

Plan Director Estratégico de Turismo del Valle del Guadalhorce



Equipo redactor

Este trabajo ha sido realizado por un equipo multidisciplinar compuesto por investigadores y técnicos de la Universidad de Málaga y el Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística (i3t-UMA), coordinados con el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce, compuesto por:

- ❖ Enrique Navarro Jurado (Coordinador)
- ❖ Antonio Guevara Plaza
- ❖ Ana Isabel Gaspar González
- ❖ María Jesús Carrasco Santos
- ❖ Alfonso Cerezo Medina
- ❖ Marta Lozano Domínguez
- ❖ Natalia Hustova
- ❖ Mario Blanco Vílchez



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



INSTITUTO UNIVERSITARIO DE
INVESTIGACIÓN DE INTELIGENCIA
E INNOVACIÓN TURÍSTICA

Colabora con el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce:
Turismo y Planificación Costa del Sol - Diputación de Málaga.



ÍNDICE			
1. INTRODUCCIÓN	1	3.4. Análisis DAFO	35
2. METODOLOGÍA	3	4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	37
3. ANÁLISIS	4	5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PLAN DE ACCIÓN Y SEGUIMIENTO	38
3.1. Análisis externo	4		
3.1.1. Contexto	4		
3.1.2. Tendencias	7		
3.1.3. Retos y oportunidades	10		
3.2. Análisis interno	12		
3.2.1. Demarcación territorial y renta de situación	12		
3.2.2. Situación demográfica	14		
3.2.3. Oferta de alojamiento	15		
3.2.4. Demanda: cuantificación de la afluencia turística	17		
3.2.5. Políticas turísticas	19		
3.2.6. Gestión del destino turístico: marca turística del destino, sello o certificación	19		
3.2.7. Descripción de los equipamientos/infraestructuras turísticas de uso público	21		
3.2.8. Grado de gestión y puesta en valor de los recursos	24		
3.2.9. Recursos patrimoniales: descripción y grado de gestión	27		
3.2.10. Análisis de los productos turísticos actuales y potenciales: oferta turística del territorio y productos/experiencias en los que se ha especializado el destino	31		

1. INTRODUCCIÓN

El *Valle del Guadalhorce* cuenta con gran potencial turístico, con recursos muy diversos por sus espacios naturales, lo que lo alinea con muchas tendencias de demanda actuales y la sostenibilidad. Esta comarca aspira a posicionarse como un destino de calidad, cohesionado, con una oferta turística diversa que destaca especialmente en los segmentos de naturaleza, turismo activo, cultura y gastronomía, entre otros y que puede llegar a ofrecer experiencias turísticas memorables y sostenibles.

Uno de los objetivos clave de este Plan Director Estratégico de Turismo del Valle del Guadalhorce es lograr un crecimiento sostenible y equitativo. El objetivo del Plan es múltiple: avanzar hacia una mayor sostenibilidad de la comarca en el turismo, analizar la complementariedad de cada municipio y buscar una percepción de la comarca como destino único. El Valle del Guadalhorce cuenta ya con un producto turístico muy



importante en el ámbito de la provincia de Málaga - el Caminito del Rey, ya que se ha convertido en uno de los principales atractivos para visitar la comarca y la provincia. El Plan propone estrategias que avanzan a la sostenibilidad territorial y turística, una revalorización de estos recursos ya posicionados, como el segmento de la naturaleza, sin olvidar el aprovechamiento de otros recursos que puedan diversificar su oferta y mejorar la competitividad y el atractivo del destino a medio y largo plazo. Este desarrollo turístico debe repercutir en el bienestar social de la población residente (sostenibilidad social), pues gran parte de estos nuevos recursos tienen una base de gestión local y forma parte de industrias tradicionales, como la agricultura, la ganadería, la transformación de alimentos, etc.

La sostenibilidad constituye el enfoque integral del marco de elaboración del Plan y todas las estrategias (proyectos estrellas) y acciones están enfocadas a la mejora de la sostenibilidad, para ello necesita herramientas y mecanismos que logren la efectividad de la industria turística. Concretamente, todas las estrategias tienen un estudio donde se determina su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además desde la transversalidad del turismo y la sostenibilidad se incorpora la economía circular, la preservación del entorno natural, la igualdad de género, el respeto del medio ambiente y el desarrollo equitativo del territorio.

En los escenarios más inmediatos, la economía circular y los procesos de producción y consumo responsables, constituyen un elemento de competitividad, tanto por la mayor sensibilización de la población residente y turística en materia de sostenibilidad, como por el efecto que ello conlleva para el cambio hacia el nuevo paradigma basado en el enfoque circular. De forma sintética, la circularidad de la economía implica

un uso eficiente de los recursos, con una menor generación de residuos de acuerdo al marco de las 5 Rs: Reducir, Reutilizar, Reciclar, Rediseñar y Reparar. Este concepto aplicado al turismo facilita la protección del territorio y sus espacios naturales y urbanos, la reducción del consumo de recursos y las externalidades negativas, además de la regeneración del medio natural del destino.

También se considera la adaptación al cambio climático uno de los elementos más relevantes del contexto actual, siendo clave las soluciones basadas en la naturaleza. Estas son estrategias inspiradas en los procesos naturales para su aplicación en entornos artificiales, o lo que es lo mismo: naturalizar el entorno urbano para mitigar los efectos del cambio climático. Su principal ventaja reside en el amplio abanico de posibilidades que abarca, muchas de ella de coste cero, que sin embargo reportan beneficios ambientales, sociales y económicos de forma casi inmediata, permitiendo una mayor biodiversidad en el espacio urbano, una mejor adaptación climática ante fenómenos extremos, una mejor calidad del aire, menores niveles de ruido...

Por último, es importante que el desarrollo no solo sea equitativo respecto al territorio, sino que avance en la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer. Si bien en términos generales, el sector turístico está muy feminizado, es importante avanzar con las características propias de este territorio de interior.

La metodología utilizada para la realización de este plan ha seguido un enfoque participativo, en el que han intervenido los agentes turísticos de la comarca, así como sus representantes públicos y técnicos. Un total de 20 sesiones de trabajo presencial se han mantenido en los municipios, todo un reto y un ejemplo de diagnóstico participativo con más 100

participantes. En consecuencia ha habido un un proceso de retroalimentación continua, moderado por los propios agentes, que ha servido para decidir los objetivos del plan y determinar las estrategias, así como su orden de prelación, constituyendo un ejercicio de planificación participativa, desde la propia ciudadanía y el empresariado hasta los representantes políticos.

En definitiva, se establecen estrategias y actuaciones, diferenciadas en tres escalas temporales, a corto (*imprescindibles*), medio (*necesarias*) y largo plazo (*deseables*). Así se permite definir las prioridades y el camino hacia un desarrollo turístico sostenible para la comarca, mediante la creación de una marca común, su posicionamiento y la definición de segmentos turísticos objetivo, aprovechando la potencialidad del Caminito del Rey como punto de atracción de turistas y visitantes a una comarca con un gran patrimonio natural, agropecuario y gastronómico, mejorando a su vez la percepción del Valle del Guadalhorce como destino turístico.



2. METODOLOGÍA

Para la elaboración tanto del análisis y diagnóstico como para el diseño de la propuesta estratégica, se ha empleado un proceso basado en la participación de los agentes implicados en el turismo en la comarca con reuniones diferenciadas: (1) la alcaldía y responsables de turismo de cada municipio; (2) los grupos políticos de cada corporación local; y (3) los grupos políticos, asociaciones ciudadanas y el tejido empresarial de cada municipio relacionado con el turismo. Estas sesiones participativas se han organizado con la intermediación y apoyo del GDR Valle del Guadalhorce.

El uso de esta metodología permite contrastar los intereses y expectativas de todas las partes implicadas para contemplarlos en el presente Plan, lo cual incrementa la viabilidad futura de las estrategias. El proceso participativo se ha dividido en dos fases: una de estudio previo donde se han realizado sesiones de trabajo con los agentes turísticos y no turísticos, y otra de análisis y diseño del Plan y las estrategias, además del posterior consenso de las mismas en sesiones adicionales.

La mencionada fase de estudio previo comienza en la segunda mitad de diciembre de 2022, con una duración de dos meses y medio, empezando el 16 de diciembre y finalizando el 8 de marzo. Durante este tiempo se mantienen 20 reuniones con los diferentes agentes implicados en el Plan. Las sesiones se dirigen entre el equipo de investigación y trabajo de la UMA y el GDR, realizándose en cada uno de los municipios de la comarca. Antes de cada sesión se lleva a cabo una labor de documentación acerca de los principales datos de cada municipio.

El formato de estos encuentros, en el caso de las alcaldías y responsables de turismo, es de entrevistas cualitativas (7 en total), mientras que, en el

caso de los grupos políticos (6) y las asociaciones, los grupos políticos y el tejido empresarial (6) se realizan mediante la metodología *focus group*. En primer lugar, con el equipo de gobierno local se tratan cuestiones derivadas del estudio previo realizado, junto a otras problemáticas y aspectos considerados relevantes; y en segundo lugar, las sesiones con los grupos políticos y el empresariado se orientan a las cuestiones tratadas en estas reuniones previas, además de otras temáticas de interés para los mismos. Esta distinción del formato de las sesiones (entrevistas cualitativas y *focus group*) permite dar respuesta a la diversidad de intereses y puntos de vista de todos los participantes.

Para el diseño y consenso del análisis DAFO y las líneas estratégicas, se organiza una sesión conjunta con el empresariado de la comarca en la que pueden realizar aportaciones y sugerencias adicionales al análisis, diagnóstico, las estrategias y las acciones.



Adicionalmente, para facilitar la participación del sector privado de la comarca que no acude a las reuniones, se habilitan dos cuestionarios *online* para proporcionar sus recomendaciones sobre los ítems tratados. Los cuestionarios se difunden por el GDR y se reciben un total de 9 respuestas. La elaboración del DAFO y las líneas estratégicas tiene en consideración las aportaciones recibidas por ambas vías, presencial y *online*, que dan como resultado el presente documento.

3. ANÁLISIS

3.1. Análisis externo

3.1.1. Contexto

El turismo es una actividad muy sensible a cambios de entorno, pero también posee una gran resiliencia, como se ha demostrado durante la pandemia. El 2022 confirma la tendencia de recuperación turística en Europa, al situarse los movimientos internacionales casi al 80%, de hecho lideró el *ranking* mundial en este aspecto en comparación a 2019 (OMT, 2023). Concretamente, en España se registraron 71,57 millones de turistas en el 2022, lo cual supuso el 86% del total correspondiente al 2019. Esta tendencia turística también fue positiva en Andalucía, alcanzando 12,2 millones de viajeros, es decir, más del 95% del total del 2019 (IECA, 2023) y con un PIB turístico similar al de 2019 que contribuyó notablemente al crecimiento económico (EXCELTUR, 2023).

No obstante, esta recuperación tiene lugar en un escenario actual de consumo y viajes muy desfavorable. Por un lado, la invasión rusa de Ucrania encareció los costes energéticos, ya que, subieron de media entre un 17% y un 29% en función del tipo del suministro (EXCELTUR, 2023). Lo cual provocó un incremento de hasta el 10% de la inflación en la Eurozona conllevando una correspondiente subida de los tipos de interés para corregirla, con máximos del 3,5% (Banco Central Europeo, 2023). Esto supone reducir la capacidad de consumo e inversión de demanda y empresas. A pesar de las cifras turísticas, la rentabilidad aún no se ha recuperado (EXCELTUR, 2023). Otra lectura es la condición irrenunciable del turismo para los europeos, casi recuperando su inercia en una coyuntura de consumo muy desfavorable (López Palomeque et al., 2022).

Los datos respaldan la sensibilidad y dependencia del sector turístico respecto a factores del macroentorno, y la resiliencia de la demanda turística. En este caso, centramos el análisis en: **sostenibilidad, retos, oportunidades y demanda.**

Sostenibilidad

La sostenibilidad se presenta como una manera de actuar, integradora y transversal a todos los aspectos de la vida humana. Como concepto, se descompone en tres dimensiones: una ambiental, promoviendo un desarrollo que no merme los procesos ecológicos; otra social, garantizando un desarrollo cohesionado y justo hoy y mañana; y una última económica, asegurando un desarrollo eficiente y viable. Desde un punto de vista práctico, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) desarrollados por la ONU son una herramienta para llevar la sostenibilidad a la práctica, al igual que la Agenda 2030. También trasladan los principios de la sostenibilidad desde las instituciones globales hasta las comunidades locales.



El turismo puede ser una vía para alcanzar un desarrollo sostenible, y así lo entiende también la comunidad internacional. Al igual que la ONU, la OMT ha adaptado los ODS al turismo, reafirmando su valor como vehículo de la sostenibilidad. De forma sintética, encontramos varios retos en materia de sostenibilidad y turismo:

Gestión de la financiación para sostenibilidad	Urgencias climática y energética
Profesionalización y digitalización del sector	Gobernanza para una mejor convivencia
Circularidad de la producción y el consumo	Convergencia entre indicadores y estrategias
Comunicación eficaz de la sostenibilidad	

Adaptación a partir de SEGITTUR, 2021

De todos estos retos, hay uno que destaca por encima de los demás por su capacidad de influencia sobre el resto: son las urgencias climática y energética.

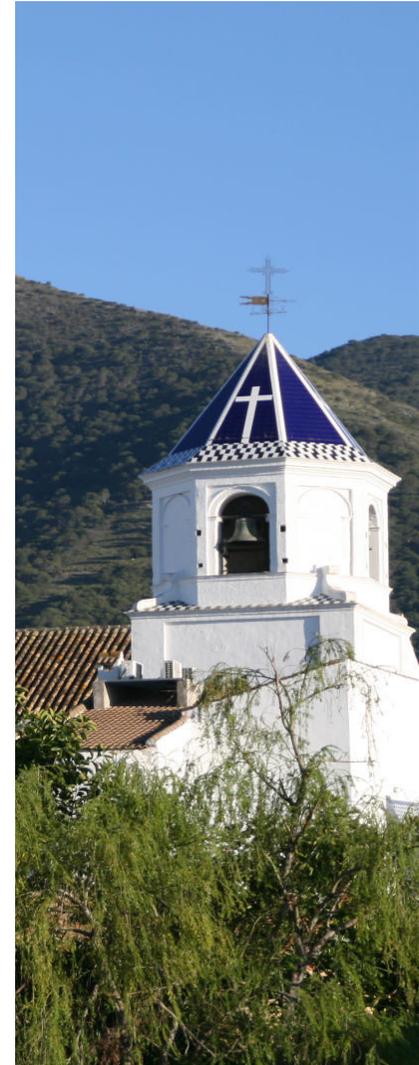
Urgencia climática: las principales consecuencias de la crisis climática están ligadas al incremento de las temperaturas. En el caso del Valle del Guadalhorce, los efectos más a tener en cuenta tienen que ver con la reducción del volumen de precipitaciones y con los episodios meteorológicos extremos: olas de calor, sequías, lluvias torrenciales e inundaciones, junto a incendios.

