y el ferrocarril nacional, no puede perder más tiempo para coordinar e impulsar estos 5 proyectos vitales para la consecución del mismo. Todo ello lo haremos aplicando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, coordinando los paquetes turísticos con el Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Córdoba, implantando estándares de calidad e impulsado por la Asociación Comarcal Centro de Iniciativas Turísticas "Alto Guadalquivir" de la que somos socios fundadores desde el año de su creación en 2.000.

### **CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO**

- Utilización de la iniciativa público-privada a través del ente mixto.
- Financiación a través del fondo de cartera del Banco Europeo de Inversiones Jessica.

### **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Este proyecto se puede extrapolar y ese es el objetivo del programa "Soporte para promoción de Destinos" de la Secretaría de Estado de Turismo.

### **DATOS DE CONTACTO**

Alfonso Benavides Jurado

Alcalde

Plaza de la Constitución, 1. Ayuntamiento de El Carpio

14.620 El Carpio (Córdoba)

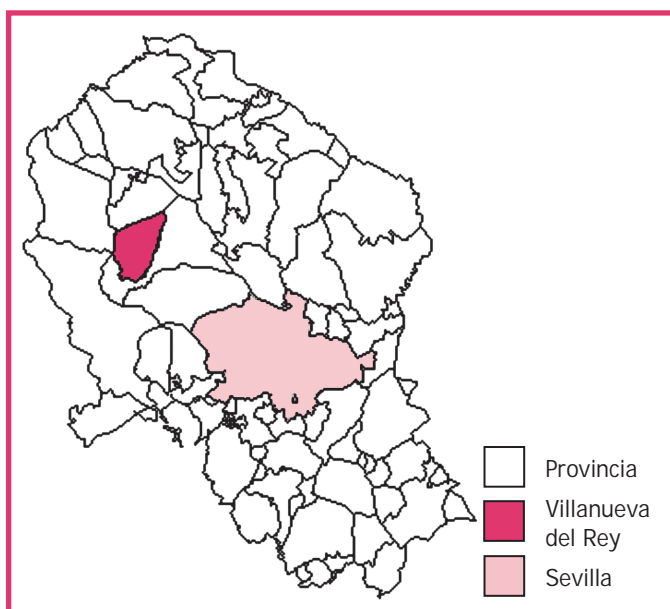
Tfno.- 957.180.411

Fax.- 957.180.386

E-mail.- deliapol@yahoo.es



## AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DEL REY CÓRDOBA



### POBLACIÓN TOTAL

1.217 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

214 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN.

1.416.909,75 €

### TÍTULO DEL PROYECTO

Plan director de productos turísticos-Villanueva del Rey

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de Villanueva del Rey.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Municipal.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Se inició en junio de 2008 y se irá desarrollando en distintos planes de actuación hasta 2011.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo general del proyecto es la creación de un destino turístico que genere economía y eleve la calidad de vida de los habitantes de Villanueva del Rey.

Para ello es necesaria la planificación racional y sistematizada de las iniciativas de turismo en la localidad y orientadas al desarrollo del producto turístico propio, que permita que este enclave alcance una identidad turística propia conformada sobre la base del concepto "Villanueva del Rey, Paseos Reales".

La identidad del destino turístico es el fruto de la intersección de dos aspectos: los valores y potencialidades que definen un territorio y la plasmación del contenido con que este se quiere proyectar.

Esta identidad tendrá dos consecuencias positivas:

- Un mejor y específico posicionamiento de la localidad frente a otros destinos.
- Ordenar las actuaciones tendentes a la promoción y consolidación de la localidad como destino turístico, adquiriendo esta coherencia individual y colectiva.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

En el desarrollo del proyecto se han establecido una serie de directrices o líneas principales de actuación que son:

1. Crear una oferta básica de alojamiento y restauración singular y de calidad, que cree las condiciones necesarias que hagan avanzar al municipio hacia su consolidación como destino turístico de calidad.
2. Crear una oferta complementaria basada en los potenciales naturales, culturales y etnográficos. Es una de las líneas más importantes del plan y se basa en los recursos propios, lo que conformará productos singulares de gran interés y que contribuirá al fortalecimiento de la identidad de los ciudadanos.
3. Potenciar el turismo específico cinegético.
4. Incorporar a la población al proyecto. Basada en una participación de la población, no sólo como destinataria de los efectos esperados, sino como agentes protagonistas.
5. Dotarse de los medios necesarios para la atención y accesibilidad de los visitantes.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

Para el desarrollo de este proyecto el Ayuntamiento dispone de un área de Desarrollo y Turismo, a la que están adscritos dos trabajadores que tendrán una intervención directa en la realización del proyecto.

No obstante, además es necesario contar con la corporación local que ha de ser actor directo del proyecto.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

6.118.000 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

El presente trabajo está dentro de la estrategia de desarrollo que tiene marcada el Ayuntamiento, y responde a la necesidad de encontrar y potenciar sectores económicos y articular fórmulas sostenibles para la creación de riqueza y diversificación de rentas en su municipio. Todo ello se realizará a partir del estudio y análisis de los recursos turístico-culturales de Villanueva y la detección de los potenciales que posee este término municipal.

Este Ayuntamiento viene realizando un esfuerzo por encontrar las claves capaces de alumbrar la creación de procesos que colaboren a paliar, al menos, algunos de los indicadores negativos que dan como resultados crecimiento negativo de las poblaciones, problemas de empleo y de fijación de la población joven, problemas con los medios tradicionales de creación de riqueza, etc.

Por tanto, este trabajo tendrá un marcado carácter de integración y complementariedad con proyectos y propuestas ya existentes. No obstante, no se renuncia a iniciati-

vas exógenas que apoyen y potencien el proceso de desarrollo turístico que se pretende iniciar. En ambos casos es muy importante el papel protagonista del Ayuntamiento, tanto en la supervisión de las actuaciones como en la incorporación de promotores locales a las actuaciones que se propongan.

En el fondo se plantea la necesidad de crear una oferta apoyada en los potenciales territoriales y etnográficos que tiene Villanueva del Rey y que, correctamente promovida y gestionada, consiga la captación de visitantes/turistas, que generen ingresos y dinamismo empresarial en el municipio, es decir, turismo.

Pero este plan no se puede considerar estrictamente un proyecto de infraestructura turística, sino un proyecto de desarrollo más integral en el que definir y consolidar el municipio como destino turístico, que contribuya a generar riqueza y bienestar social.

## RESULTADOS

Hasta el momento sólo se han obtenido resultados parciales, en atención a las actuaciones que han sido realizadas y que han contribuido de forma directa a reforzar la imagen de la localidad como destino turístico y a su consolidación.

En general los resultados que se esperan son:

- Reactivación económica.
- Creación de las condiciones óptimas para la creación de nuevas empresas relacionadas con el sector turístico.
- Crear empleo de calidad y especializado.
- Fomentar la diversificación de rentas.
- Generar nuevas oportunidades que contribuyan a fijar la población al territorio.
- Difundir la riqueza natural y etnográfica del municipio y de la comarca en general.
- Afianzar la identidad y el sentimiento colectivo del pueblo.

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

Del proyecto hemos de destacar los siguientes caracteres:

*Calidad:* ya que pretendemos que los productos a crear se rijan por cánones de alta calidad, lo que no quiere decir elitismo, sino que se desarrolle mediante actuaciones de vanguardia según los modelos más avanzados.

*Innovación:* mediante el uso de las más avanzadas metodologías y tecnologías se pretende que los productos resultantes supongan un salto cualitativo en su concepción y desarrollo respecto a la realidad existente pero también respecto a otras experiencias más consolidadas.

*Singularidad:* la interrelación de los distintos ámbitos en este proyecto y su espíritu endógeno debe conseguir una oferta singularizada. Si bien las fórmulas para la creación de productos turísticos ya están muy desarrolladas en otras geografías, el hecho de incorporar todos los componentes de cada ámbito debería darnos productos singulares que no se vieran como copias de otras experiencias, ya que ésto mermaría la competitividad. En este sentido es muy relevante el apoyo de las actuaciones en el patrimonio de la zona como seña de identidad propia de la misma.

*Integración:* por lo expuesto anteriormente (interrelación de ámbitos) el proyecto será integral, en el sentido de que teniendo como eje central el conjunto, éste se diversificará en distintas ofertas específicas.

## **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Sin lugar a dudas, el proyecto es susceptible de ser puesto en práctica en cualquier territorio, ya que de manera general está destinado a la creación de un producto que permita combinar: varias unidades territoriales (casco urbano, zona natural,...); la unión y acoplamiento de diversos tipos de infraestructuras y equipamientos, es lo que permitirá una oferta diversa con capacidad de captación de diversas demandas específicas; recursos de diferente índole, tales como medio natural, riqueza etnográfica, riqueza monumental, cinegética,...

Combinaciones posibles en cualquier municipio o comarca de Andalucía, que son conjugados de manera coherente, al objeto de aprovechar los recursos y potenciales existentes para la configuración de un destino singular de calidad.

Ello supone unificar en un mismo producto diversos componentes distintos que nos permitan una oferta de conjunto, pero al mismo tiempo varias específicas, y por tanto aprovechar de forma más eficiente y beneficiosa los resultados disponibles en nuestra comunidad autónoma.

## **DATOS DE CONTACTO**

Mercedes Paz García

Alcaldesa-Presidenta

Plaza del Ayuntamiento, 1

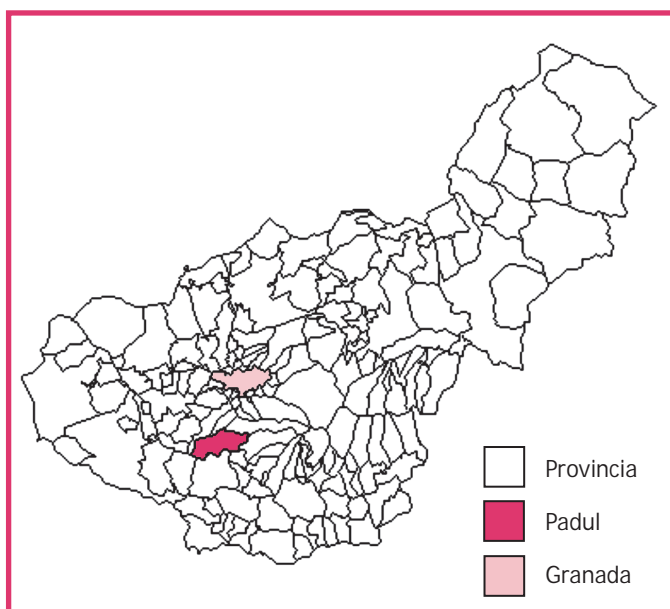
14230 Villanueva del Rey (Córdoba)

Tfno.- 957589001

Fax.- 957589188

E-mail.- [ayto.villanuevadelrey.alcaldia@eprinsa.es](mailto:ayto.villanuevadelrey.alcaldia@eprinsa.es)