La reducción de las precipitaciones pone presión sobre el consumo de un recurso básico para el turismo y otros sectores como la agricultura. El

Valle del Guadalhorce es un territorio agrícola especializado en cítricos, habitualmente cultivados en regadío (IECA, 2023). La agricultura supone el 75% del consumo hídrico en Andalucía (PAAC, 2021): en un contexto de sequías recurrentes e intensas, la estrategia turística debe tener esta circunstancia presente.

La aridez creciente intensifica los impactos de las lluvias torrenciales: los suelos se compactan, impidiendo el drenaje del agua y desbordando los cursos fluviales (CSIC, 2022). Si bien la orografía de la comarca es montañosa, muchos accesos, recursos turísticos y activos de otras actividades pueden verse afectados, como las huertas, que también tienen potencial turístico. La aridez también influye en la propagación e intensidad de los incendios, siendo el entorno natural de la comarca muy sensible por su abundancia y valor ecológico: supone uno de los principales activos turísticos.

Otros efectos climáticos son paliados por las características del territorio. La disposición de la comarca y la morfología urbana de sus municipios



minimizan los efectos de las altas temperaturas. El efecto *isla de calor*, que ocurre en zonas muy urbanizadas, con mucho asfalto y edificaciones, tiene una incidencia mucho menor en zonas rurales. La prevalencia de un paisaje edificado en baja altura, la mayor cobertura vegetal, la menor concentración de carreteras y el menor uso del vehículo privado favorecen que el Valle del Guadalhorce sea un sumidero de calor muy valioso que sería incluso más eficiente si se incorporan estrategias de soluciones basadas en la naturaleza en espacios clave del destino, como plazas, entornos periurbanos o incluso solares. Estos factores climáticos pueden modificar el calendario de aptitud turística. El escenario más inmediato amplía este calendario a primavera y otoño, haciéndolas ideales para los viajes.

Urgencia energética: 2022 estuvo marcado por la situación pandémica, aún preocupante en la primera mitad del año. También por la ruptura de la cadena de suministros globales, que interfirieron en la fluidez de la operativa logística. La invasión rusa de Ucrania también añadió inestabilidad e incertidumbre a un escenario ya convulso. Las consecuencias de esta situación empiezan a cronificarse. Las más coyunturales fueron la subida generalizada de precios por el efecto de *inflación de costes* (FRICK, 2023) que el sector turístico no pudo compensar con mayores precios (EXCELTUR, 2023). Las consecuencias estructurales tienen que ver con la soberanía energética europea, dependiente del marco geopolítico. Por ello se acelera una transición verde para mayor independencia, y los territorios de interior son polos de atracción inversora. Además, esta transición ocurre en un escenario de inversión y financiación pública muy fuerte.

El Valle del Guadalhorce es relativamente ajeno a la problemática energética coyuntural por su clima y el mix energético nacional. Sin

embargo, Europa es un mercado emisor de turistas clave. En estos países, la demanda energética es mayor en invierno, haciéndola vulnerable a interrupciones de provisión de gas natural, principal producto consumido por los hogares europeos y del que Rusia era principal proveedor (EUROSTAT, 2020). Países como Alemania o Reino Unido, cuyas economías se contrajeron a finales de 2022, o Francia, donde el crecimiento se estancó, son ejemplos relevantes (Destatis, 2023; ONS, 2022; EUROSTAT, 2023).

Añadiendo perspectiva, esta sensibilidad a los costes energéticos se da en tres de los principales mercados emisores internacionales de la comarca, además de representar tres de las economías más sólidas de la Eurozona. La mayor competitividad de los costes energéticos del Valle del Guadalhorce puede ayudar a atraer turistas extranjeros en invierno, una forma de turismo habitual y que crecerá.

En cuanto a la problemática estructural, la dependencia energética ha acelerado la transición verde europea, y Andalucía juega un papel muy importante como territorio receptor de infraestructuras. Las condiciones territoriales necesarias suelen reunirse en el interior: alta insolación, disponibilidad de vientos, suelo disponible en grandes extensiones y con un coste menor, junto con seguridad jurídica para dar encaje normativo a los proyectos, que relajan su tramitación al menos hasta 2025. Solo en el período septiembre 2022 - enero 2023 se han aprobado en Andalucía 22 grandes proyectos de renovables, 20 de los cuales se sitúan en el interior. Cinco se encuentran en el ámbito de influencia de la comarca, y tres de ellos están directamente en su interior.

El número de iniciativas crecerá. Aunque es positivo transitar hacia energías limpias, la problemática ahora en el Valle es la ubicación de las

instalaciones. Esto debe hacerse con la participación de las comunidades receptoras, evitando primar los intereses de grandes corporaciones por encima de las necesidades y el consenso de la población local. Los impactos de estas infraestructuras se dejan notar en los valores ecológicos del entorno, afectan al paisaje cultural generado durante siglos, y pueden limitar desarrollos económicos vinculados al suelo y al territorio, como la agricultura y el turismo, por restricciones de seguridad o por restar atractivo. La gobernanza es imprescindible para conseguir esta licencia social que facilite su convivencia.

3.1.2. Tendencias

Demanda

La demanda actual se caracteriza por su diversidad, tanto sociodemográfica como de hábitos de vida. Las sociedades occidentales se dirigen a una situación demográfica caracterizada por una natalidad decreciente, una población adulta en crecimiento y un mayor porcentaje de personas jubiladas activas. Estas características significan una mayor disponibilidad de tiempo y recursos para viajar, sin obviar otros factores limitantes. En términos generales, está más informada que nunca, a menudo son expertos en la compra y personalización de sus viajes, y usan Internet para informarse, comprar y comunicar su experiencia: son *prosumidores*. También son más sensibles a los efectos menos positivos de viajar: la sostenibilidad supone un elemento de diferenciación para ellos. Sus viajes son multimotivacionales, combinan diferentes experiencias en un mismo viaje. Pese a ello, aún son relevantes los segmentos más tradicionales, que no necesariamente se corresponden con grupos de edad concretos.

Millennials y Generación Z

Los *Millennials* ya son la generación más abundante en la mayoría del mundo occidental: 1 de cada 5 personas en Europa en 2021 (World Economic Forum, 2021). Sigue muy de cerca la Generación Z, jóvenes y adultos jóvenes. Observar estas realidades es importante porque cada vez se viaja más y cada vez se empieza antes. Además, estos dos grupos también son los primeros que condicionan su compra por su sensibilidad sostenible, considerando incluso la limitación. El dato no debe deslumbrar la lectura: las generaciones anteriores aún representan la otra mitad del total, pero las tendencias las crean y adaptan antes estos grupos jóvenes.

Los *Millennials* siguen una filosofía en la que el presente está muy representado, buscando experimentar felicidad y crecimiento personal. Es un grupo marcado por las circunstancias de su primera adultez: la crisis



del 2008, inseguridad laboral y financiera, hiperconexión a internet, las primeras consecuencias perceptibles de la crisis climática y el aplazamiento de algunos hitos vitales como tener hijos o la compra de su primera vivienda. En consecuencia, son críticos: representan el mayor salto de formación de una generación a otra registrado, están muy informados y son *prosumers* haciendo uso intensivo de Internet. Tienen mucha experiencia viajera; asumieron casi nativamente el comercio online y con él la transformación digital turística: las economías de plataforma para el alojamiento y el modelo *low cost* de transporte. Todo esto les hace ser exigentes con ciertos aspectos de responsabilidad empresarial y de sostenibilidad, llegando a determinar su decisión de compra en función de estos criterios.

La Generación Z comparte atributos con los *Millennials*: alto nivel de formación, gran dominio de sus temas de interés e inquietudes ambientales. Son la primera generación verdaderamente nativa digital. Internet y las redes sociales forman parte de su identidad: de hecho, son sus dos principales fuentes de información. Son especialmente sensibles a problemáticas humanas y sociales, como la salud mental, la identidad individual y las minorías; y tienen una fuerte percepción de justicia social, en parte por esta exposición a internet, donde se coinfluyen, correfuerzan y viralizan noticias. Están especialmente concienciados e implicados con temas de sostenibilidad, y ya no solo en su dimensión ambiental, aunque ésta siga siendo la más observada: son la generación que vivirá más tiempo y más intensamente las consecuencias de la crisis climática (WEF, 2022). Esta implicación llega a limitar su consumo, no solo moderarlo, surgiendo tendencias como el *flight shame*, movimientos como los *fridays for future* y consecuencias como la ansiedad climática.

Tendencias de demanda

Proximidad



La proximidad ha ganado protagonismo en los últimos años, especialmente durante la pandemia. Incluso las lógicas económicas empiezan a desglobalizarse por la vulnerabilidad que suponen cadenas de producción y suministros tan largas. Esta tendencia se traslada al turismo en términos de destinos cercanos. La coyuntura actual, que combina presión financiera con costes de vida elevados, junto a otras tendencias como la naturaleza, el

cuidado personal y la conciencia ambiental, ponen en un nuevo plano de apreciación a la proximidad espacial.

El turismo de proximidad está definido por la cercanía geográfica entre una oferta turística y el lugar de residencia de sus visitantes, con tiempos

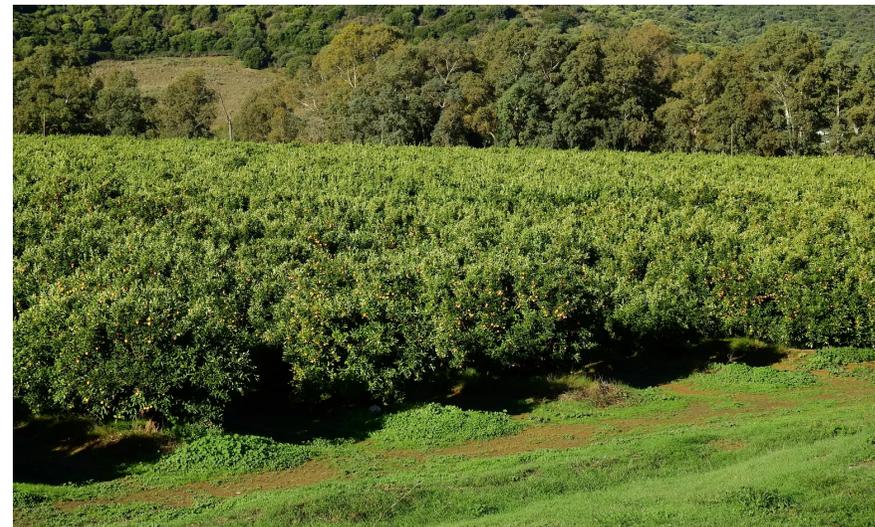
de viaje en torno a las 3 horas entre origen y destino (Cañada e Izcará, 2021). Una de sus claves diferenciadoras es la posibilidad de retornar al lugar de origen en un mismo día, lo que implica usar el transporte terrestre y descartar el transporte aéreo, por su alta capacidad de saturar destinos. No se trata de una realidad fija: es un espectro de posibilidades próximas al lugar de residencia en el que caben muchas modalidades turísticas (agroturismo, turismo residencial, turismo litoral, turismo de retorno...) y de formas de hacer turismo, como el *slow tourism*, turismo lento, donde el desplazamiento forma parte del destino en sí, por lo que no es necesario viajar grandes distancias. La buena renta de situación del Valle del Guadalhorce lo hace un destino de proximidad muy relevante, vinculado a la gastronomía, la naturaleza, el deporte, y el descanso.

Responsabilidad

La sensibilidad a la sostenibilidad es hoy más elevada, especialmente en los jóvenes. Se desea viajar, pero minimizando impactos sociales y ambientales. Una menor huella ambiental es una de las cinco cosas que más valoran los viajeros españoles y globales. Para ello demandan transportes más limpios, o alojamientos con medidas de ahorro energético e hídrico, o experiencias gestionadas por la comunidad local y por el colectivo de mujeres y en establecimientos con principios de circularidad instalados, como el reaprovechamiento de los residuos generados o de las aguas utilizadas. Comunicar las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad es por tanto un elemento diferenciador cuando dos tercios de los consumidores globales afirman que quieren tener un impacto positivo en su día a día (Euromonitor International, 2023).

Experiencias

Las experiencias auténticas que crean recuerdos siguen siendo el objetivo central de un viaje. De forma general, crear experiencias turísticas memorables implica tener en cuenta las dimensiones (1) emocionales, (2) trascendentales, las (3) expectativas y el (4) recuerdo de las mismas en la mente del turista, durante todas las fases del viaje. Estas experiencias de alto valor, que llegan a denominarse como transformativas, deben estar en sintonía con una población que cada vez filtra más sus opciones de consumo según su código de valores, destacando aquellas que involucren deporte, bienestar y ecoturismo.



El turismo gastronómico y agroturismo guarda muchas sinergias con la creación de experiencias memorables, al introducir una variedad de actividades complementarias que enriquecen el simple consumo de alimentos. De hecho, las experiencias culinarias se consideran

determinantes en la elección de un destino y suponen una tendencia de demanda muy relevante, una oportunidad para una comarca productora de alimentos y con elaboraciones singulares como el Valle del Guadalhorce.

Bienestar físico y mental

La pandemia puso a prueba nuestra salud mental colectiva y la situó en un nuevo foco de apreciación, ampliando el entendimiento del bienestar como concepto corporal. De hecho, durante la pandemia las actividades que mantuvieron o incrementaron su ritmo de actividad estuvieron relacionadas con la reducción del estrés. Esta tendencia no nace ahora, sino que sigue un bagaje anterior que se refuerza en los últimos años, con un crecimiento exponencial. Considerando el contexto actual, con escasa diferenciación entre tiempo de ocio y productivo y con otras tendencias como el *bleisure* y *workation*, la incorporación de productos basados en el bienestar emocional y físico es otro elemento de diferenciación para cualquier destino.

Existen otros patrones que, por su largo recorrido y alcance, casi se dan por obligatorios para cualquier destino en el contexto actual. Son la accesibilidad universal, el turismo inclusivo con todas las comunidades y minorías (LGTBI+, *halal*, *kosher*...) y abierto a viajar con animales de compañía.

3.1.3. Retos y oportunidades

Retos

Poder viajar

La reafirmación de los viajes como forma prioritaria de ocio convierten al tiempo en una materia prima muy valiosa. Sin embargo, la nueva organización del trabajo hace que la diferenciación entre tiempo de ocio y tiempo productivo sea difusa, llegando a invadirse. El mercado laboral modifica sus equilibrios constantemente, con precariedad elevada en cohortes clave para el turismo, como los adultos jóvenes. La disponibilidad de rentas también es desigual, pudiendo limitar el consumo turístico. Esto compromete las posibilidades de una clase media para viajar, con menos dinero y tiempo para hacerlo, mientras se complica la supervivencia del modelo *low cost*. Hay incluso hipótesis sobre el inicio del fin del turismo barato que empiezan a tomar fuerza, más aún cuando son los propios directores ejecutivos de estas *low cost* los que advierten que volar es demasiado barato para seguir siendo rentable (Financial Times, 2022). Principalmente la escasez energética, pero también una menor demanda reduce la competitividad de estos modelos, muy dependientes de volúmenes de facturación amplios para compensar su estrategia de precios. El reto principal será hacer coincidir el deseo de viajar con la capacidad de hacerlo.

Profesionalización

La profesionalización y retención del factor humano del sector turístico y hostelero, constituye un reto, más importante a corto plazo y una de las preocupaciones destacadas del empresariado. Esta sostenibilidad social del turismo está reconocida como un elemento de competitividad básico

para un sector intensivo en personal. La retención del talento es difícil, a pesar de ser un sector con gran inversión en formación, cuyos indicadores han mejorado en los últimos años. Las causas: las condiciones laborales incluyen a menudo la parcialidad, la temporalidad, y por ende una menor retribución media (López Palomeque et al., 2022), lo que conlleva una fuga a otros sectores o al extranjero. La formación es muy importante, tanto por el alto componente de trato humano del turismo como por la gestión dual del territorio, como espacio de ocio y de convivencia. La profesionalización pasa por la especialización en áreas clave de la cadena de valor turística, introduciendo la digitalización y la tecnología como elementos estructurantes de todas las fases del viaje. Las nuevas fronteras formativas abarcan sectores incipientes, como la analítica de datos, la inteligencia artificial, el *big data*, la creación de contenidos y la gestión de recursos, sin descuidar aspectos de reciclaje y actualización de competencias más tradicionales. El sector emplea muchos puestos base e intermedios que desempeñan tareas técnicas y que, sin embargo, carecen de formación (EXCELTUR, 2018).

Oportunidades

Inmigrantes climáticos del bienestar y capital creativo

La pandemia ha acelerado algunas tendencias que se venían desarrollando en la última década. El teletrabajo adquirió un cariz de necesidad durante 2020, cuando tuvo un crecimiento exponencial en todo el mundo. Sin embargo, su crecimiento posterior es desigual. Los indicadores señalan un techo de crecimiento en 2021 para España, del 2% anual: el crecimiento medio europeo de teletrabajo habitual y ocasional fue del 16% (Eurostat, 2023). España tuvo un 15% de teletrabajo en 2021, Europa un 24% (Funcas, 2022). A pesar del dato nacional, la tendencia es

al alza en mercados tan relevantes para la comarca como Francia (+15 % en 2021) y Alemania (+19 %), o Suecia, donde se trabajó desde casa habitualmente o a veces un 24% más en 2021 que en 2019 (Eurostat, 2023).

Cuando se enfrentan la realidad anterior con la deslocalización generalizada del empleo y la residencia, surgen movimientos como las migraciones del bienestar y los nómadas digitales, un capital creativo como se ha estudiado en el ámbito mediterráneo. Son relevantes para el Valle del Guadalhorce por su renta de situación favorable en términos de climatología, calidad ambiental, y comunicaciones. Podemos hablar de *gerontoinmigrantes* y de capital creativo, en edad laboral.

Los *inmigrantes climáticos del bienestar* en nuestro ámbito de trabajo son normalmente personas originarias del norte de Europa, jubilados en la mayoría de los casos, que traslada su residencia a latitudes meridionales de mejor clima. A pesar de este traslado, permanente o invernacional, siguen manteniendo una vinculación con sus lugares de origen, ya sea por cuestiones operativas (coberturas sanitarias, prestaciones sociales) como por razones familiares y culturales. Por ello su grado de integración es variable. Aunque se les presupone un alto nivel adquisitivo, la realidad no siempre es así, y aun siéndolo puede variar, por una gestión inadecuada o un cambio de política que modifique su estatus, como fue el Brexit. Su condición física también es variable, incrementando su vulnerabilidad conforme disminuye su grado de independencia. Esto empeora si por barreras culturales y de idioma omiten trámites importantes, como el empadronamiento y las coberturas sanitarias. En general, los *inmigrantes climáticos del bienestar* se integran dentro de tendencias globales de salud, cuidado personal y mental y envejecimiento activo y saludable.

El capital creativo en el ámbito de la Costa del Sol del que la comarca recibe influencia no solo se limita a movimientos estrictamente de ocio y vacaciones: la presencia de una aglomeración urbana importante, junto a la proximidad a la capital, que aglutina infraestructuras de innovación clave, y la presencia de destinos internacionales para los que se desarrollaron infraestructuras de transporte y comunicaciones motivan la atracción de capital humano empleado en remoto. Estas personas en edad laboral activa desplazan su residencia con el deseo de compatibilizar su labor profesional con el disfrute de una mejor calidad de vida. Para ello, además de lo anterior es necesario un despliegue de infraestructura TIC compatible con su labor profesional.

3.2. Análisis interno

3.2.1. Demarcación territorial y renta de situación

El Plan actual del Valle del Guadalhorce está constituido por siete municipios: Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Cártama, Coín, Pizarra y Valle de Abdalajís. Se considera que estos territorios constituyen un único destino turístico con unas características sociodemográficas, climáticas y geomorfológicas comunes y una historia compartida. Para lo cual, es fundamental operar bajo una misma marca y plan estratégico de actuación.

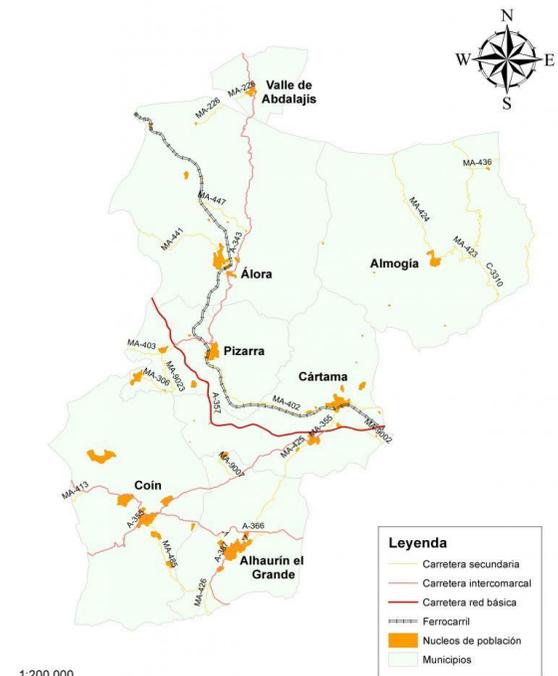
La comarca se caracteriza por la abundancia de recursos naturales conformada por valles, sierras, ríos, cultivos y embalses. El curso del río Guadalhorce da nombre a la comarca y determina los asentamientos y las formas de aprovechamiento agrario, con un patrimonio hidráulico muy importante conformado por acequias, fuentes, presas y albercas. La

disposición de sus montañas y vaguadas generan un microclima con menor incidencia de temperaturas extremas. Debido a sus precedentes históricos, una de las principales actividades de esta comarca es la agricultura junto a la ganadería.

También destaca el patrimonio gastronómico de la zona contando con productos y platos tradicionales que constituyen un valioso atractivo a potenciar a través de importantes destinos internacionales próximos como la Costa del Sol. Del mismo modo, la comarca cuenta con una cultura de gran riqueza en cuanto a tradiciones y actividades de artesanía, como la alfarería o la cerámica, entre otras.

Una de las ventajas competitivas del Valle del Guadalhorce es su renta de situación, destacando la cercanía a Málaga capital - un *hub* de conexiones muy importante por tierra, mar y aire. El aeropuerto y el puerto de Málaga fueron los cuartos en el ranking nacional de pasajeros en 2022, mientras que la estación de tren de Málaga conecta con numerosos mercados emisores importantes para la comarca, como Madrid y Cataluña, y su estación de

Mapa 1. Mapa de carreteras del Valle del Guadalhorce



autobuses ofrece rutas diarias a un gran número de municipios malagueños y andaluces. Además, resulta destacable la proximidad del aeropuerto y la estación de tren de la capital, al tratarse de un trayecto en coche de tan solo 30 minutos aproximadamente desde el aeropuerto hasta el sur de la comarca. Incluso, tres municipios (Cártama, Pizarra y Álora) disponen de una conexión directa de alta frecuencia con la estación de tren y el centro de Málaga a través de cercanías, a lo que hay que sumar la nueva estación de El Chorro, quedando la ciudad a una media de 30 minutos del Valle del Guadalhorce. Todos estos elementos de conectividad suponen una ventaja tanto para turistas que se dirijan al Valle, como visitantes de un día residentes en Málaga.

A pesar de ello, no todos los municipios disponen de esta óptima conectividad de transporte público, por lo que una de las principales demandas detectadas es la mejora movilidad tanto dentro de la comarca, como para acceder a la misma. Lo cual resulta imprescindible para el posicionamiento del Valle del Guadalhorce como un destino cohesionado.

En lo que respecta a la conexión interna de los municipios de la comarca, el autobús es el medio óptimo para lograr este objetivo, no obstante, presenta dificultades relativas a las características orográficas de la zona y los costes de implementación a asumir por parte de las administraciones locales. De hecho, esta actuación permitiría redistribuir los flujos de turistas procedentes de la Costa del Sol y Málaga capital que llegan a los municipios de la comarca con conexiones directas hacia el resto de territorios del Valle que carecen de las mismas.

La principal red de carreteras presente en la comarca es autonómica, aunque desde Málaga capital se puede aprovechar la AP-7 para acceder a la comarca por varios municipios. El principal obstáculo para la movilidad

interna viene marcado por la sinuosidad del recorrido, que ralentiza los tiempos de viaje, especialmente al norte de la comarca, y la dificultad de acceder a cascos urbanos. Por ejemplo, el centro de Álora, al estar peatonalizado, tiene el acceso limitado en vehículo, lo cual se compensa de manera positiva con amplias zonas de aparcamiento a la entrada del pueblo, especialmente para autobuses.



3.2.2. Situación demográfica

Los datos demográficos muestran una tendencia general de crecimiento con algunas excepciones. La comarca ha ganado población en la última década, con una variación positiva de 8,8%. No obstante, la distribución de este crecimiento es desigual, puesto que los núcleos con mayor incremento de población son Cártama (17%), Coín (11,5%), Alhaurín el Grande (9,8%), que junto a Pizarra (4,2%) coinciden como los más próximos a la capital en coche y tren. Por el contrario, Valle de Abdalajís (-8,9%) y Almogía (-7,3%) son los municipios que han decrecido en mayor medida en términos demográficos. Mientras que Álora mantiene sus cifras estables durante el periodo de referencia.



Tabla 1. Datos demográficos del destino (2022)

Población	107.858 habitantes
Tasa de variación de población/ índice de pérdida demográfica durante la última década (2022-2012)	La población residente ha sufrido una variación positiva de un 8,83% en la última década
Densidad poblacional	170,6 habitantes por km ² , con máximos en Alhaurín el Grande (362) y mínimos en Álora (79).
Índice envejecimiento poblacional	Por cada menor de 16 años se encuentra 0,9 personas mayores de 65 años

Fuente: Grupo de Desarrollo Rural (GDR) del Valle del Guadalhorce

Tabla 2. Datos demográficos del destino por municipio (2022)

Municipio y habitantes	2012	2022	T.V. (%)
Alhaurín el Grande	24.074	26.436	9,81
Almogía	4.195	3.885	-7,39
Álora	13.399	13.382	-0,13
Cártama	23.664	27.712	17,11
Coín	21.791	24.309	11,56
Pizarra	9.269	9.661	4,23
Valle de Abdalajís	2.716	2.473	-8,95
Valle del Guadalhorce	99.108	107.858	8,83

Fuente: IECA

3.2.3. Oferta de alojamiento

En 2022, el Valle del Guadalhorce tiene 1.189 establecimientos de alojamiento turístico y 9.056 plazas que representan el 2,5% del total de la provincia de Málaga. Las Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural (VTAR) son la tipología predominante con 504 establecimientos (42,7%) y 3.414 plazas (38% del total). Posteriormente se encuentran las Viviendas con Fines Turísticos VFT (29,32% sobre el total de establecimientos), seguido de las casas rurales (24,3%). Cabe destacar que, si se tienen en consideración las casas rurales junto a las VTAR, los alojamientos de ámbito rural son los principales en la comarca, pues representan más de la mitad del total de alojamientos, alcanzando un 62,1%. Por tanto, la oferta alojativa presenta una distribución dispersa en el territorio y una limitada capacidad para hospedar grandes grupos de turistas.

En cuanto al resto de tipologías de alojamiento turístico, la cuarta categoría más común son los hoteles, que representan el 1% de los establecimientos y un 5,1% de las plazas. No obstante, en términos cualitativos, se debe tener en cuenta que la mitad de estos hoteles cuentan con categorías superiores, entre 4 y 3 estrellas.

Por el contrario, los alojamientos menos frecuentes son los apartahoteles y campamentos al suponer, cada uno de ellos, el 0,08% de los establecimientos alojativos sobre el total del Valle. Sin embargo, en cuanto al número de plazas, debido a su naturaleza, los *camping* aportan un porcentaje superior (+0.9%) al total con respecto a los apartahoteles, pues suponen un 1,3% y 0,3% respectivamente.

Tabla 3. Nº de alojamientos y plazas por categorías y municipios (2022)

		Alhaurín el Grande	Almogía	Álora	Cártama	Coín	Pizarra	Valle de Abdalajís	
Alojam. rurales (VTAR + C. Rural)	nº	259	54	203	76	120	54	33	799
	P.	2.026	382	1.249	584	802	387	225	5.655
VFT	nº	177	11	59	24	66	7	2	346
	P.	1.140	89	340	147	427	45	13	2.201
Hotel	nº	3	1	2	2	2	1	1	13
	P.	150	22	80	72	91	34	15	464
Aparta hotel	nº	1	-	-	-	-	-	-	1
	P.	32	-	-	-	-	-	-	32
Hostal	nº	-	-	5	2	-	2	-	9
	P.	-	-	96	35	-	34	-	165
Pensión	nº	1	1	2	-	2	1	3	10
	P.	12	49	27	-	54	11	44	197
Apto.	nº	4	-	4	1	-	1	-	10
	P.	85	-	98	29	-	10	-	222
Camping	nº	-	-	-	-	-	1	-	1
	P.	-	-	-	-	-	120	-	120

Fuente: Registro de Turismo de Andalucía (RTA).

En cuanto a la distribución espacial de los mencionados alojamientos, destaca Alhaurín el Grande con un 37% y 38% en lo que respecta al número de establecimientos y de plazas sobre el total comarcal. Posteriormente, se encuentra Álora con el 23% alojamientos y el 21% de plazas y Coín, con el 16% de establecimientos y el 15% de plazas. Sin embargo, Valle de Abdalajís es el municipio con la oferta de alojamiento más limitada, seguido de Almogía y Pizarra, ambas con valores muy similares, entre el 6% y el 7%.