## AYUNTAMIENTO DE PADUL GRANADA



### POBLACIÓN TOTAL

8.700 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

89 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2008

7.663.453,31 €

## TÍTULO DEL PROYECTO Padul, la Villa del Mamut

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de Padul.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Localizado en Padul, con actuaciones aplicables a todas las provincias de Andalucía.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Las actuaciones comenzaron en enero de 2008, con la presentación del proyecto en la Feria Internacional del Turismo que tuvo lugar en Madrid.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objeto principal del proyecto supone desarrollar la denominada "Estrategia del Mamut", cuyo fin principal es dar a conocer los atractivos naturales, arqueológicos y turísticos de Padul, para el mercado autonómico, nacional e internacional a corto, medio y largo plazo respectivamente. Lo que comenzó siendo una idea de futuro, alternativa a la crisis que ha afectado sobremanera a nuestro pueblo, se ha convertido, en un potencial de ideas, iniciativas y proyectos de actividad emprendedora, acordes con el desarrollo de un turismo sostenible, tal y como se recoge en las directrices que marcan los gobier-

nos actuales. Hemos pasado de ser un pueblo donde la actividad económica principal estaba enfocada a la construcción, sector que desde hace un tiempo sufría los efectos de la crisis y su consecuente elevada tasa de desempleo, a convertirse en un municipio que empieza a despuntar en el mercado turístico, no sólo a efectos de las visitas que recibimos, sino también con la iniciativa emprendedora de nuestros vecinos que han realizado un verdadero esfuerzo para reconducir su actividad económica a este nuevo sector del turismo, con unas ideas innovadoras, atrayentes y muy sugestivas para todo aquel que nos visita. Teniendo como eje central de este nuevo desarrollo la figura del "mamut" de Padul, cuyos restos se hallaron en la Laguna de nuestro pueblo.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- Puesta en valor de la Laguna: como uno de los recursos hidrológicos más importantes de Andalucía, zona protegida como área de reserva, dentro del Parque Natural de Sierra Nevada, ocupa una superficie de 60 has. encharcadas de forma permanente y cubiertas de vegetación palustre, lo que conlleva una gran cantidad de aves y una vegetación exclusiva. Lugar único con estas características.
- Puesta en valor de los elementos culturales, artísticos patrimoniales e históricos de nuestro municipio: además de la riqueza natural, Padul cuenta con un amplio patrimonio relativo a la construcción de edificios, tanto civiles (Casa Grande de los Condes de Padul, S. XVII, Lavadero de Santa Ana y Fuente de los 5 Caños), como religiosos (Iglesia de Sta. María la Mayor, Ermita de San Sebastián, Tres Cruces...). Además de importantes eventos también de tipo religioso (Procesión del Viernes Santo, Romería de San Isidro, Procesión de San Sebastián...) o festivo (Feria Agroalimentaria, Fiesta de la matanza, Real Feria de Ganado...).
- Diseño y Oferta de un paquete turístico "El Mamut": Aprovechando esta imagen asociada a nuestro pueblo, se ofrece al visitante una ruta que englobe diversas actividades: senderismo, almuerzo, visitas... Incluida la degustación de la cerveza del "Mamut."
- Ampliar la oferta de servicios auxiliares del turismo: merchandising, oferta gastronómica, turismo activo (BMX, senderismo, barranquismo...)
- Difusión y apertura al mercado turístico de este proyecto, para darle la mayor difusión posible, no sólo a nivel provincial sino autonómico.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

El proyecto, iniciado por el actual Alcalde: D. Manuel Alarcón Pérez, comenzó en enero de 2008, y cuenta con él, como figura principal al frente de este proyecto, junto a los concejales y personal técnico del Ayuntamiento.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

El proyecto asciende a 50.000 €, para consolidar su puesta en marcha; aquí no se incluyen los proyectos de construcción previstos de infraestructura urbana, sino labores exclusivas de promoción turística.

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

El interés de este proyecto recae principalmente en encontrar una alternativa a la crisis, que se ha cebado con los trabajadores de nuestro pueblo, ya que tenían dedicación mayoritaria al sector de la construcción y derivados del cemento. En el turismo se

ha encontrado una opción viable, limpia, sostenible, que no sólo supone un medio de vida para los paduleños/as, sino también un factor de ocio y disfrute para todo aquel que venga a visitarnos. Además, nuestro beneficio redunda en todo el Valle de Lecrín, ya que el turista amplía su visita a los restantes pueblos de la comarca. Las ideas emergentes en torno a la figura del mamut como eje vertebrador de nuestro paquete turístico, suponen iniciativas emprendedoras muy novedosas, como por ejemplo: la cerveza del "mamut", elaborada de forma artesanal y que se vende en todos los bares y restaurantes del pueblo, los dulces elaborados con la figura del mamut, menú del mamut, servido también en un restaurante del pueblo, la impresión de camisetas, souvenirs... Se consolida también el concurso gastronómico de elaboración del "menú del mamut", con los platos cocinados por los vecinos de nuestro pueblo, y donde el plato ganador se sirve como menú en bares y restaurantes, junto con la consolidación año tras año de la imposición de la máxima insignia de reconocimiento de este Ayuntamiento: "mamut de oro". Además se aprovecha de forma transversal la llegada al pueblo de visitantes para enlazar con otros valores, tales como, la Laguna, el senderismo, la visita cultural, la actuación de las orquestas de música paduleñas (de gran arraigo en la comarca...). Todo ello asociado al Plan Estratégico del Turismo de Padul y su inclusión en la iniciativa del Turismo Sostenible del Valle de Lecrín.

## RESULTADOS

Los resultados obtenidos se refieren en un principio a la aceptación y colaboración de todos los vecinos en esta gran idea de orientación de nuestra economía hacia el turismo, ya que nuevos y antiguos empresarios se han sumado a la iniciativa, encontrando además un nuevo yacimiento de empleo. También las ayudas públicas pedidas por este Ayuntamiento, se han centrado, en las últimas convocatorias en la solicitud de proyectos encaminados al desarrollo de esta línea. En general podemos decir que estamos en la primera fase de inicio, pero para su puesta en marcha era imprescindible contar con la aceptación de nuestros vecinos, ya que sin ellos y su colaboración sería imposible la realización de este gran proyecto. Contamos ya con la consolidación de la figura del mamut en nuestro pueblo y su asociación por parte de otras localidades al nombre de "Padul". Además la presentación de un Plan Estratégico de Turismo, publicado igualmente en nuestra página web, ha dado a conocer las líneas de actuación previstas, y la puesta en valor de los elementos "vendibles" de nuestro pueblo.

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

Padul cuenta con el mamut como elemento diferenciador, de su incipiente turismo rural, animal prehistórico cuyos restos fueron encontrados en las inmediaciones de la Laguna, estando previstas las actuaciones referentes a la recreación de la figura a tamaño real. Otro reclamo único de nuestro pueblo es la realización del único whisky cien por cien de malta que se elabora en España, y que se comercializa con el nombre de "Embrujo de Granada". También se otorga de forma anual "El mamut de oro", una insignia con la que se premia y reconoce la labor y trayectoria de un vecino/a de nuestro pueblo, así como su contribución a la historia más reciente del municipio; este acto ha tenido en sus tres ediciones una gran acogida. Por otro lado contamos con la Laguna de Padul como elemento principal diferenciador del resto de actividades turísticas, con la visita al "Aula de la Naturaleza", construida en el mismo entorno natural, y actividades paralelas como anillamiento de aves, cursos de monitor medioambiental... En lo que se refiere a las publicaciones relativas a este ámbito, mencionar la "Guía de aves", recurso bibliográfico donde se recogen todas y cada una de las aves más singulares que se pueden ver en la Laguna. La Laguna de Padul es uno de los humedales más importantes de Andalucía, además debido a las recientes lluvias, ha incrementado notablemente su superficie encharcada con el consecuente aumento de aves, tanto las autóctonas, como las que nos visitan durante algunas épocas del año. Además a esta gran diversidad contribuye la mayor extensión de carrizal de la provincia, con importantes masas de anea,

lirio amarillo y la lenteja de agua que confieren al conjunto un aspecto único e irrepetible. Además el subsuelo de la antigua Laguna está ocupada por una singular turbera, la más meridional de Europa circunstancia que enriquece aún más si cabe este recurso hídrico. Esta riqueza del terreno y biodiversidad, viene de antaño, hecho que demuestra la gran cantidad de restos históricos que se han encontrado.

### **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Las características que posee nuestro municipio y su entorno natural, son las que conforman la idiosincrasia de la zona, su carácter único por la confluencia de factores como su situación: a escasa distancia de la Costa granadina, la capital y Sierra Nevada, o el valor de su entorno natural han contribuido a que se aúnen diversos factores que han generado las peculiaridades de esta zona, basadas también en los yacimientos arqueológicos y las excavaciones de los restos prehistóricos del mamut, por ello es difícil que pudiera este proyecto aplicarse a otras localidades, ya que no hay otro lugar que reúna las mismas condiciones. Sí que es aplicable la idea de reorientar la actividad de un municipio hacia el turismo sostenible, como medida alternativa a la crisis.

### **DATOS DE CONTACTO**

Manuel Alarcón Pérez

Alcalde del Ayuntamiento de Padul.

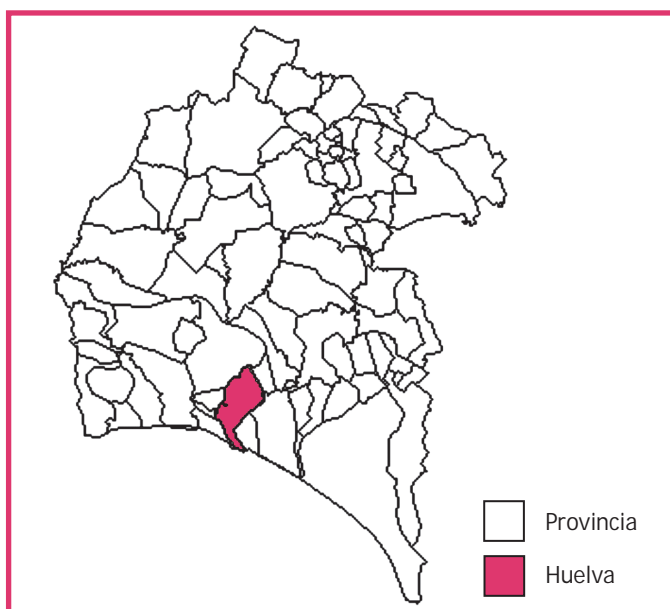
18640 Granada.

Tfno.- 958790012

Fax.- 958790002

E-mail.- [elpadul@elpadul.es](mailto:elpadul@elpadul.es)

## AYUNTAMIENTO DE HUELVA HUELVA



### POBLACIÓN TOTAL

150.000 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

149 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

168.747.711 €

### TÍTULO DEL PROYECTO

Guía turística de la Semana Santa de la ciudad de Huelva

### ENTIDAD PROMOTORA

Concejalía de Alcaldía y Turismo del Ayuntamiento de Huelva.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Ciudad de Huelva.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Marzo de 2010.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Esta publicación supone uno de los principales alicientes para el mundo cofrade y para el público en general por su enorme calidad de contenido y presentación. Se trata de un libro con fotografías a color editado por la Concejalía de Turismo que tiene como objetivo acercar al ciudadano y a los visitantes la Semana Santa en todas sus facetas para una mejor comprensión y entendimiento del fenómeno.

Someramente, el libro tiene, entre otros, los siguientes apartados:

**ALGO DE HISTORIA:** Breve historia de la Semana Santa en Huelva y fotografías antiguas de la Semana Santa de Huelva.

**PÓRTICO DE LA SEMANA SANTA:** Recoge los preparativos a la Semana Santa desde unas semanas antes del comienzo de la misma (el Vía Crucis del Consejo de Cofradías; los Carteles anunciadores; los cultos internos de las Hermandades; la Visita a los templos para ver los pasos durante el montaje; el pregón oficial de la Semana Santa).

**PARA EMPEZAR:** Recoge una introducción a la Semana Santa desde un punto de vista de la iconografía, los personajes que aparecen en los pasos, qué representan, los detalles del rico patrimonio imaginero, orfebre y bordados. Incluye también un glosario cofrade, detalles de la vida de los artistas y un suculento apartado de recetas típicas de estas fechas.

**LA SEMANA SANTA POR DENTRO:** Recoge información de los altares de culto que montan las cofradías, cómo se montan los pasos, cómo se organiza una cofradía, qué son los penitentes y cómo visten y un interesante apartado sobre los costaleros.

**LA HERMANDAD EN LA CALLE:** Ofrece datos útiles para ver las cofradías en su máximo esplendor; datos de lo que significan colores y olores, cómo son los pasos de misterio y palios así como su estructura. Muy interesantes es el apartado dedicado a las voces utilizadas por el capataz para dirigir los pasos y también la información sobre la música cofrade.

Por último se recogen:

- Datos de interés de cada una de nuestras hermandades, el templo de salida de las cofradías, apuntes sobre los autores de las imágenes y además.
- Plano de la Carrera Oficial.
- Teléfonos de interés general.
- Líneas de autobuses.

Como novedad de este año, se ha ampliado la documentación gráfica con numerosas fotos y se ha renovado toda la documentación fotográfica al completo. Asimismo, se ha incluido un nuevo apartado dedicado a monográficos de artistas comenzando por el imaginero ayamontino Antonio León Ortega; por último se ha incluido un epígrafe con bibliografía básica sobre el mundo cofrade.

### **PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN**

- Dar a conocer la Semana Santa de Huelva.
- Difundir la Semana Santa de Huelva entre los ciudadanos y los turistas.
- Ofrecer una guía didáctica que explique el significado y alcance del fenómeno cofrade.

### **RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.**

#### **PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS**

- 1 Director del proyecto, desempeñado por el Técnico de Turismo y Patrimonio de la Concejalía de Turismo.
- 1 Documentalista externo.

### **IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO**

12.654,72 €

### **JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO**

La Semana Santa de Huelva es un fenómeno turístico-cultural de máxima expresión de la religiosidad popular de la ciudad de Huelva. En base a la importancia que di-

cho acontecimiento ha venido adquiriendo en los últimos años, la Concejalía de Turismo consiguió que la Semana Santa onubense fuese declarada "Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía"; para ello fundamentamos nuestra petición en una serie de argumentos: antigüedad del acontecimiento, valor de su patrimonio artístico y cómo no, la repercusión social. En este último aspecto, la dinamización de las calles de la ciudad durante estos días hacen de la capital un hervidero de gente que beneficia a los comercios y a la hostelería en general; sin duda, esto nos movió en 2004 a publicar una Guía de horarios e itinerarios y fomentar la Semana Mayor con más fuerza que en anteriores ocasiones, facilitando información precisa para mejorar la visita a la ciudad y favorecer que los turistas y ciudadanos de Huelva se sientan satisfechos.

### RESULTADOS

- Edición de 5.000 ejemplares.
- Aumento del conocimiento de la Semana Santa en la población local, lo que ha supuesto un incremento de personas en la calle.

### CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

- Es la única guía turística a nivel nacional que explica de manera didáctica la Semana Santa como un fenómeno integral.
- Es la única publicación nacional que aborda la Semana Santa para darla a conocer por dentro y por fuera.

### POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA

#### EN OTROS TERRITORIOS

La guía puede ser editada por cualquier territorio a coste cero teniendo en cuenta la incorporación de patrocinio.

### DATOS DE CONTACTO

Manuel Vela Cruz

Técnico de Turismo y Patrimonio

Avda. Presidente Adolfo Suárez, 1 (Centro de visitantes Huelva, Puerta del Atlántico).

21001 Huelva

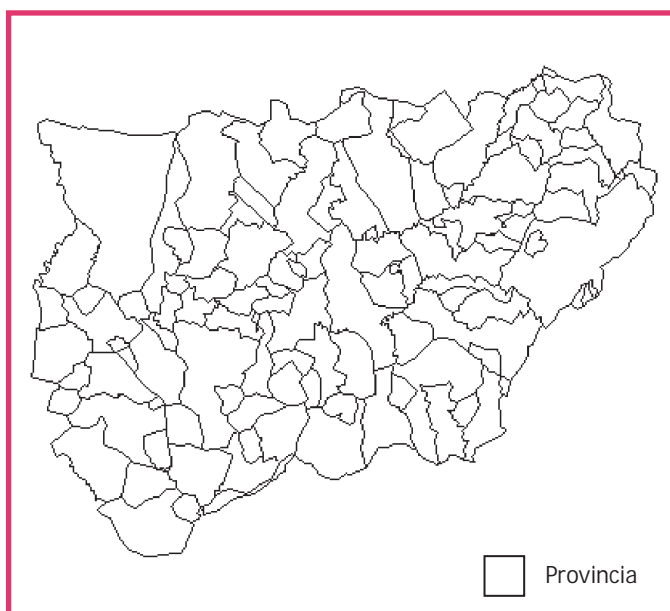
Tfno.- 959541817

Fax.- 959260707

E-mail.- manuel.vala@huelva.es



## DIPUTACIÓN DE JAÉN JAÉN



### POBLACIÓN TOTAL

669.782 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

13.489 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

204.556.998,62 €

## TÍTULO DEL PROYECTO Ruta de los Castillos y de las Batallas

### ENTIDAD PROMOTORA

Diputación Provincial de Jaén.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Esta ruta enlaza las provincias de Jaén con Granada y Ciudad Real, si bien las actuaciones se han centrado en la provincia de Jaén, en los municipios de: Santa Elena, Bailén, La Carolina, Linares, Vilches, Baños de la Encina, Andújar, Arjona, Arjonilla, Lopera, Porcuna, Torredonjimeno, Torredelcampo, Jaén, Martos, Alcaudete y Alcalá la Real.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

El Plan Turístico se inició en 2004 y finalizó en noviembre de 2008.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

#### *Objetivo general:*

Para la Diputación esta Ruta ofrecía la oportunidad de rentabilizar un imponente y abundante patrimonio cultural, al que se convierte en motor de desarrollo económico y social de los municipios que enlaza, al tiempo que nos permite proyectarnos hacia fuera con un producto de gran envergadura y calidad. Y en línea con las directrices que marca

el desarrollo sostenible, otro de nuestros principales objetivos es incentivar la protección activa de estos bienes culturales.

### *Objetivos específicos:*

El proyecto Ruta de los Castillos y las Batallas nace en el contexto de puesta en valor de este legado cultural en nuestra provincia con múltiples objetivos:

- Identificación de Jaén, tierra de castillos, como uno de los conjuntos de arquitectura defensiva más importantes de Europa por diversidad y calidad.
- La salvaguarda y recuperación de este patrimonio cultural y su difusión a los ciudadanos, para el aprovechamiento y disfrute.
- El desarrollo económico de la provincia de Jaén favoreciendo la implantación de nuevas empresas e iniciativas de gestión sostenible del patrimonio cultural así como favorecer nuevas ofertas y destinos turísticos.
- El posicionamiento de la provincia de Jaén como uno de los más importantes destinos de turismo cultural (Iberos, Renacimiento, Aceite), con un producto especializado y de calidad.

## PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Para la construcción de este producto turístico se ha puesto en marcha una batería de programas y actuaciones dirigidas a la mejora de la competitividad turística de la ruta en el marco de un turismo sostenible y de calidad. Son seis programas dirigidos a incidir en los distintos factores que influyen en una experiencia satisfactoria de los visitantes.

- A. Actuaciones de puesta en valor y uso turístico de los recursos (incluyendo la accesibilidad al patrimonio):
  - Programa de adecuación y mejora de los recursos patrimoniales.
  - Programa de adecuación de accesos y entornos.
  - Señalización interpretativa y de orientación.
- B. Creación de productos innovadores:
  - Programa de interpretación musealización.
  - Producto de gastronomía medieval.
- C. Apoyo a empresas y agentes turísticos:
  - Compromiso de colaboración entre empresas y el plan de desarrollo turístico de la Ruta Castillos y Batallas.
  - Incentivos a la calidad de empresas turísticas.
  - Oferta de formación para empresas y agentes turísticos.
- D. Estrategia de promoción y comercialización.

Las Distintas actuaciones de este programa están a su vez coordinadas con el plan de Marketing del Área de Turismo de la Diputación Provincial de Jaén y a su vez con el de Turismo Andaluz.

- Promoción e información del Plan.
  - Sistema de Información en Internet.
  - Asistencia a ferias de turismo, nacionales e internacionales.
  - Realización de material de promoción.
  - Campañas de publicidad.
- E. Programas de actividades turísticas:

- Actividades de ocio y turismo. Programa de animación.
  - Actividades culturales y educativas.
- F. Gestión del Plan y del producto Castillos y Batallas:
- Creación de una oficina de gestión del Plan de Desarrollo Turístico.
  - Estudio y diseño de políticas y estrategias de producto, precio promoción y comercialización.

## RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

La Gerencia del Plan Turístico la asumió la Coordinadora de Promoción y Turismo de la Diputación de Jaén. De este área dependen dos secciones: proyectos (4 técnicos de grupo A) y promoción (4 técnicas del grupo B y dos auxiliares administrativos). Esta área ha estado apoyada por los técnicos del área de infraestructuras y obras de la Diputación (1 arquitecto y 1 aparejador). A su vez, este equipo de la Diputación ha trabajado en red con los técnicos de los distintos ayuntamientos (licenciado en Geografía e Historia, arquitectos).

Desde la planificación a la ejecución, se han realizado reuniones periódicas con los políticos y técnicos de los ayuntamientos y con la Delegación de Turismo de la Junta de Andalucía, para consensuar cada una de las acciones del Plan. La Comisión de Seguimiento, presidida por el Director General de Planificación Turística formada por responsables políticos y técnicos de la Consejería de Turismo, de la Diputación Provincial de Jaén y la Federación de Hostelería y Turismo, han sido los encargados de controlar y evaluar el Plan.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

11.895.402 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

La finalidad del proyecto presentado ha sido generar un producto turístico-cultural de calidad en la zona oeste de la provincia de Jaén, que pese a ser muy transitada por el turismo que busca el sol y la playa de Andalucía y contar con grandes recursos culturales, no contaba con un producto atractivo, que generara recursos en el territorio.

Para la Diputación Provincial de Jaén es un proyecto clave en la diversificación económica, con la generación de nuevos yacimientos en torno al turismo, la generación de un valor añadido a nuestro territorio con una marca cultural y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos. La restauración y puesta en valor del patrimonio ha supuesto la mejora de los conjuntos urbanos y de su imagen, un mayor interés por parte de las administraciones locales por su patrimonio y una mejora en la autoestima de los habitantes.

La elaboración del producto turístico se ha afrontado como una estrategia global integrada en al que se relacionan acciones de puesta en valor y adecuación de recursos patrimoniales, el fortalecimiento y la mejora de la calidad del tejido empresarial, las medidas de difusión cultural y de promoción, las líneas que incentivan la creación de productos innovadores y establecimiento de modelos de gestión viables para el producto y para cada uno de los sitios que lo integran.

Para asegurar la viabilidad del producto se elaboró, con la colaboración de una consultora especializada, un estudio de viabilidad y explotación de la ruta y de cada uno de los sitios patrimoniales. Un trabajo que partió de un estudio de los segmentos de públicos y la generación de diversos productos y paquetes. También se estudiaron distintos modelos de gestión para los próximos años.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Consejería de Turismo han anunciado un Plan de Competitividad para consolidar la ruta, con una inversión de 3,3 millones de euros, en el que cada administración, incluida Diputación, cofinanciarán un tercio.

### RESULTADOS

La Ruta se ha configurado como una potente oferta turístico-cultural, con un claro aumento de la frecuentación turística y, por tanto, del desarrollo del área occidental de la provincia de Jaén.

En estos cuatro años, además de la financiación del Plan Turístico, se ha conseguido aunar esfuerzos e inversiones de otras administraciones en la ruta Castillos y Batallas: Ministerio de Administraciones Públicas (edificio Museo Navas de Tolosa), 1% Cultural (Castillo de Baños de la Encina y Fortaleza de la Mota), Consejería de Cultura (Castillo del Trovador Macías, etc.), Consejería de Empleo (Taller de Empleo de la Ruta de Castillos y Batallas), Activajaén (La Mota y Castillo de Alcaudete).

Además de las inversiones en restauración y adecuación, montajes expositivos, lo más destacado han sido la variedad de acciones en las que hemos implicado a los distintos colectivos relacionados con el producto turístico castillos: hosteleros, restauradores, periodistas, técnicos de ayuntamientos, empresas de servicios turísticos y, sobretodo, a la población local. Este verano 2010 es el VI programa y cuenta con fiestas en 13 municipios: torneos, cenas, rondas,...

Desde el inicio de la Ruta hemos apostado por generar una imagen en promoción de producto turístico dinámico y atractivo, una ruta en la que se invita al visitante a "vivir una experiencia", o a que a la par que conoce un castillo pueda degustar una comida de época singular.

La Ruta cuenta con una web [www.castillosybatallas.com](http://www.castillosybatallas.com), la guía, editada por El País, "El Paraíso Disputado: La Ruta de Castillos y Batallas", folleto en varios idiomas y una colección de cuadernos didácticos para el público escolar.