Tabla 4. Distribución de alojamientos y plazas por municipios (2022)

Municipio	Total establecimientos	%	Total plazas	%
Alhaurín el Grande	445	37%	3.445	38%
Almogía	67	6%	542	6%
Álora	275	23%	1.890	21%
Cártama	105	9%	867	10%
Coín	190	16%	1.374	15%
Pizarra	67	6%	641	7%
Valle de Abdalajís	39	3%	297	3%
Total	1.189	100%	9.056	100%

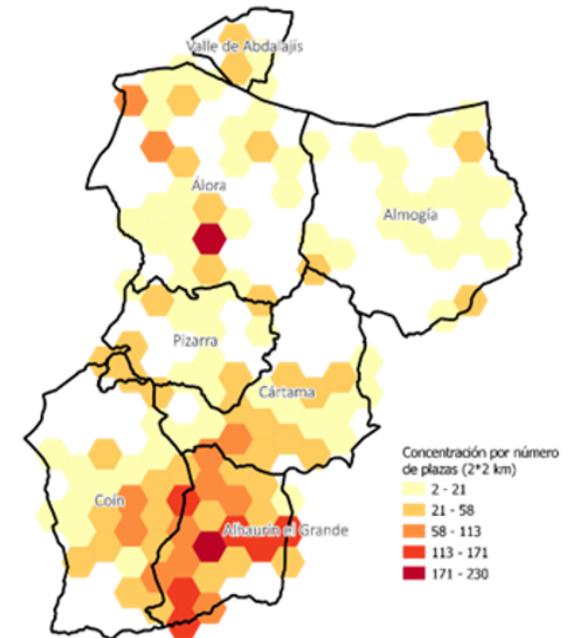
Fuente: Registro de Turismo de Andalucía (RTA).

En términos generales, en el Mapa 1 se puede observar que las plazas de alojamiento tienden a concentrarse especialmente en municipios que suponen puntos de entrada estratégicos desde la capital, como es el caso de Alhaurín el Grande, Cártama y Coín.

Durante el período 2016-2021 se registró una tendencia de crecimiento de la oferta de alojamiento en la comarca. Concretamente, un crecimiento anual acumulado del 21% en establecimientos y del 17% en plazas.

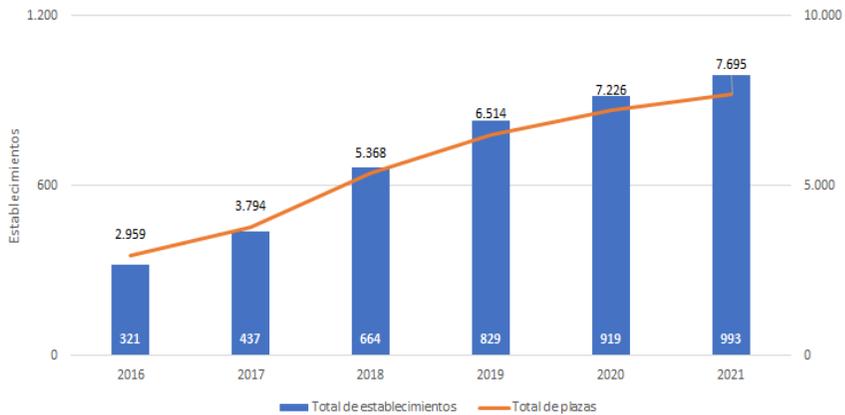
Los valores máximos se alcanzaron entre el 2017 y 2018 con una variación interanual positiva del 52% de establecimientos y un 41% de plazas. Mientras que los valores mínimos tuvieron lugar durante la pandemia, al frenar el ritmo de crecimiento reduciendo dichas variaciones positivas a lo largo del 2020 y 2021.

Mapa 2. Recuento, proporción y distribución territorial de plazas de alojamiento en la comarca (2022)



Fuente: Elaboración propia a partir de RTA. A mayor intensidad de color, mayor concentración de plazas.

Figura 1. Evolución del nº alojamiento y plazas (2016-2021)



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía [SIMA] (2016-2021).

Tabla 5. Variación interanual de establecimientos y plazas (2016-2021)

	2017	2018	2019	2020	2021
Variación Interanual Establ. (%)	36,14	51,95	24,85	10,86	8,05
Variación Interanual Plazas (%)	28,22	41,49	21,35	10,93	6,49

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía [SIMA] (2016-2021).

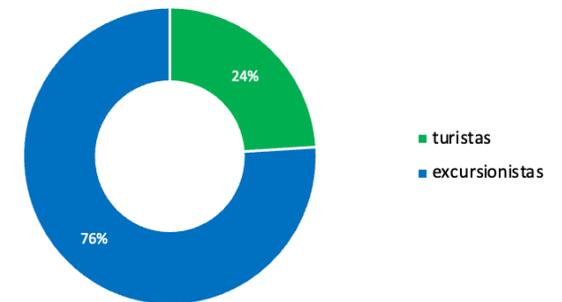
Año	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	Est	Pzs										
Alh. Grande	93	896	149	1.320	251	2.036	320	2.538	350	2.778	375	2.950
Almogía	22	186	29	215	42	348	49	400	54	456	54	450
Álora	105	859	132	1.049	175	1.300	203	1.422	224	1.609	240	1.706
Cártama	23	288	26	306	44	407	67	577	74	626	85	731
Coín	42	280	56	391	90	635	118	864	141	1.030	152	1.067
Pizarra	28	358	33	399	44	494	48	522	51	530	56	569
V. Abdalajís	8	92	12	114	18	148	24	191	25	197	31	222
Total	321	2.959	437	3.794	664	5.368	829	6.514	919	7.226	993	7.695

3.2.4. Demanda: cuantificación de la afluencia turística

La escasa disponibilidad de datos, su fragmentación y la falta de una estadística continuada dificulta la realización de un análisis detallado de la demanda. Sin embargo, se dispone de fuentes relacionadas con el ámbito de estudio, como es el caso de los informes de demanda del Caminito del Rey y su entorno y los de turismo interior, publicados por Turismo y Planificación Costa del Sol. Adicionalmente, se han utilizado datos proporcionados por las oficinas de turismo de los propios municipios, aunque las variables de análisis disponibles varían según el método de recogida de datos.

De acuerdo a las fuentes de información seleccionadas, se estima que 329.403 personas han acudido a visitar el entorno del Caminito del Rey en 2022, las cuales son mayoritariamente excursionistas (76%)

Figura 2. Distribución de turistas y excursionistas que recibe el entorno Caminito del Rey

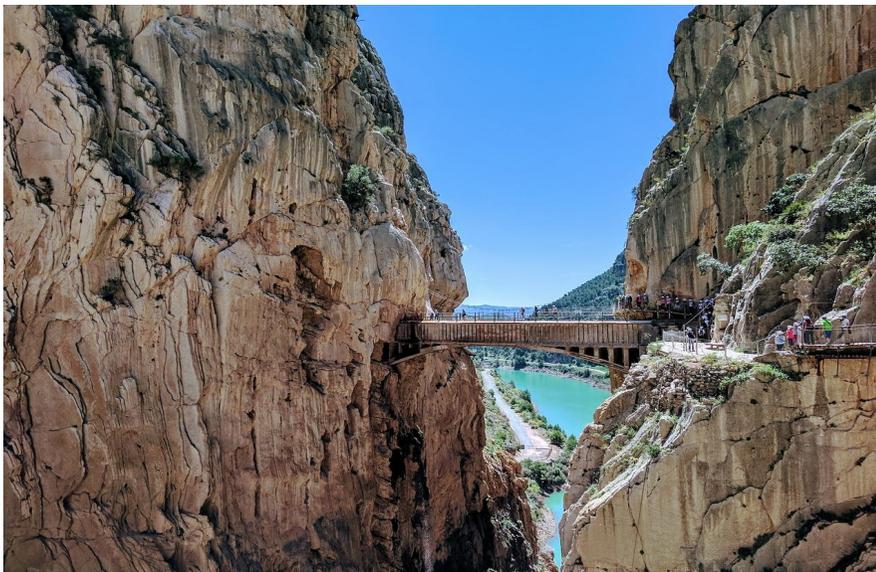


Fuente: Turismo y Planificación Costa del Sol (2022)

frente a un 24% de turistas, tal y como se observa en la Figura 2.

El mayor gasto medio diario corresponde a los turistas y se cifra en 93€, donde se incluyen gastos de transporte, alojamiento, restauración y otros costes asociados a la estancia. Mientras que, los excursionistas tienen un gasto medio diario de 38€, para lo cual se ha tenido en consideración el gasto asociado a restauración, adquisición de entradas, compras alimenticias u otras.

Según los datos de las oficinas de turismo, la procedencia de los visitantes del Valle del Guadalhorce se reparte, en este orden, entre nacionales no andaluces, nacionales andaluces y extranjeros. Estos extranjeros vienen principalmente del norte de Europa (Reino Unido, Alemania, Francia y Holanda) y Norteamérica (Estados Unidos y Canadá). Estos datos coinciden con los del último estudio de demanda interior de la provincia publicado por Turismo y Planificación Costa del Sol, del 2017.



En el mencionado informe, la demanda nacional del Valle del Guadalhorce se cifraba en 51%, y se desagregaba en un 48% de turistas andaluces (especialmente de las provincias de Sevilla y Granada), un 13% de la Comunidad de Madrid, un 11% de Cataluña y un 7% de la Comunidad Valenciana, entre otros. Los principales mercados internacionales son Reino Unido (16%) y Francia (8%).

En cuanto al rango de edad, el más frecuente registrado por las oficinas de turismo es el superior a 60 años, seguido del segmento de entre 40 y 50 años. El dato también converge con el estudio de 2017, cuando la edad media del turista fue de 43 años y los grupos mayoritarios eran los comprendidos entre los 40 y los 60 años (51%). También existen visitantes más jóvenes, entre los 18 y los 40 años, que en 2017 representaron el 39% del total.

Según los datos de las oficinas, la demanda presenta cierta estacionalidad, algo natural por la influencia de visitantes de la Costa del Sol, con más demanda en verano, y por la propia naturaleza de la demanda turística interior. Lo cual, de hecho, provoca que en algunos municipios la diferencia entre turistas extranjeros (característicos de la Costa del Sol) y nacionales se acentúa durante los meses de temporada baja, siendo predominante la presencia de turistas españoles. Por ejemplo, Coín registró en octubre de 2022 un 51% de turistas nacionales frente a un 49% de extranjeros, mientras que el mes sucesivo, se pasó a 77% de turistas nacionales y 23% de turistas extranjeros. Lo cual supone una variación mensual del 50% de los turistas nacionales durante los meses de transición de verano a otoño.

Las condiciones climáticas favorables, la riqueza natural, la diversidad de actividades y los recursos potenciales pueden ayudar a reducir la

estacionalidad, especialmente si se consideran las nuevas tendencias de demanda.

El perfil de turista que acude al Valle del Guadalhorce es diverso y varía de un municipio a otro. En líneas generales se aprecia un cierto equilibrio entre nacionales y extranjeros, lo que es positivo y da una idea de la posición del destino fuera, especialmente en Europa.

La coyuntura actual de tendencias turísticas, asociadas a experiencias auténticas, vinculadas al territorio y sus actividades productivas, en contacto con el medio natural y concienciado con la huella dejada al viajar, crea un escenario propicio para continuar creciendo en segmentos clave para la comarca como las industrias vivas, el turismo activo o el bienestar personal.

3.2.5. Políticas turísticas

En la actualidad, el Valle del Guadalhorce cuenta con limitadas políticas turísticas comunes e integrales, aunque se han desarrollado planes estratégicos de turismo a nivel municipal, como el de Coín. También se han dado planes de uso y recuperación de recursos naturales, especialmente en las sierras de la comarca y sus embalses, así como planes de uso turístico de recursos patrimoniales (molinos, castillos y miradores) y productivos (ganadería o huertas), elaborados entre el sector público y privado, aunque de forma aislada.

Se cuenta con experiencia de participación en planes y estrategias sectoriales, basados en recursos de la comarca, entre estos se pueden mencionar: la Gran Senda de Málaga, el Plan del Caminito del Rey y el Corredor Verde del Guadalhorce, que a su término será el mayor parque fluvial del país. Destaca la iniciativa en curso relativa a la creación del

Geoparque, que cuenta con participación de varias administraciones y asociaciones como el GDR del Valle del Guadalhorce. Este proyecto que abarca diferentes territorios de la comarca es especialmente relevante por la implicación de tres Grupos de Desarrollo Rural muy próximos entre sí: el propio del Valle del Guadalhorce, el de la Sierra de las Nieves y el de Guadalteba. La iniciativa pretende acercar a las personas los valores geológicos del territorio a través de rutas y senderos en un medio singular.

No obstante, esta experiencia no ha conseguido avanzar en la creación de una estrategia común de turismo en el Valle del Guadalhorce, considerándose localista y escasamente integral en términos del destino, a pesar de que varios de sus agentes turísticos hacen mención a la iniciativa como a un mecanismo de gran utilidad para potenciar y organizar los flujos de visitantes en todo el territorio. Por lo tanto, se considera que el presente Plan, junto con la iniciativa del Geoparque, son los primeros esfuerzos para una estrategia común en torno al turismo.

3.2.6. Gestión del destino turístico: marca turística del destino, sello o certificación

La marca de un destino turístico está compuesta por una serie de elementos tangibles e intangibles. Los elementos tangibles están formados por las infraestructuras y los recursos, entre otros; y los intangibles por los servicios, la gestión empresarial y la imagen de marca.

Además de tener en cuenta los elementos tangibles e intangibles a incluir en la marca, es importante tener claros cuáles son los atributos que debe poseer la marca Valle del Guadalhorce de modo que la diferencie de otros destinos turísticos similares, estudiar las ventajas competitivas del destino y decidir el posicionamiento de marca. Es importante hacer llegar a los

potenciales turistas ese posicionamiento para que así el consumidor pueda identificar los atributos diferenciales que se le está ofreciendo, gracias a las estrategias de comunicación empleadas.

En la actualidad, el GDR del Valle del Guadalhorce carece de una marca turística propia, aunque sí dispone de una marca genérica no turística del Valle. En este sentido, se pretende crear una marca dedicada exclusivamente al fomento del turismo en el territorio, de modo que el destino sea fácilmente identificable y tenga un programa promocional de base sólida.

En el ámbito gastronómico, existe la marca “Saborea Guadalhorce, la cocina de la Algarbía”. Se trata de dar valor a los platos típicos de la comarca, bajo una marca paraguas del Valle del Guadalhorce, cuya iniciativa parte de un club gastronómico formado por diversos establecimientos gastronómicos.



Respecto a esta última, se ha comprobado que se encuentra escasamente consolidada entre el público, tanto por los consumidores finales como por los responsables de negocios locales.

Además, algunos de los territorios disponen de una marca turística propia, como es el caso de Coín, con la marca: “Coín te espera”. Otros, han sido reconocidos como Municipios Turísticos, como Álora. También existen marcas temáticas individuales en los municipios para distinguir sus productos locales, como es el caso de la marca gastronómica de “Álora

con mucho gusto”. Del mismo modo, numerosos integrantes del sector turístico, hostelero y gastronómico se encuentran adheridos a la marca “Sabor a Málaga” de la Diputación de Málaga, la cual es compatible con las mencionadas marcas de cada municipio. Además, la comarca dispone de productos autóctonos con Denominación de Origen reconocida, como por ejemplo, el Tomate Huevo de Toro o la Aceituna Aloreña.

También es importante destacar que la marca Caminito del Rey se presenta como marca consolidada, con un fuerte posicionamiento en el mercado local, nacional e internacional debido a su reconocida riqueza natural y cultural. Este aspecto puede ser utilizado para la creación y el posicionamiento de una marca propia de la comarca.



Respecto a la comunicación y promoción del Valle del Guadalhorce como marca turística, se detecta que existen limitaciones respecto a la colaboración público-privada, así como en cuanto a la comercialización conjunta de todos los productos y servicios de la comarca, que se puede llevar a cabo a través de los clubes de producto. En este sentido, el GDR dispone de un sitio web orientado al turismo en la comarca, en el cual presenta un inventario de alojamientos y establecimientos de hostelería disponibles en los diferentes municipios. Por tanto, al carecer de este sistema de comercialización *online* común, cada compañía vende sus

productos de manera individual sin aprovechar las posibles sinergias que se pueden generar entre los distintos territorios de la comarca.

Para concluir con los aspectos de marca, se ha visto que existen distintos logotipos de la marca Valle del Guadalhorce, utilizados por distintos operadores y que no se soportan en un mismo diseño, por lo que la creación de una marca única donde se pueda aglutinar el posicionamiento de la marca como Valle del Guadalhorce es necesaria, actuando como marca paraguas donde se pueden sustentar las marcas de los distintos municipios y creando una estrategia de marca única común para todo el Valle del Guadalhorce como destino turístico.

Considerando otros distintivos, el Valle del Guadalhorce está en proceso de convertirse en biodistrito ecológico, una figura que busca promover la cultura de lo agroecológico, combatir el despoblamiento rural y la emergencia climática y mejorar la calidad de vida de las personas a través de la proximidad y la circularidad de producción y consumo.

3.2.7. Descripción de los equipamientos/infraestructuras turísticas de uso público

En la actualidad, el destino turístico del Valle del Guadalhorce no cuenta con una oficina propia de atención al visitante. No obstante, cada municipio cuenta con una oficina de información turística en instalaciones municipales. De forma paralela, también existen empresas asociadas a una red de puntos de información turística, muy positivo para la difusión de información turística.

Hay una señalización bien estructurada en el Camino Mozárabe de Santiago, y las rutas y puntos ornitológicos de la comarca están editados

en guías, impulsados con planes de acción del GDR. La red de senderos de gran y pequeño recorrido se encuentra también digitalizada a través del sistema Wikiloc, que almacena y comparte rutas georreferenciadas al aire libre; así como determinados miradores y puntos de interés arqueológico, ambiental o paisajístico.

Existen ciertos elementos que se beneficiarían enormemente de una acción de señalización conjunta: las zonas recreativas en espacios naturales y embalses, así como el acceso a los propios municipios desde las principales carreteras, priorizando los que estén en mejor estado y desincentivando el uso de vehículos en espacios de difícil acceso. Este aspecto presenta un reto añadido consistente en influir sobre los principales operadores de servicios GPS para que prioricen unos sobre otros, lo cual es posible hacer a través de sus buzones virtuales.

Uno de los equipamientos turísticos más importantes de la comarca y su imagen turística viene constituido por el Caminito del Rey, que, en términos estrictos, no pertenece solamente a los límites administrativos del plan, pero su influencia es altamente importante para el turismo de la comarca. Supone el referente turístico principal de relevancia internacional del Valle del Guadalhorce, tanto por su repercusión previa, conocido como *“the world’s most dangerous pathway”*, como por su restauración y posterior uso turístico. La principal potencialidad del Caminito con respecto a la comarca es su capacidad de atracción de visitantes, por lo que resulta esencial explotar las sinergias que generan estas visitas en la comarca, siendo la riqueza natural y cultural junto a la gastronomía algunos de los aspectos clave a tener en cuenta.

De forma sintética, los equipamientos turísticos de uso público que se pueden contabilizar en la comarca son los recogidos en la tabla 6.

Tabla 6. Equipamientos turísticos de uso público del Valle del Guadalhorce

Escalada
Rocódromo de Álora
Rocódromo del Valle de Abdalajís
Gran Recorrido
Corredor Verde del Guadalhorce
GR 245. Etapa 1: Málaga - Almogía (Camino Mozárabe de Santiago)
GR 245. Etapa 2: Almogía - Villanueva de la Concepción (Camino Mozárabe de Santiago)
GR 248. Etapa 1: Estación de El Chorro - Álora
GR 248. Etapa 2: Álora - Pizarra
GR 248. Etapa 3: Pizarra - Estación de Cártama
GR 248. Etapa 4: Estación de Cártama - Málaga
GR 249. Embalses del Guadalhorce - Estación de el Chorro (Álora)
GR 249. Etapa 21. Estación de El Chorro (Álora) - Carratraca - Ardales
GR 249. Etapa 32. Ojén - Mijas
GR 249.2. Variante Coín - Puerto de los Pescadores - Alhaurín el Grande - Alhaurín de la Torre
GR 249.4. Variante Etapa 2. Antequera - Valle de Abdalajís
GR 249.4. Variante Etapa 3. Valle de Abdalajís - El Chorro (Álora)
GR 7 E - 4 Sendero Andaluz Etapa 6 Ardales - Álora (Estación de El Chorro)
GR 7 E - 4 Sendero Andaluz Etapa 7 Álora (Estación de El Chorro) - Valle de Abdalajís

GR 7 E - 4 Sendero Andaluz Etapa 8 Valle de Abdalajís - Antequera

Museos

Casa Museo Antonio Gala La Baltasara

Centro Reyna Manescau de Coín

Fundación Gerald Brenan de Alhaurín

Colección Museográfica de Cártama

Museo del Pan El Colmenero de Alhaurín El Grande

Museo del Valle de Abdalajís

Museo del Aceite Molisur de Alhaurín El Grande

Museo Municipal de Pizarra (solo visitas concertadas)

Museo Municipal Rafael Lería de Álora

Sala de Exposiciones de Alhaurín el Grande

Sala de Exposiciones Antiguo Convento de la Encarnación de Coín

Fundación Gustavo Thörlichen de Alhaurín El Grande

Museo de la Agricultura de Alhaurín El Grande

Musealización Casco Histórico de Coín

Museo Molino La Paca de Alhaurín El Grande

Museo Molino Los Corchos de Alhaurín El Grande

Oficina de turismo

Oficina de Turismo de Álora

Oficina de Turismo de Alhaurín El Grande

Oficina de Turismo del Valle de Abdalajís

Oficina Municipal de Turismo de Coin

Orniturismo

Barranco Cañas en Alhaurín el Grande

Caserío de Monterroso

Cerro Gordo

Del Nacimiento a las Pedreras

El Chorro

Fuente del Acebuche

Gibralmora

Junta de los ríos

La Capilla

La Charcuela

Los Espartales

Los Llanos-Valdeperales

Lugar de Interés Ornitológico: Río Campanillas

Lugar de Interés Ornitológico: El Castillo de Álora

Lugar de Interés Ornitológico: El vado Villalón-túnel del tren

Lugar de Interés Ornitológico: La Juntilla

Lugar de Interés Ornitológico: Las Vegas de Hipólito y de Santa María

Lugar de Interés Ornitológico: Molino de los Corchos y de Tahona

Lugar de Interés Ornitológico: Río Bajo

Monte Hacho

Sierra Blanca-Matagallar

Subida al Sancti Petri

Subida al Santo

Pequeño Recorrido

PR-A 293 - Tres Cruces

PR-A 294 - Circular Torrealquería

PR-A 295 - Circular Sierra de los Espartales

PR-A 295.1 - “Viñas Viejas”

PR-A 311 - Albuqueria – Cerro del Águila - Castillejos

PR-A 329 - Coin – Villafranco del Guadalhorce

PR-A 338 - Albuqueria – Barranco Blanco

PR-A 415 - Monte Hacho

PR-A 85 - Sendero del Nacimiento

PR-A 87 - Sendero del Torcal del Charcón

Senderos Locales

SL-A 145 - La Alfaguara (Circular).

SL-A 146 - Mirador de Sierra Gorda (Circular)

SL-A 147 - Camino de la Ermita (por los Alberos)

SL-A 180 - Canteras Azules

SL-A 207 - Escaleras Árabes

SL-A 211 - Sendero Pizarra - Cerralba

SL-A 212 - Sendero Cerralba - Zalea

SL-A 213 - El Santo

SL-A 31 - Monte Redondo

SL-A 59 - Nacimiento – Mirador de Cerro Alaminos

SL-A 60 - Camino de la Fuente – Llanos de Matagallar

Zonas recreativas

Zona recreativa del Puente de Hierro de Cártama

Zona recreativa Raja Ancha de Pizarra

Zona recreativa El Nacimiento de Coín

Zona recreativa del Valle de Abdalajís (zona de Los Lavaderos)

Parque Periurbano de Alhaurín El Grande

Embalses

Casasola

Guadalteba

Tajo de la Encantada

Conde del Guadalhorce

Guadalhorce

Fuente: Elaboración propia

3.2.8. Grado de gestión y puesta en valor de los recursos

El Valle del Guadalhorce cuenta con una amplia variedad de productos y recursos con potencial de uso turístico. Destacan los recursos culturales, de turismo activo y de naturaleza, que suponen los dos principales pilares de la oferta. Requiere especial atención el patrimonio geológico disponible en la comarca, que ya a día de hoy se está gestionando para ser organizado en forma de un Geoparque. También son representativos los recursos gastronómicos y las industrias tradicionales relacionadas con la elaboración de los alimentos. Por tanto, se considera que la combinación de estos tres pilares en paquetes turísticos supondrá una ventaja competitiva respecto a los destinos competidores.



A continuación se propone la relación de los recursos más destacables de la comarca:

Tabla 7. Recursos naturales y culturales del Valle del Guadalhorce

Recursos naturales	Recursos culturales
<ul style="list-style-type: none"> ● 7 sierras con valores protegidos y 28 senderos señalizados, con: <ul style="list-style-type: none"> - 16 de gran recorrido - 10 de pequeño recorrido - 2 rutas - El Caminito del Rey - Miradores naturales - 3 cuevas practicables de extensión variable - Más de 80 endemismos vegetales - Geoparque (pendiente de inaugurar) ● 23 zonas de interés ornitológico: <ul style="list-style-type: none"> - 7 lugares de interés ornitológico - 16 rutas de avistamiento de aves ● El río Guadalhorce, el valle y afluentes ● Fincas agrícolas, huertas y ganaderías: cítricos principalmente, además de olivares, tomates, viñedos, frutos subtropicales y almendros. <ul style="list-style-type: none"> - Experiencias agrícolas. ● 5 embalses en las inmediaciones de la comarca: Casasola, Guadalteba, Tajo de la Encantada, Conde del Guadalhorce y Guadalhorce, con infraestructuras de recreo. ● Centros de recuperación e interpretación de la naturaleza 	<ul style="list-style-type: none"> ● Camino Mozárabe de Santiago, Ruta Mariana y Ruta Violeta ● Arqueología: <ul style="list-style-type: none"> - Necrópolis del Hacho - Yacimientos de Cártama, Castillejos de Quintana de Pizarra y el Llano de la Virgen de Coín. - Conjunto monástico rupestre mozárabe de Coín ● Museos: 11 (exposiciones y museos arqueológicos y de industrias) ● Edificios religiosos: 10 iglesias, 5 de ellas BIC, y un centro budista. ● Castillos: Castillo de Álora, Castillo de Cártama, restos de la Fortaleza de Fahala (Alhaurín el Grande), Torre de Hurique (Alhaurín el Grande), Torre de la Vela (restos del Castillo de Almogía) y Castillo de Santi Petri (Almogía) ● Gastronomía: 7 elaboraciones tradicionales y 8 productos típicos de la comarca. ● Eventos deportivos, fiestas tradicionales y celebraciones gastronómicas: 30 <ul style="list-style-type: none"> - 4 declaraciones de interés turístico (andaluz o nacional) ● Otros recursos culturales: <ul style="list-style-type: none"> - 2 teatros y 1 espacio para eventos - Patrimonio etnográfico e industrial: Molino de los Corchos, Lavadero de la Noria, Antigua Fábrica de Esencias, Casas de las estaciones de ferrocarril y 3 peñas flamencas

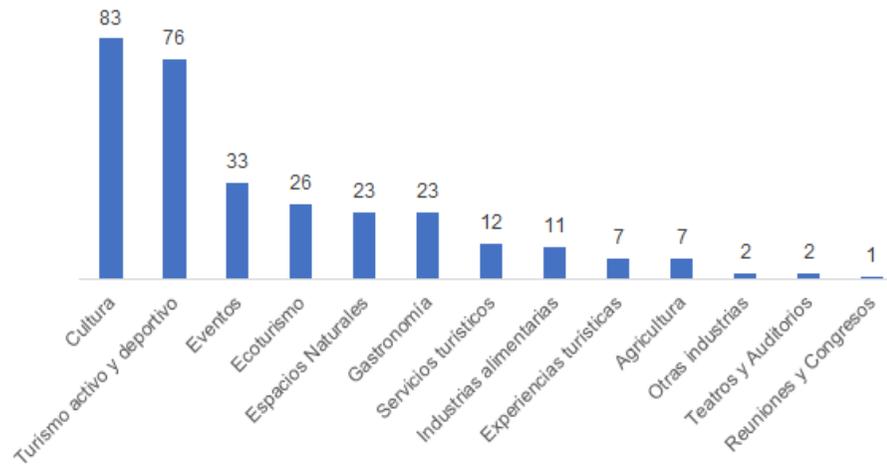
Fuente: Elaboración propia

Dada la naturaleza transversal de los recursos, no todos cuentan con un plan de gestión turística como tal. El Caminito del Rey es un ejemplo de una infraestructura de carácter turístico y un producto con un plan de gestión turística creado por la Diputación de Málaga y Sando, concesionaria de su explotación. Otros, como el yacimiento arqueológico de Cártama en proceso de excavación, cuentan con planes sectoriales de musealización, mientras que algunos recursos y productos son gestionados por planes privados, como las experiencias agrícolas.

Ciertos recursos aún no cuentan con un uso turístico, bien porque están en proceso de transformación, como el yacimiento arqueológico de Cártama en la Plaza de la Constitución, el de Castillejos de Quintana y de La Luna en Pizarra, el Bañero de la Reina del mismo municipio y el propio Aula de Naturaleza de la Casa del Forestal también en Pizarra. Lo cual se debe a sus características que los hacen impracticables sin una inversión previa, como es el caso del Llano la Virgen en Coín, muy próximo a otro espacio de valor turístico, la Ermita de la Fuensanta, o la Necrópolis del Hacho en Pizarra.

En este sentido, el uso turístico también depende de la titularidad del recurso, dependiendo de si la misma es privada (puede dificultar el acceso), o si existe un conflicto de intereses para su práctica, como es el caso del monasterio mozárabe de Coín o la práctica del vuelo libre en la sierra de Abdalajís.

Figura 3. Inventario de recursos turísticos del Valle del Guadalhorce



Fuente: Elaboración propia

Entre las actividades practicables, destaca la abundancia de senderos de pequeño y gran recorrido, atractivos tanto para principiantes, como para expertos. A su vez, es muy importante la presencia de infraestructura deportiva especializada, como los rocódromos o un campo de golf. Los recursos culturales son los más abundantes, como castillos, conventos e iglesias, además de los recursos inmateriales como festividades (semana santa, ferias, rutas gastronómicas o ruta violeta) oficios (cerámica, esparteros y cascareros) y folclore (organizadas por peñas flamencas y de verdiales, una de las manifestaciones de folclore vivo más antiguas de Europa).