Se ha editado material promocional en distintos idiomas de la ruta y está presente en todas las ferias y jornadas internacionales de turismo. Con el lema "Vino el Rey de los Videojuegos y se fue Alex I", se han elaborado anuncios de radio y televisión.

### CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

El proyecto responde a varios niveles de innovación en materia turística:

- El trabajo en red de los ayuntamientos con la Diputación, superando los localismos, para afrontar un proyecto de envergadura y la coordinación con otras administraciones con el objetivo de diversificar la financiación.
- El método de trabajo del Plan, una estrategia global integrada en la que se relacionan acciones de puesta en valor y adecuación de recursos patrimoniales, el fortalecimiento y la mejora de la calidad del tejido empresarial, las medidas de difusión cultural y de promoción, las líneas que incentivan la creación de productos innovadores y establecimiento de modelos de gestión viables para el producto y para cada uno de los sitios que lo integran.
- La apuesta por una gestión creativa y sostenible de los recursos culturales. El objetivo ha sido planificar la gestión del patrimonio, ordenar la oferta, interpretarlo, que deje de ser considerado como un conjunto de elementos estáticos para conformar una oferta global y configurarlos como elementos de identidad y de dinamización de las economías locales.
- Las líneas que incentivan los programas de dinamización con la participación de distintos colectivos: programa de animación, talleres didácticos...

- La incorporación de los empresarios, a través de la Federación de Hostelería y Turismo, tanto en la planificación como en las distintas actividades del producto turístico.

### **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

La metodología para la planificación y organización del producto turístico-cultural de los Castillo y Batallas ha sido una referencia para proyectos similares en la propia Diputación de Jaén y para planes turísticos de otras comarcas y localidades. Se trata de una estrategia global que incide en los distintos elementos que afectan a la calidad de la experiencia turística del visitante a la comunidad autónoma, por tanto puede ser una referencia metodológica para cualquier territorio de Andalucía.

La creación de este producto se ha sustentado en una estrategia global integrada, planificada previamente y con un estudio de viabilidad, que está siendo cofinanciada por distintas administraciones, y con el concurso de los empresarios y la población local.

### **DATOS DE CONTACTO**

Ana Fernández Zamora

Directora-Adjunta del Área de Turismo, Desarrollo Local y Sostenibilidad

Plaza de San Francisco, nº 2

23071 Jaén

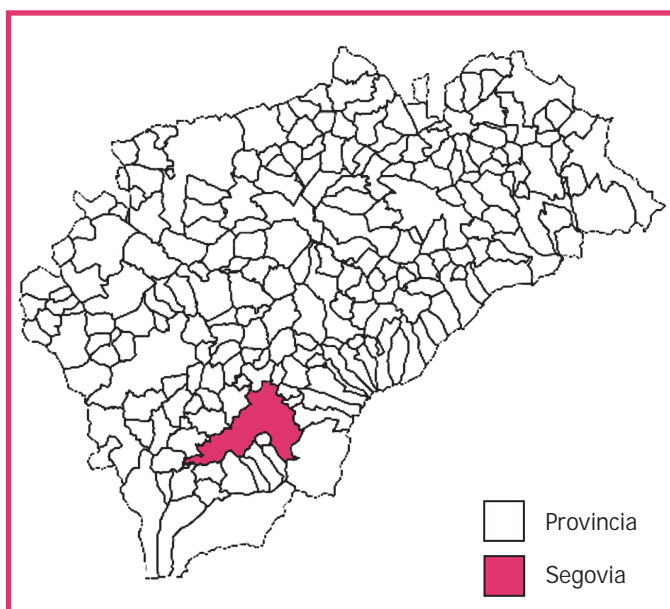
Tfno.- 953248000 Ext: 1042

Fax.- 953248064

E-mail.- [ana.fernandez@promojaen.es](mailto:ana.fernandez@promojaen.es)



## AYUNTAMIENTO DE SEGOVIA SEGOVIA



### POBLACIÓN TOTAL

56.858 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

163,6 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

89.686.246 €

## TÍTULO DEL PROYECTO 125 Aniversario del Acueducto

### ENTIDAD PROMOTORA

Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Segovia.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Internacional.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Meses de octubre y noviembre de 2009.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Con motivo de la declaración del Acueducto de Segovia como Monumento Nacional el 20 de octubre de 1884, la Concejalía de Turismo y Patrimonio Histórico, promueve distintas actividades dentro de un programa llamado "Felicidades Acueducto" que se desarrolla principalmente entre los meses de octubre y noviembre de 2009.

El objetivo de este proyecto es el de, aprovechando el 125 Aniversario de la declaración como monumento Nacional, presentar el Acueducto de una manera diferente. Monumentos como el Acueducto suelen atraer a miles de visitantes sin necesidad de novedades relevantes, por lo que el Ayuntamiento de Segovia decide llevar a cabo un programa que otorgue un nuevo protagonismo al monumento.

Las intervenciones programadas se enfocan en clave turístico-cultural, de tal manera que se refuerza la identificación de la población local con su patrimonio, pero también como factor promocional de la ciudad y de atracción de visitantes que pernocten y prolonguen su estancia.

El objetivo principal de "Felicidades Acueducto" es el de romper con la idea de que sobre el patrimonio más emblemático no pueden introducirse novedades que le otorguen nuevo protagonismo.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- Actividades llevadas a cabo:
- Exposición "El Acueducto en la fotografía".
- Exposición "El Acueducto cuenta la historia de Segovia".
- Edición de libro "El Acueducto en la fotografía".
- Edición de álbum de cromos "El Acueducto cuenta la historia de Segovia".
- Blog "Felicidades Acueducto".
- Representación Teatro de calle "El Satiricón".
- Abrazo al Acueducto.
- Fiesta de cumpleaños del Acueducto.
- Edición de postales para felicitar al Acueducto.
- Cupón conmemorativo de la ONCE.
- Rally fotográfico del periódico "Norte de Castilla".
- Jornadas "Hacia un plan integral para la conservación del Acueducto de Segovia" del World Monument Fund.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

Los Recursos Humanos disponibles para la realización del proyecto fueron un técnico y un auxiliar administrativo de la Concejalía de Turismo y los trabajadores de la Empresa Municipal de Turismo, que cuenta con 25 empleados.

Estos trabajadores realizan tareas de coordinación y organización, principalmente.

Además se contó con el apoyo de trabajadores municipales de otras áreas, y el de los voluntarios culturales "Segovia 2016" que apoyan los actos y eventos culturales que se celebran en Segovia.

Estos trabajadores realizaron tareas de apoyo "in situ" durante la celebración de los actos (reparto, inscripciones, información, etc.).

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

105.000 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

El interés del Ayuntamiento de Segovia al poner en marcha este proyecto es el de presentar el Acueducto de una manera diferente aprovechando el 125 Aniversario de la declaración como monumento Nacional. Se ve así la oportunidad de otorgar un nuevo protagonismo al Acueducto que suele atraer a miles de visitantes por sí mismo, sin ningún tipo de actividad a su alrededor.

Segovia pretende desarrollar e impulsar políticas de productos turísticos que contribuyan a elevar la competitividad de nuestra ciudad como destino. Este proyecto aúna Turismo y Cultura, por lo que se ve la posibilidad de tener así una mayor capacidad de atracción de visitantes, sobre todo de públicos más cualitativos.

La celebración de alguno de los actos implicaba la participación en un evento único, que hace que los visitantes se sintieran partícipes de una experiencia que no se volvería a repetir, singular y auténtica.

Y a la vez que se pretende la atracción de turistas y visitantes, los actos buscan también el generar propuestas turísticas que involucren a la comunidad local, resaltando así la identidad cultural de Segovia, y dando al turismo el liderazgo que en una ciudad como la nuestra este sector debe tener.

La Concejalía de Turismo entiende que el desarrollo del sector pasa por una mayor implicación del sector privado en la definición y ejecución de las políticas públicas con impacto en el turismo. Este proyecto ha potenciado la cohesión y capacidad de interlocución de los sectores implicados en la cadena de valor turístico de Segovia, ya que el proyecto se desarrolla sobre la base de la cooperación público-privada, con la participación de numerosas empresas privadas en la financiación de las diferentes actividades.

## RESULTADOS

El 125 Aniversario del Acueducto como Monumento Nacional se plantea con la idea de la consecución de ciertos objetivos, anteriormente citados, que finalmente se cumplen.

La presencia de los públicos de proximidad cobra especial importancia en tiempos de crisis, dado que es de esperar una tendencia de contención del gasto y por tanto de elección de destinos más cercanos. Con este proyecto se consigue la atracción de visitantes principalmente de Madrid y de Castilla y León.

Se consigue aumentar el número de pernoctaciones y desarrollar el turismo familiar, ya que la gran mayoría de las actividades estaban dirigidas a todos los miembros de la familia.

Otro de los objetivos que se pretenden y se cumplen es el involucrar a la comunidad local, ya que la ciudadanía de Segovia se vuelca en la participación y asistencia a todos y cada uno de los actos que componen el programa.

La cooperación e interacción público-privada hace posible la realización y el correcto desarrollo de todas las actividades programadas en el proyecto, y consigue establecer una comunicación fluida con el sector privado que se convierte en una base sólida para la colaboración en futuras actividades.

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

El programa de actos que componen el "125 aniversario del Acueducto de Segovia", incluye aspectos que tienen un carácter innovador.

En los últimos años, la mayoría de las administraciones públicas locales han puesto en marcha iniciativas para la modernización y calidad que tienen como objetivo fundamental la mejora en la prestación de los servicios que tienen encomendados y con ello, la satisfacción de las necesidades y aspiraciones de la ciudadanía.

En esta línea de trabajo, Segovia quiere que la población local sea consciente de la importancia económica y social del turismo, y que sea consciente de dicha importancia y de que los anfitriones somos todos, desde los ciudadanos hasta el personal más especializado en cada uno de los puntos de la cadena de valor del sistema turístico.

Además de la toma de conciencia se promueve la participación directa, esta iniciativa hace especial hincapié en la implicación ciudadana no solamente a través del tejido

asociativo, sino a todas las formas de organización de la ciudadanía que están imperando en la sociedad actual.

Entendemos que en ciertas ocasiones es difícil que el conjunto de la ciudadanía se implique y participe en eventos turísticos, pero creemos que para poder lograrlo había que conseguir que la información llegara a todos los sitios, a través de cuantos canales se puedan utilizar, ya sean páginas webs, talleres, seminarios, blogs, anuncios o actividades paralelas, foros de ideas, etc.

El uso de las nuevas tecnologías en la difusión del proyecto, por lo tanto, es otro de los elementos innovadores, ya que se convierte en la principal vía de comunicación entre ciudadanía, turistas y la organización.

La utilización del blog [www.felicidadesacueducto.es](http://www.felicidadesacueducto.es) permite que los visitantes interactúen con el Ayuntamiento, buscando una comunicación e información participativa que haga posible el diseño de un producto adaptado a sus necesidades. Además la información se distribuye por redes sociales tales como facebook, twitter o flicker.

También queremos señalar como elemento innovador la actividad del "Abrazo al Acueducto" ya que permite a los visitantes participar en un acto único, en el que se convierten en protagonistas y donde pueden interactuar con los ciudadanos de Segovia.

Esta actividad en concreto se ha diferenciado y consolidado por encima de las demás programadas porque consigue convertirse en una experiencia que conecta con las emociones y sensaciones del turista, ofreciendo una vivencia única.

### **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Este proyecto puede ponerse en práctica en cualquier ciudad que cuente con elementos patrimoniales, que como el Acueducto de Segovia, atraen visitantes sin necesidad de realizar actividades ni eventos en torno a ellos.

Pero, tal y como Segovia entendía al poner en marcha este proyecto que nos ocupa, todos los productos turísticos, incluidos los monumentos más importantes y renombrados precisan ir amoldándose a las nuevas necesidades del turista.

Todas las actividades programadas pueden ser extrapoladas a ciudades que cuentan con un patrimonio histórico y cultural único, y con un tamaño donde se pueda movilizar a la población local y el sector socioeconómico para su participación.