Otro recurso con gran potencial de desarrollo lo constituye la gastronomía: existen elaboraciones tradicionales, productos kilómetro cero y festividades alrededor de los mismos, pero la cantidad y variedad

de experiencias turísticas aún es bajo. Como región productora y transformadora de alimentos, existen muchas sinergias entre agricultores, fábricas y hostelería que deben coordinarse y colaborar para conseguir una oferta más diversa y atractiva, basada en el desarrollo local, la igualdad de géneros y la sostenibilidad económica, ambiental y social.



3.2.9. Recursos patrimoniales: descripción y grado de gestión

El turismo puede contribuir a la preservación de espacios naturales y culturales, si gestionamos con valores sostenibles los posibles impactos negativos. Las cualidades naturales del Valle están avaladas por 15 declaraciones de protección ambiental en varias escalas administrativas.

En el plano internacional, el destino tiene una Reserva de la Biosfera, zonas protegidas reconocidas por UNESCO como representativas de los hábitats del mundo. En el marco europeo, existen Zonas de Especial Conservación (ZEC) y Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA), ambas de la Red Natura 2000, el mayor esfuerzo



comunitario de preservación de la biodiversidad europea. A escala regional, la comarca cuenta con un Paraje Natural y diferentes figuras del Plan Especial de Protección del Medio Físico para la provincia de Málaga.

Tabla 8. Recursos naturales y culturales protegidos de la comarca

Figuras de protección ambiental: 15		Figuras de protección cultural: 17	
Reserva de la Biosfera	1	BIC	16
Reserva de la Biosfera Intercontinental del Mediterráneo		Castillo Árabe de Álora	
ZEC	5	Castillo Cerro La Ermita de Cártama	
ZEC Desfiladero de los Gaitanes		Castillo de Alhaurín	
ZEC Ríos Guadalhorce, Fahala y Pereilas		Castillo de Almogía	
ZEC Sierras de Abdalajís y de la Encantada Sur		Castillo de Fahala	
ZEC Sierras de Alcaparaín y de Aguas		Castillo de Sancti Petri	
ZEC Río Fuengirola		Ermita de Nuestra Señora de la Fuensanta de Coín	
ZEPA	1	Escudo de armas de la Villa de Alhaurín el Grande	
ZEPA Desfiladero de los Gaitanes		Iglesia de Nuestra Señora de la Encarnación de Álora	
Paraje Natural	1	Iglesia de San Juan de Coín	
Desfiladero de los Gaitanes		Iglesia Ermita de Los Remedios de Coín	
Complejos Serranos de Interés Ambiental	6	Iglesia Nuestra Señora de la Encarnación de Álora	
Sierra Blanca - Canucha - Alpujata		Conjunto Monástico Rupestre Mozárabe de Coín	
Sierra de Abdalajís - Huma		Necrópolis del Hacho (Pizarra)	
Sierra de Aguas		Poblado Llano La Virgen de Coín	
Sierra de Cártama		Torre Ubrique de Alhaurín el Grande	
Sierra de Mijas		CG	1
Sierra de Pizarra		Hospital de la Caridad de Coín	
Parajes Sobresalientes	1		
Cabecera del Río Alamillo y la Fuente (Coín)			

Fuente: Elaboración propia en base a DERA, entrevistas y material del GDR.

De forma pormenorizada, los espacios naturales son:

- Reserva de la Biosfera Intercontinental del Mediterráneo: participada por Andalucía y Marruecos, ocupa un total de 2.957,07 ha. En los municipios de Álora y el Valle de Abdalajís. Esta zona, una encrucijada natural y sociocultural, es singular por sus ejes estructurantes: un único sistema montañoso, el agua, y la cultura andalusí compartida en ambos lados del Estrecho. Se trata de la primera Reserva Intercontinental declarada por la UNESCO que destaca por endemismos tan importantes como el pinsapo o el cedro, siendo una zona preferente en las migraciones de aves entre la península y África.
- Desfiladero de los Gaitanes: ZEC, ZEPA y Paraje Natural con una superficie de 2.170,261 ha. Depara uno de los paisajes más impresionantes de la provincia, con paredes escarpadas y de altura considerable, entre las que discurre el río Guadalhorce después de pasar por los embalses del Chorro, del Guadalhorce, Guadalteba y del Gaitanejo. El Caminito del Rey se ubica en este Paraje.
- Las Sierras de Abdalajís y de la Encantada Sur (2.775,57 ha.): declaradas ZEC, destacan por su importante valor ecológico mediante una serie de microclimas que lo hacen posible debido al gran número de manantiales que la circundan. El paisaje de la zona que se divisa desde esta sierra es el principal atractivo para la práctica de vuelo libre, a pesar de encontrarse actualmente limitada.
- Ríos Guadalhorce, Fahala y Pereilas (5.574,79 ha.): sus cursos están declarados ZEC, se encuentran numerosas huertas antiguas

cultivadas en muchos casos mediante métodos agroecológicos. Estas huertas son zonas con altos valores medioambientales que cuentan con la presencia de auténticas joyas ornitológicas como la amenazada cigüeña negra, así como que se desarrollan junto a importantes hábitats como los “Bosques de Galería de *Salix alba* y *Populus alba*” y “Galerías y matorrales ribereños termomediterráneos (*Nerio-Tamaricetea* y *Securinegion tinctoriae*)”, siendo su conservación importante para dos especies incluidas dentro del anexo II de la Directiva 92/43/CEE, la Boga de río (*Chondrostoma polylepis*) y la colmilleja (*Cobitis taenia*).

- Sierras de Alcaparaín y de Aguas: la extensión del ZEC en la comarca es de 1.805,12 ha. Estos sistemas montañosos destacan por la amplia meseta existente en ellos, muy valiosa desde un punto de vista turístico por el paisaje que domina. Su composición litológica es poco frecuente en esta latitud, y fue explotada por la industria minera entre otras cosas por diamantes. Su morfología rocosa favorece la aparición de crestas y cortados, haciendo que sea un punto preferente para la nidificación de numerosas aves (águila real, halcón peregrino, búho real y el gavilán, entre otras).
- Río Fuengirola: su ZEC en la comarca alcanza las 16,48 ha. Sigue el curso del río Fuengirola, atravesando el sur de los municipios de Coín y Alhaurín el Grande, de los que es frontera natural. Cuenta con 11 hábitats de interés comunitario, con algunos catalogados como muy raros. También ocupan sus suelos variedades de sauces y de *Galium viridiflorum*, una rubiácea endémica de zonas húmedas de la provincia de Málaga y Granada y catalogada como vulnerable.

Además, haciendo uso del Plan Especial de Protección del Medio Físico (PEPMF) de la provincia de Málaga, el destino en cuestión cuenta con las siguientes áreas protegidas:

- Sierra de Abdalajís-Huma: Integrada en el Paraje Natural Desfiladero de los Gaitanes, los usos predominantes son los forestales y agrícolas, pero también ha sido objeto de minería a cielo abierto.
- Sierra de Pizarra: constituye un auténtico hito visual que destaca entre los montes, ligado al núcleo de población de Pizarra.
- Sierra de Cártama: otro importante hito paisajístico y territorial al actuar compartimentado el interior del Valle del Guadalhorce junto con las sierras de Gibralfalia y Gorda de Coín.
- La Fuente - Cabecera del Río Alaminos: espacio natural clasificado como Paraje Sobresaliente.
- Sierra Blanca - Camucha – Alpujata, declaradas como Complejos Serranos de Interés Ambiental.
- La Sierra de Aguas, declarada como Complejo Serrano de Interés Ambiental.
- La Sierra de Mijas, declarada como Complejo Serrano de Interés Ambiental.

Desde la escala internacional, existe un espacio en la comarca sujeto a una figura tuitiva promovida por UNESCO en su programa *Man and Biosphere* que persigue compatibilizar la conservación de los recursos biológicos y el uso sostenible de los mismos. Constituyen espacios

representativos de un ecosistema valioso, pero por sí mismas no son una figura de protección, teniendo que estar respaldadas por otros mecanismos de protección. No obstante, su declaración obedece tanto a los criterios que define UNESCO como a la Ley 24/2007 de 13 de diciembre del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad (art. 67), que entre otras cosas exige una estrategia de evolución, un programa de actuación y un órgano de gestión responsable. No obstante, de momento no existe un sistema de uso público, efectivo y regulado que fortalezca la actividad turística en torno al parque que además persiga el objetivo intrínseco de la declaración de proteger y valorizar el espacio. Por ello, en el área de la Reserva inserta en la comarca rige el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN), de elaboración regional, del Paraje Natural en que se incluye el Desfiladero de los Gaitanes. Este plan establece el marco de referencia e incluye algunas pautas sobre el uso recreativo y gestión de los mismos.

En cuanto al ámbito comunitario, este mismo espacio está sujeto a dos directivas comunitarias en la forma de Zona de Especial Protección para las Aves y Zonas de Especial Conservación. La ordenación de dichas figuras y sus ámbitos de protección, gestión y uso turístico está asumida dentro del propio PORN del Desfiladero de los Gaitanes. En los casos del ZEC Guadalhorce, Fahala y Pereilas, los del ZEC Abdalajís, La Encantada Sur, el de Alcaparaín y Aguas, y el del Río Fuengirola, cuentan con planes de gestión *ad hoc* para su figura ZEC que, no obstante, no hacen referencia al aprovechamiento turístico de los mismos.

Otros documentos de planificación con incidencia turística son los Planes Especiales de Protección del Medio Físico, en vigor hasta que se aprueba un Plan de Ordenación Territorial de nivel subregional que afecte a la totalidad o una parte de los espacios que regula. En el caso de la comarca

son siete espacios en total bajo esta planificación que también hace referencia al uso turístico del espacio, delimitando zonas susceptibles de implantarse actividades turístico-recreativas.

En cuanto a los recursos culturales, 16 de ellos están protegidos como Bien de Interés Cultural (BIC), la mayoría como monumentos al tratarse de castillos y elementos de defensa militar medieval, o como edificios religiosos. Su uso turístico es desigual por la dispersión de su propiedad, por estar catalogados pero no adaptados a la visita o por su estado de conservación modesto. Aquellos sin uso pero con potencial turístico son el Castillo de Sancti Petri en Almogía, por su valor paisajístico dado que los restos emergentes del mismo son escasos; el Molino de los Corchos en Alhaurín el Grande, por su valor etnográfico y la posibilidad de incorporar el edificio como equipamiento turístico que complementa la visita en forma de alojamiento; el Palacio de los Condes de Puerto Hermoso de Pizarra, uno de los mejores ejemplos de arquitectura civil de la comarca, cuyo uso turístico está condicionado por su titularidad y usos particulares; el yacimiento del Poblado de la Virgen en Coín, muy próximo a la ermita de la Fuensanta que constituye un atractivo para el municipio; el Santuario Íbero del Valle de Abdalajís, actualmente en fase de excavación e investigación; y los yacimientos del casco histórico de Cártama, el municipio con mayor potencial arqueológico de la comarca, también en fase final de excavación, investigación y musealización.

De los elementos protegidos que contemplan las visitas, se pueden listar los castillos de Álora, Cártama, de Fahala en Alhaurín el Grande y de Almogía. También todas las iglesias listadas, así como el Hospital de la Caridad, que iniciará actividad cultural tras su rehabilitación.

Estas figuras de protección, algunas de reconocimiento mundial como la

Reserva de la Biosfera, constituyen un instrumento de preservación valioso, pero también funcionan como sello reconocible para la demanda y la iniciativa privada, que transmite valores de calidad y autenticidad del patrimonio natural y cultural de la comarca. Debido a la naturaleza variada de estas figuras de protección, los planes de gestión recaen en diferentes órganos. Por un lado, la gestión de los BIC recae en la propiedad de sus titulares, ya sean públicos o privados. Por otro lado, en el caso particular de los yacimientos arqueológicos, hay que considerar, además de su titularidad, su ubicación con respecto a la cobertura del planeamiento general urbano del municipio, lo que condiciona que la gestión del yacimiento recaiga o no en él. Actualmente, 5 municipios cuentan con un Plan General de Ordenación Urbana en vigor (Pizarra, Alhaurín el Grande, Almogía, Cártama y Coín) y tres de ellos cuentan con yacimientos arqueológicos sin excavar, lo que facilitaría incorporarlos a la oferta del destino aquellos con potencial turístico.

ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS ACTUALES Y POTENCIALES

3.2.10. Análisis de los productos turísticos actuales y potenciales: oferta turística del territorio y productos/experiencias en los que se ha especializado el destino

La comarca del Valle del Guadalhorce como destino turístico se conoce gracias a la singularidad de sus recursos tanto naturales y culturales como gastronómicos, con potencialidad de uso turístico. La especialización del destino la constituyen los productos de gastronomía y naturaleza, pero su articulación como productos turísticos de éxito es desigual. El Caminito del Rey constituye el principal polo de atracción de visitantes y también resulta de interés el calendario de eventos y fiestas de la comarca. Por lo general, las que tienen más potencialidad de crecimiento son las

celebraciones que giran en torno a un fuerte componente gastronómico, dado el carácter agrícola de la comarca y la visión de futuro de los agricultores.

Dentro del segmento gastronómico se han identificado experiencias turísticas que se comercializan actualmente, entre las que se pueden destacar las de fincas de cítricos (*Juanito Orange*), la de elaboración de quesos (*El Pastor del Valle*) y puntualmente en distintas huertas, sobre todo aquellas con frutos preciados como el tomate Huevo Toro, aunque estas constituyen una minoría si consideramos la totalidad de fincas existentes. El carácter familiar de las fincas y el tamaño reducido de la propiedad, hacen más compleja la dedicación extra de recursos a la gestión de visitas. No obstante, se pueden destacar algunas como la Huerta de Carmen y la Familia Hevilla, dedicadas especialmente al Huevo Toro que son muestra del carácter abierto y hospitalario de los habitantes de la comarca. Otros sectores ganaderos también ofrecen experiencias: el caso de mieles Milosí y la experiencia pastorera de Almogía. En general, estas experiencias se basan en la visita guiada, elaboración y cata de productos frescos y cocinados en el mismo entorno en el que se producen.



El tejido industrial dedicado a la transformación de alimentos también participa de estas visitas, aun con una dedicación baja en relación con su presencia en la comarca, que abarca cinco grandes áreas: (1) las frutas y verduras, (2) los lácteos, (3) las carnes, (4) la repostería y panaderías y (5) los encurtidos. Solo cinco cuentan con algún soporte web en el que se promociona la visita, de forma permanente o previa reserva de grupos. Son la Almazara Molisur, la fábrica de cervezas La Trinidad, el Museo del Pan de El Colmenero de Alhaurín, las Bodegas Pérez Hidalgo y Sánchez Rosado. Dada la estructura del tejido empresarial, con figuras jurídicas unipersonales y sin un canal de comercialización definido, resulta complicado analizar la totalidad de las experiencias turísticas existentes.