Las actividades no requieren grandes desembolsos económicos y grandes inversiones técnicas, ni requieren infraestructuras específicas, por lo que se pueden llevar a cabo con la mera adaptación histórica y socio-cultural única de cada ciudad y/o territorio.

### **DATOS DE CONTACTO**

Claudia de Santos Borreguero

Concejala de Turismo y Patrimonio Histórico

C/Judería Vieja nº 12

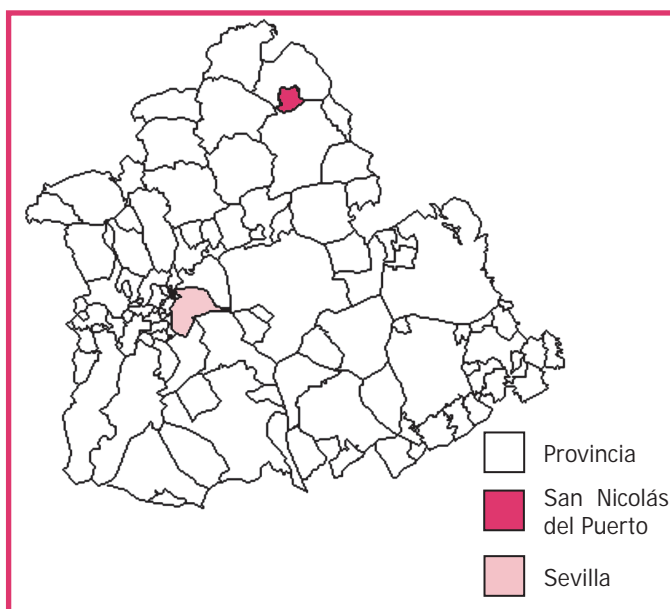
40001 Segovia

Tfno.- 921 46 67 07

Fax.- 921 46 67 08

E-mail.- [Claudia.desantos@segovia.es](mailto:Claudia.desantos@segovia.es)

## AYUNTAMIENTO DE SAN NICOLÁS DEL PUERTO SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

685 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

44,8 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN.

1.628.860,62 €

## TÍTULO DEL PROYECTO Noche del Terror

### ENTIDAD PROMOTORA

Ayuntamiento de San Nicolás de Puerto.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Municipal, comarcal y provincial.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Este año 2010 es su VIII edición y se realiza durante el segundo fin de semana de julio.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Crear instrumentos de consolidación del fuerte atractivo turístico de la localidad.
- Ampliar la oferta de actividades destinadas tanto a los habitantes de la localidad como a las personas que visitan el municipio.
- Promover la localidad como destino turístico, ofreciendo actividades alternativas.
- Fomentar el conocimiento del Patrimonio Histórico, Cultural y Natural de nuestra localidad.

- Implicar a los distintos colectivos en la promoción turística de la localidad.
- Consolidación de la red de voluntarios que participan en el Proyecto, unos 100 aproximadamente.
- Dar una alternativa de ocio a la Juventud de nuestra localidad que participa activamente dentro de la red de voluntarios.
- De *La Noche del Terror* ha arrancado un Certamen Literario cuya historia ganadora se tomará como argumento a representar en el recorrido de *La Noche del Terror*.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

1. Certamen literario para potenciar la creación literaria en nuestra localidad y continuar apostando por la participación y colaboración de la población en general, convirtiéndose en una de las actividades municipales que más repercusión está alcanzando dentro y fuera de nuestra comarca. De este certamen de relatos, nace la historia que representa *La Noche del Terror*.
2. Recorrido nocturno que discurre por el casco urbano de San Nicolás del Puerto y lugares aledaños como la Ribera del Hueznar y la Vía Verde. Este recorrido se acondiciona adecuadamente con la temática del terror.
3. Mercadillo, en el que se puede comprar desde artículos de terror, disfraces, abalorios, literatura del terror, etc.
4. Pasacalles del Terror que discurre por las calles de la localidad para entretener y ambientar La Noche del Terror.
5. Tematización: tanto el mercadillo como las calles más importantes del pueblo se tematizan. Balcones y banderolas dan un ambiente terrorífico junto con la luz adecuada.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

- Alcalde: presentación del proyecto a nivel provincial e interprovincial.
- Concejala de Cultura: control de gastos y seguridad.
- Concejala de Servicios Sociales: control de material, vestuario y maquillaje.
- Concejala de Juventud: control de voluntarios.
- Concejal de Deportes: control de equipos técnicos (luz y sonido).
- Concejal de Turismo: control de publicidad.
- Técnicos del Ayuntamiento:
  - ALPE: redacción de memorias y solicitud de subvenciones para la financiación.
  - Tesorero: coordinación de las funciones del Personal Político y Personal Técnico del Ayuntamiento y ambientación.
  - Educadora: Seguridad y material.
  - Monitor Cultural: Aspectos técnicos de luz y sonido y coordinación del certamen literario.
  - Monitora de Juventud: Voluntariado.
  - Monitor de programas sociales: Elaboración de material gráfico para publicidad.

## IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

20.000 €

## JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

San Nicolás del Puerto es un pequeño municipio de aproximadamente 700 habitantes que está situado en pleno corazón de la Sierra Norte de Sevilla, a unos 100 kilómetros de la capital. Esta lejanía, unida a unas vías de comunicación precarias y un escaso servicio de transporte público, hace que la oferta turística, deportiva y de ocio a la que pueden acceder los vecinos del pueblo sea muy limitada.

La localidad se encuentra en una zona de la provincia muy deprimida desde el punto de vista social y económico, con un acceso complicado, comunicaciones difíciles, infraestructuras escasas y una elevada tasa de paro. El sector primario, agricultura y ganadería, es la base de su economía lo que conlleva empleo inestable y estacional. Aunque su rico y atractivo patrimonio natural hace de San Nicolás del Puerto un destino turístico en alza tanto entre los sevillanos como entre personas de otros lugares de España e, incluso, de otros países, con lo que gradualmente se están poniendo en marcha iniciativas empresariales vinculadas al sector del turismo.

Durante el período estival aumenta en gran medida el número de visitantes atraídos por la benignidad del clima y el atractivo de la zona. Esto provoca que en los meses de julio y agosto la población aumente considerablemente y, con ello, el incremento en la demanda de todo tipo de servicios, incluidas las actividades turísticas, culturales y de ocio. En respuesta a esta demanda se inició en 2003 por parte de este Ayuntamiento un programa de actividades estivales que contó con una fuerte participación popular, lo que ha motivado su consolidación como un atractivo más de nuestro pueblo, de ahí que se celebre todos los veranos.

El citado programa incluía una actividad, denominada *La Noche del Terror*, que por el alto número de participantes y el éxito que ha tenido, tanto entre los habitantes de San Nicolás del Puerto como de los pueblos de los alrededores, ha ido tomando un carácter propio y se ha consolidado como un hecho singular y característico.

## RESULTADOS

- Desde la primera edición del evento, en 2003, el número de participantes ha ido aumentando paulatinamente de modo que lo que se planteó en un primer momento como actividad de una sola noche se extiende actualmente a un fin de semana completo. Sirva como ejemplo la comparación entre las 120 personas que participaron en la primera edición y las 1.150 que culminaron el recorrido en la última, celebrada en julio de 2008.
- Pero, aparte de la participación en la actividad, a la localidad acuden numerosas personas atraídas por el ambiente que reina en nuestras calles durante los dos días del terror. De hecho, en la pasada edición de 2008, se calcula que acudieron al municipio unas 2.500 personas, y ante esta afluencia de visitantes se organizaron por primera vez una serie de actividades complementarias como un pasacalles y un mercadillo, acciones que se pretenden repetir en la próxima edición.
- En pocos años *La Noche del Terror* se ha convertido en una de las actividades más esperadas y valoradas en nuestra localidad, contando con una gran colaboración popular tanto en el aspecto organizativo como en el participativo. Además, debido a su esmerada organización, a las atractivas historias que construyen su argumento, a la ambientación y a la publicidad, el acto se ha convertido en un reclamo turístico importante. Prueba de esta relevancia es la invitación recibida por parte de los responsables de Isla Mágica en Sevilla para la escenificación de *La Noche del Terror* dentro del espectáculo organizado en las instalaciones del Parque Temático para la celebración de *Halloween* correspondientes a las ediciones de 2007, 2008 y 2009 y, dado el éxito de público,

se ha renovado la invitación para 2010. Todo un logro de promoción para un pueblo de las dimensiones y características de San Nicolás del Puerto.

### **CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO**

San Nicolás del Puerto tiene un entorno natural incomparable, cuenta con dos monumentos naturales: Cerro del Hierro y Cascadas del Huéznar. La Corporación municipal no ha optado por la organización de una feria de muestras como en los municipios vecinos, sino que ha querido dar a conocer la oferta turística con esta actividad. Los visitantes y participantes del recorrido de La Noche del Terror, tienen por delante un fin de semana donde podrán sumergirse en plena naturaleza, disfrutar de nuestra gastronomía y, sólo aquellos que lo desee, pasar miedo. Visitar San Nicolás del Puerto es visitar la comarca. Los distintos alojamientos de la Sierra Norte ven incrementada sus plazas ese fin de semana. Nuestra población se convierte en el escaparate, punto de partida y de regreso para volver a visitar.

La Noche del Terror consiste básicamente en un recorrido nocturno que discurre por el casco urbano de San Nicolás del Puerto y lugares aledaños como la Ribera del Hueznar y la Vía Verde. Este recorrido se acondiciona adecuadamente, tomando como base la novela premiada del certamen literario.

Cuenta con numerosos voluntarios debidamente ataviados que se distribuyen en distintos puntos del recorrido de modo que los participantes se sumerjan en el acontecimiento. Tanto en la organización como en el desarrollo de la actividad participan unas 100 personas entre actores, técnicos de sonido y luz, asistencia en el recorrido, recepción de los participantes, control final, maquillaje y otras tareas. La ejecución de todas estas labores es abierta, es decir, que cualquier persona que lo desee puede colaborar tanto en la organización como en los distintos puntos del recorrido. Del mismo modo, tanto la temática como el diseño de la ambientación que se ejecuta cada año son elegidos democráticamente por los voluntarios, de manera que se produce una implicación personal desde el primer momento.

Desde que comenzó en el año 2003, se han ido añadiendo, adaptando y mejorando aspectos de la actividad como: la introducción del mercadillo y pasacalles en el centro del pueblo, seguridad privada en el recorrido, colaboración de empresas y asociaciones del pueblo.

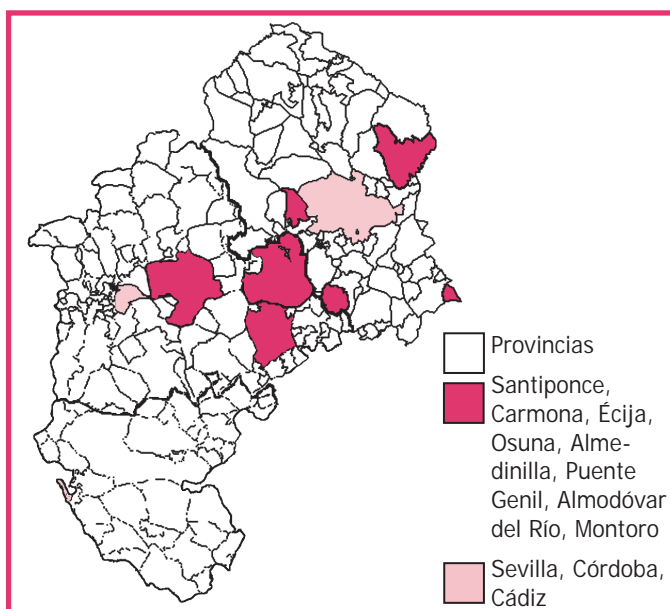
### **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Sin duda, el éxito organizativo de La Noche del Terror recae en el voluntariado. No sería factible llevar a cabo este evento, si los más de 100 voluntarios que trabajan sin ánimo de lucro, obtuvieran una remuneración económica; no se podría afrontar económicamente el gasto, al menos por un Ayuntamiento tan pequeño como el nuestro. Es una labor encomiable que vecinos de todas las edades, se involucren en este proyecto sólo y únicamente por el bien del municipio, por contribuir al despegue turístico del mismo.

### **DATOS DE CONTACTO**

Nicasio Galán Montes  
Secretario  
C/ Real, nº4  
41388 San Nicolás del Puerto (Sevilla)  
Tfno.- 955886500 /955886559  
Fax.- 955886558  
E-mail.- nicasiogalan@dipusevilla.es

## ASOCIACIÓN DE CIUDADES DE LA RUTA BÉTICA ROMANA. CARMONA SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

600.235 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

4.755,4 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

1.225.000 €

## TÍTULO DEL PROYECTO

### Teatro en ruta con la Bética

### ENTIDAD PROMOTORA

Asociación de Ciudades de la Ruta Bética Romana (Plan de Actuación de la Ruta Turística de la Ruta Bética Romana).

### ÁMBITO TERRITORIAL

Términos municipales de:

- *Provincia de Sevilla:* Santiponce, Carmona, Écija, Osuna.
- *Provincia de Córdoba:* Almedinilla, Córdoba, Puente Genil, Almodóvar del Río, Montoro.
- *Provincia de Cádiz:* Cádiz.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

2010-2011.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Desarrollo local basado en el patrimonio histórico romano de los municipios de la Ruta Bética Romana.

- Poner en valor los yacimientos e infraestructuras romanas andaluzas.
- Transferir los conocimientos teatrales de una compañía consolidada a la población local y a los grupos meta culturales de esas poblaciones.
- Invertir indirectamente recursos económicos en las poblaciones de la Ruta.
- Atraer visitantes y turistas a los sitios municipales integrados en la ruta Bética Romana.
- Difundir el legado romano entre los andaluces.
- Crear y consolidar industrias culturales anexas al patrimonio histórico de los municipios.
- Transmitir conocimientos sobre la época romana a los habitantes y visitantes de las poblaciones.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

1. Producción de obra de teatro basada en el mundo romano y con base histórica en la provincia Bética (Andalucía).
2. Casting entre la población de cada uno de los municipios de la Ruta Bética Romana.
3. Casting entre los grupos de teatro amateur y no especializado de los municipios.
4. Formación dirigida a las personas seleccionadas en los municipios.
5. Producción de atrezzo y vestuario por parte de personas de los municipios.
6. Ensayo en cada yacimiento romano de cada municipio.
7. Producción de cartelería y difusión para cada municipio.
8. Representación en cada uno de los monumentos e inversión de los recursos económicos de la entrada en la conservación del yacimiento elegido.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

- Grupo de teatro de ámbito andaluz consolidado y con conocimiento y experiencia teatral de más de 20 años. Actores.
- Grupos locales amateurs en la mitad de los municipios expuestos. Estudiantes de arte dramático y amateurs.
- Coordinación desde la oficina de la Ruta Bética Romana. Gerente arqueólogo (licenciado con formación en desarrollo local) y auxiliar administrativo.
- Técnicos responsables de la Ruta Bética en cada uno de los Ayuntamientos. Diplomados en turismo.
- Técnicos responsables de la Ruta Bética Romana en cada uno de los ayuntamientos. Licenciados en historia-arqueología.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

114.084 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

Enfocado hacia el desarrollo local basado en el patrimonio arqueológico muestra el interés de ser una actuación transversal dirigida a la difusión turística con implicación

de parte de la población local, con resultado de transferencia de conocimiento entre el grupo profesional y los actores locales.

La oportunidad se justifica porque la inversión se realizaría a través de un plan de actuación turística cofinanciado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía y la Asociación de ciudades de la Ruta Bética Romana que incluye a los ayuntamientos expuestos más arriba.

El valor innovador viene representado porque a diferencia de la metodología tradicional de conservación y puesta en valor turística del patrimonio, en este caso actuaríamos sobre la difusión local y extralocal, dado el prestigio de la compañía formadora, con formación de actores locales y el montante económico de la entrada repercutiría en la conservación del yacimiento donde se represente la obra (restauración). Innovador es también el carácter de representación teatral al aire libre en yacimientos.

La viabilidad está garantizada ya que el proyecto está en marcha, aunque en sus inicios, y tiene aprobado el presupuesto por las tres administraciones.

Se pretende crear uno o varios grupos de trabajo para seguir en la línea argumentada y desarrollar actividades de forma más o menos continuada en los yacimientos.

## RESULTADOS

- Esperamos obtener transferencia de conocimientos para los actores locales.
- Contratación temporal de los artistas locales.
- Repercusión sobre la restauración-conservación de los yacimientos de cada población.
- Visita turística para acudir a la representación.
- Puesta en escena de obra ambientada en época romana con autenticidad en la recreación.

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

- Trabajo en red por parte de los ayuntamientos, sus técnicos y los artistas implicados.
- Proyecto transversal basado en el patrimonio histórico al servicio del turismo.
- Representaciones al aire libre en yacimientos de primer nivel (Carmona, Itálica, Teatro de Claudio Marcelo, Villa romana de Almedinilla,...)
- Repercusión de la visita turística en la conservación del yacimiento.
- Implicación en el desarrollo de distintos profesionales y artistas locales.
- Aunar desarrollo local, turismo, patrimonio histórico, teatro, junto a transferencia de conocimiento y con metodología de I+D con posibilidad de repercusión económica en el territorio.

## POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS

Es posible llevarlo a la práctica siempre que se cuente con una red de ciudades con experiencia en trabajo conjunto; con patrimonio histórico al aire libre y con grupos de artistas locales no profesionales con interés en promocionar y unirse al campo de las industrias culturales anexas al turismo.

**DATOS DE CONTACTO**

Isabel Rodríguez Rodríguez

Gerente de la Ruta Bética Romana

Alcázar de la Puerta de Sevilla s/n

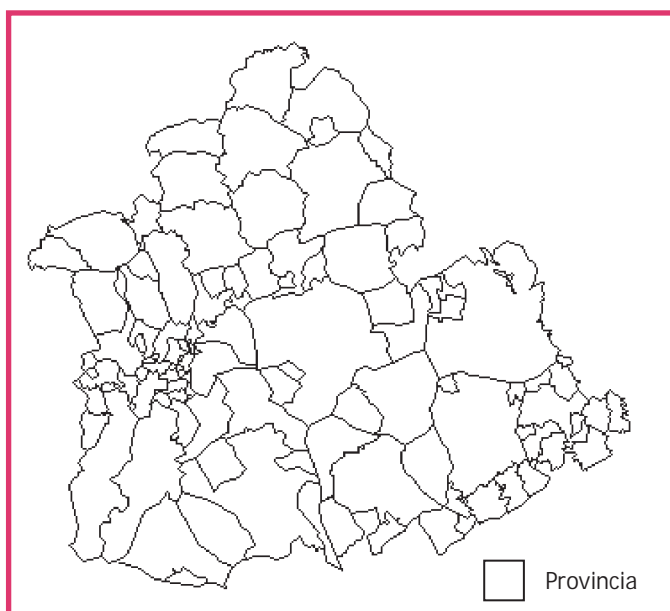
41410 Carmona (Sevilla)

Tfno.- 954190955

Fax.- 954190080

E-mail.- [beticaromana@carmona.org](mailto:beticaromana@carmona.org)

## DIPUTACIÓN DE SEVILLA SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

1.900.224 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

14.042,3 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

537.670.466,93 €

## TÍTULO DEL PROYECTO Birding Sevilla

### ENTIDAD PROMOTORA

Diputación Provincial de Sevilla.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Provincia de Sevilla y Sevilla Capital.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

- Año 2009: octubre, noviembre y diciembre.
- Año 2010: enero, febrero y marzo.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

- La dinamización del tejido turístico en el ámbito de actuación correspondiente.
- Mejorar los indicadores de estacionalización.
- Creación de puestos de trabajo especializados en este segmento.
- Diseño y montaje de paquetes y programas específicos para la Sierra Norte, Vía Verde de la Sierra Sur, Guadalquivir-Doñana, Campiña, Vía de la Plata y Aljarafe.

- Creación de una herramienta informática (Banners), para inclusión en páginas webs específicas.
- Campaña publicitaria en prensa especializada.
- Acciones promocionales en mercados nacionales e internacionales.

### **PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN**

- 1ª Diseño y montaje de paquetes y programas específicos para la Sierra Norte, Vía Verde de la Sierra Sur, Doñana y Vega del Guadalquivir, Vía de la plata, Campiña y Aljarafe.
- 2ª Estudio de los recursos tanto naturales como empresariales del Turismo ornitológico en la provincia de Sevilla:
  - Caracterización de las zonas de estudio
  - Puntos de observación de fauna
  - Rutas de observación propuesta
  - Creación de catálogo profesional de productos de turismo ornitológico
  - Estudio del entramado empresarial relacionado
- 3ª Creación de herramienta informática para inclusión en páginas webs específicas.
- 4ª Campaña publicitaria en prensa e internet.
- 5ª Diseño, edición y distribución de folletos promocionales con los productos creados.
- 6ª Acciones promocionales en mercados nacionales e internacionales.
- 7ª Presentación del producto a profesionales del sector, empresas y prensa, entre otros sectores más generalistas.
- 8ª Organización de viaje de familiarización, con prensa y profesionales del sector, acciones inversas.

### **RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.**

#### **PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS**

- 1 Coordinador Técnico
- 1 Técnico Superior
- 2 Técnicos Medios

### **IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO**

94.000 €

### **JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO**

La provincia de Sevilla posee una oferta de espacios naturales protegidos especiales y sus recursos a proteger deben ser "ofertados" de manera también especial y enseñados por gente también especial que goce del reconocimiento de sus gestores. Espacios como Doñana, Vía Verde de la Sierra Sur y Sierra Norte de Sevilla, entre otros, considerados como unos de los principales parajes de ornitología del Sur de Europa, justifican sobradamente su potencial turístico en este tipo de segmento.

Sin embargo, no está colocada en el mapa de Turismo de Naturaleza y más concretamente en el segmento de turismo ornitológico.

Entendemos, por tanto, que nuestra imagen como destino turístico relacionado con este segmento debe ir cambiando poco a poco a través de un fortalecimiento de estrategias, tanto en la definición del producto como en su comercialización. Estrategias que tengan la finalidad de dinamizar el tejido turístico del ámbito de actuación.

Se hace necesaria la creación de una campaña de promoción y comercialización, de una serie de propuestas de viajes, o productos turísticos, que puedan ser utilizadas como herramienta de ventas por los agentes intermediarios y los ofertantes, así como dar a conocer estos productos a potenciales clientes regionales, nacionales y extranjeros, que visitan nuestro país.

## RESULTADOS

Resultados seguimiento del proyecto Birding Sevilla. Octubre 2009-Abril 2010:

- Paquetes turísticos a medida. Aquí se han registrado 120 grupos de entre 2 a 6 personas .
- Tour Ornitológicos. Cuatro han sido los grupos operados por compañías extranjeras con una media de 12 personas por grupo. Las citadas compañías son: RAMBLERS (GB), ORIOLE BIRDING (GB), NOF TRAVEL (NO), NATUR EXPLORER (SUI).
- Expediciones Fotográficas. Se han producido dos expediciones. Éstas suelen tener una media de 20 componentes por grupos.
- Rutas Autoguiadas. En este apartado se han contestado 834 llamadas telefónicas donde se han solventado dudas sobre destinos.
- Página WEB. A través del correo electrónico de la web se han recibido 536 e-mail.

Por otro lado en el tema de redes sociales a través de la web en el enlace a Facebook hay registrados a día de hoy de un número de 655 amigos, 481 fans y 100 personas a las que le gusta este producto.

El registro del contador de visitas de la web:

*Dominios de referencia*

Evaluación: [birdingsevilla.com](http://birdingsevilla.com)

Período: de octubre, 2009 a diciembre 31, 2009

4963 visitas

*Dominios de referencia*

Evaluación: [birdingsevilla.com](http://birdingsevilla.com)

Período: de octubre 1, 2010 a mayo, 2010

8132 visitas

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

- Creación, mantenimiento y actualización de la web [www.birdingsevilla.com](http://www.birdingsevilla.com) donde se encuentra el catálogo de productos de Turismo Ornitológico y con facilidades para efectuar la reserva.
- Creación del Foro Club de productos.
- Acciones de MARKETING ON LINE.
- Utilización de las redes sociales a través de la web en el enlace a Facebook.