En ambos casos, huertas e industria, la comercialización de las experiencias no se hace de forma integrada como destino turístico, sino a título particular de cada actor que las realiza. Un ejemplo de éxito en la integración entre cultivo, transformación y consumo constituido como fiesta con trascendencia turística es la subasta del tomate Huevo Toro. Este evento, que comenzó como una jornada de carácter local y dedicada al tejido agrícola y hostelero, ha trascendido fronteras y se ha convertido en un evento con capacidad de atracción turística.

Otro de los campos de especialización del destino lo constituye el vuelo libre en el municipio del Valle de Abdalajís. Este municipio, conocido como la Capital del Vuelo Libre, es punto de encuentro internacional para esta práctica en diferentes soportes (parapente, ala delta...). La actividad, paralizada en la actualidad por un conflicto sobre la seguridad del espacio aéreo del Aeropuerto de Málaga, aportaba un flujo de visitantes a la comarca y al municipio muy importante para sus economías. Actualmente se gestiona con la Agencia de Seguridad Aérea la concesión de una licencia de uso que compatibilice su práctica con los usos aeroportuarios.

La naturaleza también constituye un segmento capital para la comarca. Existen al menos 20 empresas con actividades dedicadas al turismo activo que abarcan la equitación, la escalada y vías ferratas, el cicloturismo, el senderismo e incluso recorridos multiaventura en recintos cercados o rutas en motos. No obstante, tanto por la propia naturaleza de las actividades al aire libre, compatibles con la auto-organización sin intermediación, como por la abundante presencia de equipamientos de uso público en la comarca, hacen que su comercialización sea menor. Un ejemplo de espacio natural frecuentado por visitantes sin intermediación es Barranco Blanco, que empieza a mostrar signos de saturación.

En síntesis, la oferta actual de productos y servicios turísticos se caracteriza por su concentración en algunas empresas con una mayor iniciativa y visión emprendedora. Las actividades ofrecidas se limitan al municipio al que pertenecen las empresas o individuos que las impulsan y el entorno natural, encontrándose escasos productos que agrupan diferentes territorios y recoja una visión íntegra del destino turístico.

- Estimación de las posibilidades turísticas del destino inexplotadas

La gastronomía supone una de las posibilidades turísticas de mayor éxito y difusión de la comarca al margen del Caminito del Rey, pero a la vez su diseminación y escasa estructuración hacen que su grado de uso turístico sea inferior al potencial. Para revertir esta situación, se debe comenzar por considerar esta actividad productiva como el principal elemento diferenciador y el que más sinergias guarda con la visita al Caminito del Rey. De hecho, un elemento en común entre todos los municipios de la comarca es su tradición agraria. Las experiencias que se comercializan de manera aislada se pueden combinar en paquetes turísticos que integren la cadena de producción completa, al modo de las industrias tradicionales,

de forma que se abarquen desde el cultivo hasta su transformación y consumo. Como muestra del éxito de este enfoque es el caso de la subasta del tomate Huevo Toro, que contempla varios eslabones de la cadena de producción hortícola y los combina con otros productos de la huerta.

La variedad de cultivos es otro potencial inexplorado, ya que, el Valle del Guadalhorce concentra en su territorio producciones originarias de regiones muy diversas en un espacio reducido, desde frutos subtropicales hasta uvas, pasando por cítricos, frutos secos como la almendra, calabazas, además de frutas y verduras como el tomate. Incluso, el Valle es una referencia por las variedades de tomate cultivadas y el volumen de producción de cítricos. Esta variedad de cultivos también genera un paisaje diverso de gran riqueza para otras actividades propias del turismo activo y de naturaleza, como el senderismo y el cicloturismo. Si bien no constituye por sí mismo un producto turístico, sí es un elemento diferenciador frente a otras regiones como la Serranía de Ronda o la Axarquía, una región que también cuenta con gran valor paisajístico pero mucho menos diverso por la prevalencia del cultivo de subtropicales.

Otro caso al que se podría trasladar este enfoque es la DOP Aceituna Aloreña. Esta variedad protegida de aceituna supone una oportunidad de creación de experiencias aún no explotadas en la comarca que podría ser fácilmente asumible por una o varias de las cooperativas de la comarca y las fincas olivereras. Estas experiencias ya están siendo explotadas en municipios próximos, como Alozaina, con buena recepción, y de hecho constituyen un segmento turístico en regiones productoras como Jaén.

La riqueza cultural, tanto material como inmaterial, tiene también potencial de desarrollo como producto turístico. La comarca cuenta con un calendario de eventos y fiestas muy nutrido pero con diferente grado de

explotación turística, siendo las de vinculación gastronómica aquellas con mayor éxito turístico.

Tabla 9. Eventos de interés en la comarca

Eventos
Celebraciones
Alhaurín Flamenca
Día de la Almendra de Almogía
Día de la Naranja de Coín
Días y rutas de la Tapa
Día de las sopas Perotas de Álora
Jornadas ciclista de Álora y Almogía
Fiestas de primavera de Coín
Mercado de Quesos Quesandaluz
Noche al Raso de Coín
Subasta del tomate Huevo Toro
Noche Flamenca Villa de Alhaurín el Grande
Noches Al-loárame
Fiestas tradicionales
Cruces de mayo de Álora
Día de la Cruz y Fiesta de las Cruces
Feria de Almogía
Feria de Alhaurín el Grande
Feria de Álora
Feria de Cártama
Feria de Coín
Feria de Pizarra
Feria del Valle de Abdalajís
Festival de Verdiales de Almogía

Fiesta de Verdiales de la Ermita de las Tres Cruces
 Las Candelarias del Valle de Abdalajís
 Nochevieja de Coín
 Procesión de los Moraos de Alhaurín el Grande
 Romería de la Fuensanta de Coín
 Romería de la Virgen de las Flores
 Semana Santa Alhaurín el Grande
 Semana Santa de Álora
 Semana Santa de Coín
 Concurso de Cante de la Trilla en Cártama

Fuente: Elaboración propia.

Algunas de estas fiestas cuentan con distinciones, como la Semana Santa de Coín y Alhaurín o el Día de las Cruces de Mayo de Álora, declaradas de interés turístico.

Estas fiestas, adecuadas al calendario festivo nacional y local, tienen un componente social muy importante. La estrategia para un mayor uso turístico de las mismas se debe basar no sólo en su disfrute, sino también en crear experiencias de inmersión en la cultura local. De esta forma se crean sinergias con segmentos como el turismo idiomático, que cuenta con un fuerte desarrollo en Málaga capital y que también tiene desarrollo en Alhaurín el Grande, con cuatro centros de idiomas.

En cuanto al patrimonio material, la comarca destaca por su alto valor arqueológico: todos los municipios cuentan con yacimientos arqueológicos, excavados o no, que podrían constituir un producto turístico especializado en esta disciplina. Destaca Cártama, por la cantidad y grado de preservación de sus yacimientos. También por disponer en el Museo de Málaga de una estancia presidida casi por completo por los

restos de la ciudad romana de Cártama, lo cual supone una importante forma de promoción del territorio debido a su elevada afluencia de visitantes. Una de las obras singulares del museo, destacada en su folleto y en su web, es precisamente el Mosaico del Nacimiento Venus, donde siempre se referencia su origen en Cártama. La presencia constante de la comarca del Guadalhorce en el Museo, unido a las buenas comunicaciones de éste y la comarca, pueden permitir la creación de experiencias multimotivacionales que combinen arqueología y gastronomía, comenzando en el Museo y culminando en el Valle.

En la tabla se pueden visualizar las necesidades y propuestas relacionadas de productos actuales existentes frente a otros potenciales.

Tabla 10. Productos turísticos actuales y potenciales en el Valle del Guadalhorce

Productos actuales	Productos potenciales
<ul style="list-style-type: none"> - Visitas: museos, bodegas, empresas o fábricas tradicionales, fincas y huertas agrícolas y ganaderas - Realización de rutas de senderismo, ciclismo y a caballo por las sierras y los valles - Rutas culturales del Camino Mozárabe de Santiago y la Ruta Mariana - Rutas ornitológicas - El Corredor Verde del Valle del Guadalhorce: el parque fluvial y los senderos 	<ul style="list-style-type: none"> - Geoparque Guadalhorce - Paquetes de experiencias (alojamiento, visitas/excursiones, gastronomía...) - Experiencias de participación en la producción y otras actividades tradicionales del Valle - Experiencias de contacto con la naturaleza (avistamiento de aves, actividades con caballos, otra flora y fauna típica de la región, etc.) - Productos de turismo activo y deportivo en nuevos recursos no explotados por el turismo (sierras, embalses, cuevas, etc.) - Visitas culturales que pongan en valor el territorio y su legado histórico.

Fuente: Elaboración propia

3.3. Identificación de la problemática y necesidades del destino

La mayor problemática identificada en los territorios de la comarca es la falta de una marca turística propia y atractiva para turistas y visitantes independiente del Caminito del Rey. Por tanto, es necesario ampliar y diversificar la oferta de la comarca para complementarse mejor con el Caminito. Este recurso no solo genera impactos positivos a todos los niveles gracias a su potencial, sino también existe el peligro de que aglutine el mayor esfuerzo e inversión de los agentes turísticos, sin que se apueste por el desarrollo de los territorios colindantes ni se inviertan recursos en la promoción de los mismos.

Este hecho provoca que el destino turístico del Valle del Guadalhorce base gran parte de la oferta de actividades y productos en este recurso y presente cierta dependencia con respecto al mismo en cuanto a actividades y productos ofertados, así como el escaso posicionamiento de los municipios cercanos como destinos turísticos desvinculados del Caminito del Rey. En consecuencia, existen ciertos desequilibrios en términos de desarrollo económico y conexión mediante diferentes medios de transporte entre los territorios de la comarca según su cercanía a este recurso turístico.

Otra problemática identificada es una escasa capacidad alojativa y de restauración que presenta individualmente cada uno de los municipios para dar respuesta a grandes grupos de visitantes característicos de la industria del turismo, lo cual supone un importante obstáculo a la hora de intentar posicionar la comarca como un destino turístico. En particular, se carece de infraestructuras únicas dotadas de capacidad para albergar la elevada demanda de la zona, tal y como se puede observar en la tabla 1.

Asimismo, se ha identificado un limitado emprendimiento por parte de la población local y la reducida colaboración entre los integrantes de la industria turística y otras actividades adyacentes. A su vez, ello conlleva dificultades relativas a la flexibilidad y la predisposición de los negocios para adaptar su organización operativa a las necesidades turísticas.

Por último, se ha detectado la necesidad de diversificar la oferta turística del destino con las diferentes actividades características de la zona, especialmente aquellas no fundamentadas en el recurso del Caminito del Rey, y además, la diversificación de la economía hacia otras actividades productivas que pongan en valor los recursos locales, las tradiciones y la cultura.

3.4. Análisis DAFO

Teniendo en consideración toda la información recopilada durante la investigación y las reuniones realizadas, se puede establecer que el Valle del Guadalhorce cuenta con un gran potencial para el desarrollo turístico, aportando un valor adicional y alternativas de ocio a los visitantes y residentes de la provincia. Se ha podido detectar que el destino cuenta con numerosos recursos que, bajo una gestión coherente, pueden conformar productos y paquetes de importante interés turístico. Al mismo tiempo, el Valle cuenta con diferentes aspectos que requieren especial atención para implementar las mejoras prácticas y garantizar el bienestar de todos los agentes involucrados.

Por tanto, se ha identificado una serie de debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades para el destino turístico del Valle del Guadalhorce en su conjunto. El análisis realizado se encuentra relacionado con todas las áreas y dimensiones de la sostenibilidad turística, puesto que

no solo trata de la mejora de la competitividad del territorio, sino también contempla mejoras a un nivel más global, garantizando una distribución equitativa de los recursos, participación igualitaria de diferentes actores en el desarrollo turístico territorial, el bienestar de los propios residentes de la comarca. De esta manera, se abarcan las dimensiones socioeconómica, ambiental y territorial de la sostenibilidad.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Baja formación turística especializada y avanzada en el tejido empresarial del sector y los adyacentes ● Dependencia de intermediarios turísticos y destinos colindantes (Málaga capital o Costa del Sol) ● Escasa capacidad alojativa (especialmente hoteles) y de restauración ● Elevado nivel de excursionistas ● Ausencia de estadística turística propia ● Carencia de un canal de comercialización conjunto (clubes de producto) y promoción <i>online</i> directo ● Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal ● Saturación de afluencia de puntos de interés: Barranco Blanco y otros que puedan surgir ● Deficiente señalización interna e insuficiente red de transportes ● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo ● Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública ● Horario apertura establecimientos de servicio al turista no apropiados ● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su 	<ul style="list-style-type: none"> ● Riesgos potenciales de la crisis climática que perjudiquen la conservación de los recursos naturales: incendios, sequías y acceso a agua, inundaciones y lluvias torrenciales, etc. ● Desarrollo de proyectos fotovoltaicos de gran impacto visual y ambiental en el Valle sin procesos participativos con la ciudadanía y el empresariado ● Encarecimiento de los viajes a causa de la elevada inflación y el aumento del coste energético ● Conflictos con administraciones públicas (AENA o ADIF) que dificultan la convivencia y la realización de actividades: averías, denegación del uso de espacios, limitación del vuelo libre... ● Limitados acuerdos con los/as agentes privados/as propietarios/as de recursos de interés turístico que impiden la libre explotación del turismo en la comarca: zona de vuelo libre limitada por la propiedad privada, restos arqueológicos en terrenos particulares, etc.

efectividad <ul style="list-style-type: none"> ● Limitado emprendimiento e importante cantidad de empresas externas (no locales) que explotan el turismo local 	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Claro enfoque de desarrollo territorial contenido respetando la “esencia de pueblo” de los municipios ● Buena calidad de vida y entorno privilegiado ● Entorno natural característico y de calidad idóneo para eventos deportivos, rutas como la del Camino Mozárabe de Santiago o la Ruta Violeta... ● Renta de situación comarcal muy positiva: cercanía a nodos de comunicación (tren o aeropuerto), destinos y recursos de reconocimiento (Costa del Sol o el Caminito), Parque Tecnológico de Andalucía (para atraer empresas y teletrabajadores/as), etc. ● Sintonía positiva entre los municipios para desarrollo turístico ● Abundancia de recursos patrimoniales, naturales y culturales de interés: yacimientos arqueológicos, fiestas tradicionales, monumentos, etc. ● Cultura agrícola consolidada y de gran riqueza: huertas, bodegas... ● Existencia de nuevos nichos para la creación de nuevos productos turísticos: agroturismo, retiros, yoga... ● Población residente hospitalaria con visitantes y turistas garantizando su integración y convivencia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Óptima coyuntura de financiación pública (fondos europeos, estatales...) para el desarrollo de proyectos locales, la digitalización del sector público y privado, etc. ● Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad ● Creciente interés en el consumo de productos y servicios turísticos vinculados a los recursos del territorio: sector primario, gastronomía... ● Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística ● Numerosas iniciativas de interés turístico a todos los niveles: Gran Senda de la Diputación, el Corredor Verde... ● Asociacionismo del sector privado para garantizar la viabilidad de las diversas iniciativas que se realicen ● Revalorización de los productos locales de cercanía como estrategia de sostenibilidad ● Diversificación de la economía

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El Valle del Guadalhorce es un destino de potencialidades alineadas con tendencias de demanda clave, tanto consolidadas como la **gastronomía**, **la naturaleza**, **el deporte y la arqueología**, como en auge como la proximidad, la cultura *slow* y el bienestar físico y mental. Muchos de los productos turísticos reales y potenciales de la comarca son muestra de ello: las experiencias de visita en las huertas combinan la inquietud gastronómica con el interés por los productos locales, la naturaleza y el kilómetro cero del destino.