## **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Este proyecto puede ponerse en práctica en cualquier otro territorio que disponga de espacios naturales con avifauna.

## **DATOS DE CONTACTO**

Enrique Rodríguez Contreras

Director del Área de Turismo e Innovación

Avda. Menéndez y Pelayo, 32.

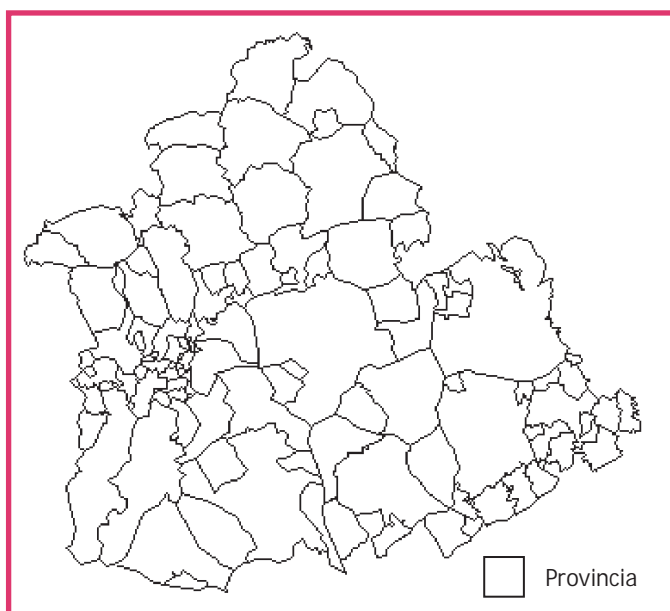
41004 Sevilla

Tfno.- 954 55 24 54

Fax.- 954 55 00 51

E-mail.- [enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es](mailto:enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es)

## DIPUTACIÓN DE SEVILLA SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

1.900.224 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

14.042,3 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

537.670.466,93 €

## TÍTULO DEL PROYECTO

### I Concurso de Experiencias en la Provincia de Sevilla

#### ENTIDAD PROMOTORA

Diputación Provincial de Sevilla.

#### ÁMBITO TERRITORIAL

Provincia de Sevilla.

#### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Desde abril hasta octubre 2010.

#### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Esta iniciativa pretende crear un nuevo y original sistema de promoción de los recursos y establecimientos turísticos de la provincia de Sevilla.

Aprovechando el uso de las nuevas tecnologías e internet, hemos diseñado una campaña de *Marketing Viral en la Red*, que motivará a turistas de dentro y fuera de la provincia a conocer lugares y establecimientos repartidos por nuestra geografía.

Esta campaña consiste en crear una promoción lo suficientemente atractiva como para que los internautas se la transmitan de unos a otros, a través de internet; la estrategia viral se basa en el uso de las redes sociales con el objeto de expandir la difusión, en un primer plano, del concurso de experiencias, en un segundo plano, la riqueza tu-

rística de la Provincia de Sevilla y su soporte empresarial y en un tercero, nuestra web como lugar de encuentro, capaz de ofrecer al usuario la información y servicios que requiere para planificar su visita.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

A través de los medios de comunicación se difundirá la puesta en marcha de un concurso en el que los participantes contarán con un pasaporte de la provincia en el que vendrán recogidos una selección de los principales atractivos y todos aquellos establecimientos turísticos de la provincia, que hayan querido participar.

Los participantes, eligiendo la modalidad de transporte que prefieran, realizarán su propia ruta y recorrerán un mínimo de ítems a lo largo de un determinado período de tiempo.

Como prueba de su "experiencia en la provincia" deberán fotografiarse o grabarse en vídeo en cada punto del recorrido, contando gráficamente su experiencia e invitando a los demás internautas a participar de ese recorrido.

Posteriormente se colgará ese material audiovisual en internet (por ejemplo en youtube) para entrar a participar en el concurso de "experiencias en la provincia de Sevilla", por lo que los participantes invitarán a sus contactos a que les voten, a la vez que pueden animarse a participar también.

A fin de motivar aún más al público se ofrecerán descuentos en aquellos establecimientos que vengán recogidos y promocionados en el pasaporte, de manera que el participante goce de esa ventaja al presentar su pasaporte.

Igualmente se establecerán premios de diferente categoría: primer y segundo premio de fotografía y primer y segundo premio de vídeo, premio a la mejor imagen de la Provincia y se creará una bolsa de regalos para sortear entre todos aquellos que voten y se hayan identificado al hacerlo.

Todas las empresas colaboradoras serán promocionadas en la web soporte de la campaña y serán obsequiadas con un "Diagnóstico gratuito de su posicionamiento en Internet".

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

Dada la especificidad del proyecto, se ha necesitado la contratación de una empresa externa que se ha encargado de la creación de los soportes promocionales: cartel, folleto, web, pasaporte, etc., la gestión de la web y también del seguimiento de la campaña en medios digitales.

A su vez, las tareas de coordinación, comunicación y gestión integral del proyecto han sido llevadas a cabo por un técnico coordinador de la entidad promotora.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

20.572,60 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

El turismo es una de las actividades económicas más importantes en nuestro territorio, para su mejor desarrollo debemos apoyar esta actividad sin olvidar las posibilidades que nos ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación; también es importante tener en cuenta la evolución que está sufriendo el turista del siglo XXI, que requiere la adaptación del sistema de información y promoción turística.

Es en esta línea, en la que se centra esta acción, el marketing viral es una forma poderosa de publicidad basada en la construcción de relaciones y contactos, que resulta ser la motivación de las redes sociales, actualmente tan extendidas y con un número de usuarios tan alto.

Este proyecto es muy innovador porque incluye varias acciones en una, usa las redes sociales para difundir un concurso cuyos objetivos son:

- Promocionar los recursos turísticos de la provincia de Sevilla.
- Activar el negocio de aquellos establecimientos asociados, a través de la entrega de bonos descuentos y pequeños detalles a los participantes que utilicen sus servicios.
- Promocionar la nueva web de turismo, ya que los participantes y todos aquellos interesados en votar tienen que entrar en esta web y así, a su vez, conocen su contenido y todo aquello que la provincia de Sevilla puede ofrecer en materia de turismo.
- Obtener derechos de imagen de todas las fotografías y vídeos que los participantes cuelguen en la red, con lo que ampliamos nuestro banco de digital de forma gratuita y a su vez, tendremos opiniones y sugerencias reales que ofrecer a otros usuarios de nuestra web. Esto es muy útil, ya que, en la actualidad, el usuario valora mucho la opinión de otros a la hora de planificar su viaje.

## RESULTADOS

Hasta octubre no tendremos los resultados.

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

La innovación en este proyecto se encuentra en el uso de nuevas técnicas de marketing de bajo coste pero de gran impacto y en la mezcla de acciones englobadas en un punto de partida, un concurso.

Uno de los aspectos más positivos es la colaboración de los empresarios del sector, se trata de un apoyo de bajo coste económico pero de gran efecto en cuanto a la atracción de clientes.

En esta campaña, tanto nosotros, como entidad promotora, como los empresarios podremos medir fácilmente el efecto de nuestra inversión, ya que los participantes que acudan a sus establecimientos movidos por esta acción se identificarán, con lo que la valoración de resultados es sencilla y directa, al final de su desarrollo podremos cuantificar económicamente su impacto, siendo esto mismo muy difícil en otro tipo de promoción turística.

## POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS

Es totalmente adaptable, no sólo a otros territorios sino a otros sectores, es cuestión de creatividad.

## DATOS DE CONTACTO

Enrique Rodríguez Contreras

Director del Área de Turismo e Innovación

Avda. Menéndez y Pelayo, 32.

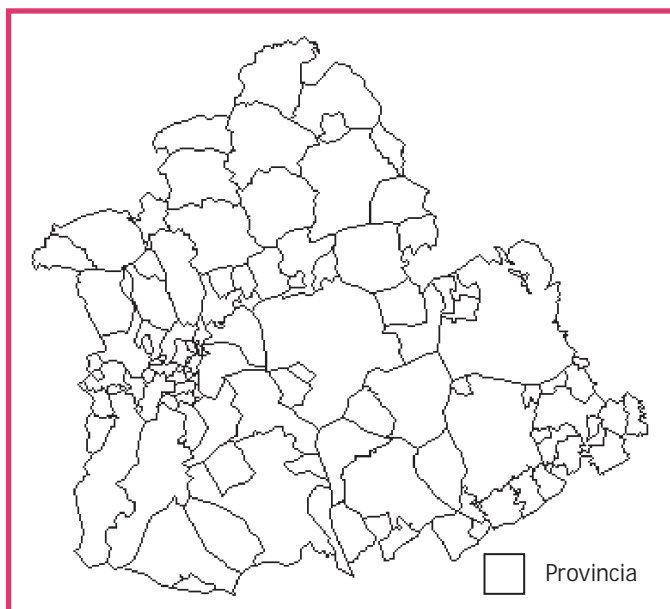
41004 Sevilla

Tfno.- 954 55 24 54

Fax.- 954 55 00 51

E-mail.- [enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es](mailto:enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es)

## DIPUTACIÓN DE SEVILLA SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

1.900.224 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

14.042,3 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

537.670.466,93 €

### TÍTULO DEL PROYECTO

**MUESTRA DE LA PROVINCIA: Eventos FERIALES Temáticos en el Patio de la Diputación de Sevilla**

### ENTIDAD PROMOTORA

Diputación Provincial de Sevilla.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Provincia de Sevilla y Sevilla Capital.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

- Año 2009: noviembre y diciembre
- Año 2010: febrero, marzo, abril, mayo, octubre, noviembre y diciembre.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Contribuir a la difusión y promoción de la imagen de la provincia de Sevilla y su medio rural.
- Mostrar el incremento progresivo de la oferta turística de la provincia de Sevilla como destino de interior.
- Proyectar una imagen de vanguardia que, utilizando todas las herramientas a nuestro alcance, nos permita definir y presentar una serie de productos atrac-

tivos e interesantes, diferenciadores y de calidad, como factor esencial para la competitividad turística.

- Complementar la oferta de Sevilla capital con los productos y servicios turísticos de toda la provincia.
- Dirigir las actuaciones, preferentemente, a captar la atención de los habitantes de Sevilla Capital y su Área Metropolitana.
- Concienciar a las ciudadanas y ciudadanos de nuestra provincia de la importancia de conocer el entorno inmediato y sus señas de identidad cultural para participar activamente en su comunidad.
- Mostrar una visión interesante y cultural de los valores patrimoniales, etnográficos y naturales del territorio provincial.
- Aplicar nuevas estrategias de promoción y difusión del patrimonio provincial.
- Valorar los recursos turísticos para expandir la actividad turística al territorio provincial.
- Crear flujos turísticos temáticos que incorporen nuevos productos y dinamicen la oferta turística provincial.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- Ordenación y distribución del espacio expositivo.
- Diseño y montaje de los elementos necesarios para organizar exposiciones temporales en el Patio de la Diputación.
- Planificación de los eventos feriales temáticos: selección de temáticas expositivas.
- Diseño, producción, montaje y desmontaje de los eventos feriales temáticos.
- Plan de medios para la publicidad y promoción del evento.
- Selección de temáticas: criterios y propuestas.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

- 1 Coordinador Técnico
- 1 Técnico Superior
- 2 Técnicos Medios

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

1.118.500,00 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

El proyecto se justifica, entre otras razones, por la necesidad que tienen los municipios de mostrar y promocionar sus recursos patrimoniales, naturales y gastronómicos, sus manifestaciones culturales, su tejido empresarial, etc. Por ello, esta iniciativa está llamada a paliar ese déficit y a poner a su disposición un espacio expositivo de carácter permanente, con una programación sostenida durante todo el año, en el corazón de Sevilla, donde tengan cabida cualquier iniciativa de carácter promocional de su municipio.

## RESULTADOS

Durante el desarrollo de los eventos feriales referenciados, destacar los datos siguientes:

- Participación de los municipios 151
- Empresas participantes 203
- Actividades realizadas 52
- Público asistente a los eventos feriales 47.084

## CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

Definición de otro enfoque estratégico nos lleva a proponer *un nuevo modelo de formato y de gestión* del evento ferial.

Feria expositiva basará su planificación promocional/comercial en *productos/recursos turísticos temáticos*, en lugar de considerar como referente las delimitaciones comarcales o municipales.

Las acciones se celebraran íntegramente en el *Patio central* de la Diputación de Sevilla.

Se realiza una *planificación anual* de eventos en lugar de una concentración en un solo evento cada año, de grandes dimensiones.

*Es un proyecto original de la Diputación de Sevilla, cuya titularidad le pertenece.*

Las instituciones, públicas o privadas que sean designadas para participar en el desarrollo de cualquiera de las acciones expositivas no deberán realizar *ningún tipo de desembolso* derivado directamente de la gestión del alquiler del suelo o stands en la Ferias para sus presentaciones.

## POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS

Este proyecto puede ponerse en práctica en cualquier otro territorio.

## DATOS DE CONTACTO

Enrique Rodríguez Contreras

Director del Área de Turismo e Innovación

Avda. Menéndez y Pelayo, 32.

41004 Sevilla

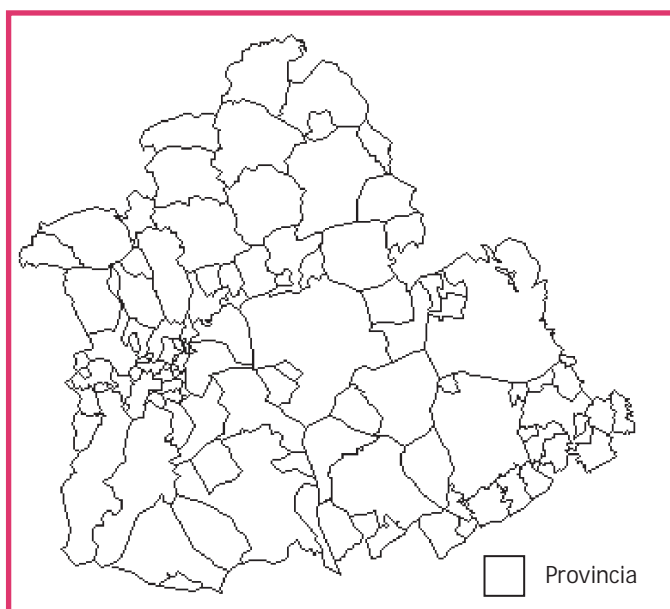
Tfno.- 954 55 24 54

Fax.- 954 55 00 51

E-mail.- enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es



## DIPUTACIÓN DE SEVILLA SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

1.900.224 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

14.042,3 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

537.670.466,93 €

## TÍTULO DEL PROYECTO

Promoción de las Vías Verdes de la Provincia de Sevilla

### ENTIDAD PROMOTORA

Diputación Provincial de Sevilla.

### ÁMBITO TERRITORIAL

La Campiña (Écija), Sierra Sur (Coripe, El Coronil, Montellano y Pruna) y Sierra Norte (Cazalla de la Sierra, San Nicolás del Puerto, Alanís de la Sierra y Constantina).

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

- Acciones promocionales: 8-9 mayo, 15-16 mayo, 22-23 mayo y 29-30 mayo.
- Web y comercialización de productos: Hasta mayo de 2011.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Este proyecto centra su acción en la promoción turística de las Vías Verdes de la Provincia de Sevilla, su puesta en valor, dándolas a conocer y ofreciendo productos que atraigan a visitantes y turistas a la provincia.

Para ello se han creado una serie de productos turísticos centrados en dichas vías y orientados a poner en valor recursos disponibles en cada una de ellas.

Dado el carácter comercializador de los productos, se implican en el mismo a tres colectivos de los municipios participantes, como son el sector de la restauración, el de alojamiento y el de turismo activo.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- *Creación de catálogo de productos turísticos:* destinados a su comercialización.
- *Desarrollo de un espacio web:* con información sobre las vías verdes, los municipios, rutas, gastronomía, alojamiento, productos turísticos ofertados,...
- *Vídeo promocional:* con imágenes de las Vías Verdes, empleado en las actuaciones promocionales desarrolladas.
- *Folletos promocionales:* Se han generado dos tipos de folletos, ambos en dos idiomas: castellano e inglés. Un primer folleto para comunicar toda la información de las tres Vías Verdes (Sierra Norte, Sierra Sur y Campiña). El otro folleto para comunicar toda la oferta de los productos turísticos propuestos para cada Vía Verde. De ambos folletos existe una versión impresa como una versión interactiva para la web, para consulta y descarga online.
- *Campaña de comunicación:* Se ha contado con el apoyo de la empresa MuchoViaje.com, que se ha encargado de la comercialización a través de su plataforma web, [www.muchoviaje.com](http://www.muchoviaje.com), considerando este escenario muy interesante tanto para dar a conocer estos productos como de gran repercusión hacia las empresas participantes. Se han realizado, a su vez, inserciones en revistas del grupo MuchoViaje.com, así como un reportaje en interior de 2 páginas.
- *Acciones promocionales a público final:* se desarrollaron en distintos lugares en Sevilla, Cádiz y Huelva, centrados en estaciones de tren y autobuses, usando un stand promocional, y se ofrecía información así como acciones participativas a los visitantes.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

3 Técnicos de Turismo.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

112.021 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

- Aprovechamiento de las sinergias que se generan con la promoción comercial resultado del proyecto.
- Acercamiento de las nuevas tecnologías a la promoción de los recursos turísticos.
- Beneficios económicos que se reparten por el territorio participante del proyecto.
- Promoción directa de los recursos turísticos propios.

### RESULTADOS

Actualmente se encuentra en fase de ejecución, aunque las acciones promocionales ya ejecutadas han sido satisfactorias.

### **CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO**

Vinculación de los sectores de alojamiento y restauración con el de ocio activo.  
Acceso a herramientas de promoción a las que no podrían optar de forma individual.

### **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

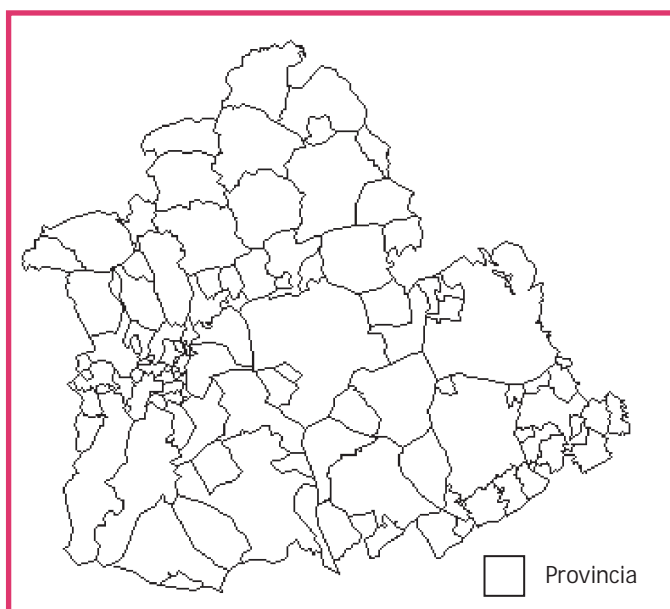
Este proyecto se puede poner en práctica en aquellos territorios que cuenten con recursos naturales tipo Vías Verdes, senderos, caminos naturales, que por su adecuación y accesibilidad, así como al tejido empresarial que posea, puedan ser susceptibles de explotación comercial.

### **DATOS DE CONTACTO**

Enrique Rodríguez Contreras  
Director del Área de Turismo e Innovación  
Avda. Menéndez y Pelayo, 32.  
41004 Sevilla  
Tfno.- 954 55 24 54  
Fax.- 954 55 00 51  
E-mail.- [enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es](mailto:enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es)



## DIPUTACIÓN DE SEVILLA SEVILLA



### POBLACIÓN TOTAL

1.900.224 habitantes

### EXTENSIÓN SUPERFICIAL

14.042,3 Km<sup>2</sup>

### PRESUPUESTO LIQUIDADO DE INGRESOS DE LA CORPORACIÓN. AÑO 2009

537.670.466,93 €

## TÍTULO DEL PROYECTO

Ruta del Ibérico en la Sierra Norte de Sevilla

### ENTIDAD PROMOTORA

Diputación Provincial de Sevilla.

### ÁMBITO TERRITORIAL

Sierra Norte de la provincia de Sevilla. Alanís, Almadén de la Plata, Constantina, Cazalla de la Sierra, El Real de la Jara, Guadalcanal, El Pedroso, Las Navas de la Concepción, La Puebla de los Infantes, San Nicolás del Puerto.

### FECHAS DE REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

De octubre de 2009 a marzo de 2010.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Es la puesta en valor de una economía local basada en el cerdo ibérico de la Sierra Norte de Sevilla. En esta ruta, participan muchas de las empresas ubicadas en la Sierra Norte, se pretende que todas estén perfectamente identificadas y con una imagen homogénea para que se convierta en un reclamo importante para turistas.

Los eslabones de esta cadena comercial serán: hoteleros, restauradores, productores, mayoristas, minoristas, secaderos, bodegas, museos, etc....

Pretendemos dar una visión total de las distintas etapas por las que pasa este animal, indispensable en nuestra gastronomía y reconocido a todos los niveles como uno de los mejores productos de nuestro país. Es por ello que la coordinación público-privada desempeña un papel importantísimo en el desarrollo de este producto, ya que con las visitas a lugares generalmente inaccesibles al gran público, estamos creando de este producto gastronómico, un producto turístico, a la vez que mejoramos el conocimiento del animal y del entorno que lo rodea.

### PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- *Actuación 1:* Promoción en Centros Comerciales. En esta actuación se presenta en los Centros Comerciales más importantes de Sevilla, la diversidad de la Sierra Norte de la provincia. Estamos presentes con un Stand y una azafata, que explica las posibilidades que ofrece el Ibérico en la Sierra Norte de Sevilla.
- *Actuación 2:* Promoción en los Pueblos de la Sierra Norte.
- *Actuación 3:* Diseño de paquetes Turísticos. Creación de nuevos paquetes turísticos, donde se ofertan noches de hotel más almuerzo Ibérico.
- *Actuación 4:* Plan de comunicación. Inserciones publicitarias en periódicos y revistas especializadas y cuñas de radio.

### RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES.

#### PERFIL DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

4 Técnicos de Turismo.

### IMPORTE DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO

92.684 €

### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL PROYECTO

Ahora la ruta cuenta con una amplia oferta turística, con visitas guiadas por las distintas fincas, mataderos, secaderos e instalaciones relacionadas con el cerdo Ibérico en la provincia de Sevilla. Para acudir después, a los restaurantes a degustar estos magníficos productos y finalizar el día en un algún hotel o casa rural, estando todos ellos, identificados como pertenecientes a la ruta.

### RESULTADOS

- Venta de paquetes turísticos
- Visitas a los municipios
- Seminarios

### CARACTERES INNOVADORES DEL PROYECTO

- Identificar claramente la ruta de ibérico.
- Paquetizar la oferta hotelera junto a comidas ibéricas.
- Seminarios de corte de jamón

## **POSIBILIDAD DE PONERLO EN PRÁCTICA EN OTROS TERRITORIOS**

Esta promoción es fácilmente adaptada y exportable a cualquier otro territorio, siempre y cuando el nuevo territorio cumpla las características específicas de la Sierra Norte de Sevilla.

### **DATOS DE CONTACTO**

Enrique Rodríguez Contreras

Director del Área de Turismo e Innovación

Avda. Menéndez y Pelayo, 32.

41004 Sevilla

Tfno.- 954 55 24 54

Fax.- 954 55 00 51

E-mail.- [enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es](mailto:enriquerodriguezcontreras@dipusevilla.es)