La variedad de prácticas deportivas disponibles y la presencia de empresas especializadas en ellas, como el vuelo libre y la escalada, tienen que ver con el interés por el deporte, el turismo activo y con el bienestar personal; y los intangibles del destino, con un paisaje verde salpicado de castillos, iglesias y huertas, invita a la desconexión, la tranquilidad y la calma, elementos propios de un turismo de naturaleza que la sociedad reclama más que nunca cuando hablamos de salud mental.

Esta inclinación de las experiencias turísticas hacia la sostenibilidad coincide con un marco de transición verde que la Unión Europea escribe en mayúsculas: el Pacto Verde Europeo. Entre las 8 estrategias del Pacto, destaca *De la Granja a la Mesa*, dedicada exclusivamente a la agricultura, la ganadería y sus cadenas de valor hasta el consumidor, y la *Preservación y Restauración de Ecosistemas*, ambas fundamentadas en elementos básicos para la comarca.

El Valle tiene una situación de partida excepcional tanto para captar fondos del Pacto Verde Europeo como para asimilar la transición e integrar al turismo en ella, avanzando en la vanguardia del cambio con

acciones como la propuesta de biodistrito ecológico, que una vez finalizada convertirá al Valle en uno de los únicos tres biodistritos de España.

Teniendo todo esto en cuenta, los objetivos para este plan son los siguientes:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey
- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio

5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PLAN DE ACCIÓN Y SEGUIMIENTO

El plan de acción se articula en torno a siete estrategias estrella que dan respuesta a los objetivos específicos del Plan y a las necesidades identificadas en el análisis y diagnóstico DAFO. Estas estrategias estrella son:

- Estrategia 1.1. Potenciación de los recursos locales de interés turístico
- Estrategia 1.2. Creación de un plan de promoción turística de la comarca
- Estrategia 1.3. Gobernanza inteligente y participativa
- Estrategia 1.4. Formación en la gestión, mejora y competitividad del sector turístico
- Estrategia 1.5. Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca
- Estrategia 2.1. Digitalización de infraestructuras de uso turístico
- Estrategia 2.2. Mejora de la visibilidad y posicionamiento en entornos digitales

También se ha identificado qué Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 aborda cada una, de forma que los avances de este Plan pueden contribuir a su consecución y servir de nexo en común con otros documentos de planificación.

Para representar el cronograma de cada estrategia se emplea una escala numérica coloreada del uno al cuatro, cada uno de los años de vigencia del plan:



Para representar el grado de gobernanza, se ha usado un sistema similar, con tres niveles distintos:



1. Diseño de acción
2. Negociación, compromiso
3. Seguimiento y control

Las estrategias estrella también incluyen recomendaciones para financiar la ejecución de las acciones, refiriéndose a cuatro programas marco:

- Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
- Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)
- Fondo Social Europeo (FSE+)
- Fondo de Transición Justa (FTJ)

Estrategia 1.1. Potenciación de los recursos locales de interés turístico				
Objetivos y ODS		Acciones		
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca 		<ul style="list-style-type: none"> Mejoras en la señalización de los recursos turísticos de interés Creación de clubes de producto/asociación entre diferentes empresas de la comarca Mejoras en la señalización de acceso a los municipios de la comarca en todas las vías posibles Revisión y mejora de las rutas de acceso proporcionadas por asistentes de navegación Plan coordinado de uso turístico de los principales recursos locales Captación de inversiones privadas para creación de nuevos alojamientos Fomento de inversiones en la conservación, restauración, rehabilitación y promoción del patrimonio cultural de la comarca 		
Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
1.1.1.	1 2 3 4	1 2 3	Autoridades locales GDR del Valle del Guadalhorce Diputación provincial de Málaga Consejerías responsables de la expedición de los permisos	FEDER
1.1.2.	1 2 3 4	1 2 3	Asociaciones empresariales GDR del Valle del Guadalhorce Autoridades locales	PRTR

1.1.3.	1 2 3 4	1 2 3	Autoridades locales GDR del Valle del Guadalhorce Diputación provincial de Málaga Consejerías pertinentes	FEDER
1.1.4.	1 2 3 4	1 2 3	GDR del Valle del Guadalhorce Autoridades locales Asociaciones de turismo Empresarios Residentes	-
1.1.5.	1 2 3 4	1 2 3	Autoridades locales GDR del Valle del Guadalhorce Consejería pertinentes	-
1.1.6.	1 2 3 4	1 2 3	Autoridades locales GDR Valle del Guadalhorce Empresariado Asociaciones de turismo	-
1.1.7.	1 2 3 4	1 2 3	GDR Valle del Guadalhorce GDT Valle del Guadalhorce Ayuntamientos de la comarca Titulares privados de bienes patrimoniales culturales	FEDER, PRTR

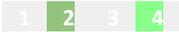
1.1.8.	1 2 3 4	1 2 3	Autoridades locales GDR del Valle del Guadalhorce Empresarios Asociaciones de turismo Población residente	FEDER, PRTR, FSE+
--------	---------	-------	---	----------------------

Estrategia 1.2. Creación de un plan de promoción turística de la comarca

Objetivos y ODS	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino. Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce. Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio. Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey. 	<ul style="list-style-type: none"> Creación marca paraguas de ámbito turístico que abarque la diversidad de toda la comarca Creación de un plan de promoción turística Campañas en publicidad exterior Incremento de servicios en las oficinas de turismo Creación o integración de un marketplace que comercialice de forma conjunta, en clubes de producto, los productos y servicios ofertados en la comarca



Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
1.2.1.			GDR del Valle del Guadalhorce Autoridades locales Asociaciones de turismo Empresarios Residentes	PRTR

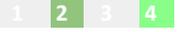
1.2.2.			<p>GDR del Valle del Guadalhorce</p> <p>Autoridades locales</p> <p>Turismo y Planificación Costa del Sol</p> <p>Turismo Andaluz</p> <p>Otras administraciones del ámbito turístico</p> <p>Asociaciones de turismo</p> <p>Empresarios de la comarca</p> <p>Empresarios del resto de la provincia</p> <p>Residentes</p>	PRTR
1.2.3.			<p>GDR del Valle del Guadalhorce (diseño y planificación)</p> <p>Autoridades locales</p> <p>Turismo y Planificación Costa del Sol</p> <p>Turismo Andaluz</p> <p>Otras administraciones desde el ámbito turístico</p> <p>Responsables de gestión de los lugares de instalación de estos materiales</p> <p>Empresarios</p>	PRTR
1.2.4.			<p>Autoridades locales</p> <p>GDR del Valle del Guadalhorce</p> <p>Empresas de la comarca</p> <p>Empresas del resto de la provincia</p>	FEDER, PRTR
1.2.5.			<p>Asociaciones de turismo</p> <p>GDR del Valle del Guadalhorce</p> <p>Empresarios</p> <p>Autoridades locales</p>	FEDER, PRTR

Estrategia 1.3. Gobernanza inteligente y participativa

Objetivos y ODS	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey • Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce. • Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca • Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio. • Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una Mesa comarcal del Turismo entre todo tipo de agentes turísticos • Creación de un mapa de datos turísticos y de un sistema integrado de gestión y monitoreo de la comarca como destino • Coordinación entre los agentes turísticos en la apertura al público de los establecimientos y recursos • Diseño de un programa comarcal/municipal de fiestas/eventos organizados en la comarca • Creación de una línea de autobús tipo “lanzadera” dentro de los municipios del Valle del Guadalhorce • Diseño de actividades de ocio orientadas a los residentes en línea con la sostenibilidad social



Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
1.3.1.			GDR Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo Autoridades locales Empresariado Residentes Otras administraciones de competencia turística	-
1.3.2.			GDR del Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo Autoridades locales Autoridades supramunicipales Empresarios	FEDER, PRTR
1.3.3.			GDR Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo Autoridades locales Empresariado	-
1.3.4.			GDR Valle del Guadalhorce Autoridades locales Asociaciones de turismo Residentes Empresariado local Otras administraciones de competencia turística	-

1.3.5.			<p>Autoridades locales Consorcio del Área Metropolitana de Málaga Diputación de Málaga GDR</p>	-
1.3.6.			<p>Autoridades locales GDR del Valle del Guadalhorce</p>	FEDER, FTJ

Estrategia 1.4. Formación en la gestión, mejora y competitividad del sector turístico

Objetivos y ODS	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey • Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce. • Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca • Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio. • Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de jornadas formativas orientadas al emprendimiento y oportunidades de negocio • Organización de jornadas orientadas a la mejora del nivel de digitalización de los agentes turísticos • Organización de acciones/jornadas sobre las oportunidades de financiación a través de los fondos públicos • Organización de acciones formativas orientadas a la creación y diseño de productos y experiencias turísticas en la comarca



Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
1.4.1.			GDR Valle del Guadalhorce Empresariado Población residente Organismos de enseñanza	FEDER, PRTR, FSE+, FTJ
1.4.2.			GDR Valle del Guadalhorce Empresariado	FEDER, PRTR, FSE+

			Población residente Organismos de enseñanza	
1.4.3.	1 2 3 4	1 2 3	GDR del Valle del Guadalhorce Autoridades locales Empresarios Residentes	-
1.4.4.	1 2 3 4	1 2 3	GDR Valle del Guadalhorce Empresarios Asociaciones de turismo Residentes Organismos de enseñanza	FEDER, PRTR, FSE+

Estrategia 1.5. Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca

Objetivos y ODS	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de experiencias turísticas fundamentadas en la gastronomía y la producción tradicional Diseño de experiencias basadas en turismo activo Diseño de experiencias basadas en turismo arqueológico Diseño de experiencias basadas en turismo de naturaleza con un enfoque en los ríos del destino Fomento del uso prioritario de los productos locales de cercanía en los establecimientos



Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
1.5.1.			GDR Valle del Guadalhorce Autoridades locales Empresas que desarrollen actividades relacionadas con el sector turístico en la comarca y empresas del sector agroalimentario Asociaciones de turismo	-
1.5.2.			GDR Valle del Guadalhorce Autoridades locales Asociaciones de turismo Empresarios	-

1.5.3.	1 2 3 4	1 2 3	<p>GDR Valle del Guadalhorce</p> <p>Autoridades locales</p> <p>Empresarios</p> <p>Asociaciones de turismo</p>	FEDER
1.5.4.	1 2 3 4	1 2 3	<p>GDR Valle del Guadalhorce</p> <p>Autoridades locales</p> <p>Empresarios</p> <p>Asociaciones de turismo</p>	FEDER
1.5.5.	1 2 3 4	1 2 3	<p>GDR Valle del Guadalhorce</p> <p>Autoridades locales</p> <p>Empresarios</p> <p>Residentes</p>	-

Estrategia 2.1. Digitalización de infraestructuras de uso turístico				
Objetivos y ODS			Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino 			<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de aplicaciones de información turística que sirvan de apoyo a las Oficinas de Turismo Digitalización de los senderos existentes en la comarca y publicación en las principales aplicaciones 	
Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
2.1.1.	1 2 3 4	1 2 3	GDR Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo Autoridades locales Empresarios	FEDER, PRTR
2.1.2.	1 2 3 4	1 2 3	GDR Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo Autoridades locales Asociación GDT Valle del Guadalhorce	-

Estrategia 2.2. Mejora de la visibilidad y posicionamiento en entornos digitales

Objetivos y ODS	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino 	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la navegación y los contenidos de la página web orientada al turismo en el Valle del Guadalhorce Mejora del posicionamiento del sitio web de turismo de la comarca Mejora de perfiles de redes sociales y adecuación de sus contenidos para incentivar el turismo en la comarca



Acción	Cronograma	Grado de Gobernanza	Alianzas - Actores	Financiación
2.2.1.	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #c6e0b4; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5cb85c; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">3</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> </div>	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5bc0de; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">1</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> </div>	Asociación GDT Valle del Guadalhorce Áreas de turismo de los ayuntamientos de cad municipio GDR Valle del Guadalhorce	FEDER, PRTR
2.2.2.	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #c6e0b4; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5cb85c; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">3</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> </div>	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5bc0de; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">1</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> </div>	GDT Valle del Guadalhorce	-
2.2.3.	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5cb85c; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">2</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5cb85c; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">3</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> </div>	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #5bc0de; color: white; text-align: center; border: 1px solid #6b8e23;">1</div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9ead3; border: 1px solid #6b8e23;"></div> </div>	Asociación GDT Valle del Guadalhorce GDR Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo	-

Ficha #1

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.1.	Mejoras en la señalización de los recursos turísticos de interés
Descripción	
<p>La presente acción pretende mejorar el estado de señalización de los elementos de interés turístico en el destino del Valle del Guadalhorce, de tal modo que contribuya a la uniformidad de la imagen y la marca del mismo y facilite el conocimiento sobre la comarca. La posibilidad de contar con este tipo de apoyo informativo proporcionará una imagen más accesible e inclusiva al destino, motivará a los visitantes a explorar otros rincones del Valle, aprender sobre sus elementos destacables, historia y otras características particulares.</p> <p>La realización de la acción implicará los siguientes pasos y procesos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Identificar los elementos y recursos del Valle del Guadalhorce que presentan interés para la demanda turística y el funcionamiento de la comarca como un destino turístico único.● Agrupar los recursos en función del tipo de producto y/o entorno donde se encuentran.● Definir la estrategia de comunicación a incluir en los soportes de señalización, así como otros elementos de diseño que deban reunir en función de la categoría del producto y/o entorno a la que pertenezcan.● Consensuar la propuesta final con integrantes de la Mesa de Turismo del destino.● Realizar la instalación de la señalética mejorada en los puntos de interés.● Promocionar y difundir la existencia de dichos soportes de información turística a través de la página web, redes sociales y las oficinas de turismo presentes en el destino.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Durante la realización del diagnóstico participativo diversos actores han destacado la falta de estrategia e infraestructura apropiada para resaltar ciertos recursos existentes en el destino. Además, este tipo de facilidades difiere entre los municipios que conforman el Valle y depende en gran parte de las autoridades locales, lo cual no siempre facilita una comunicación fluida y la integridad de la imagen del destino.</p> <p>A partir del diagnóstico DAFO se pueden mencionar las siguientes necesidades:</p>	

- Abundancia de recursos patrimoniales, culturales y naturales de interés, que precisan de una gestión de señalética coordinada
- Señalización general deficiente

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio

A los que se añaden como específicos:

- Mejorar la calidad de la oferta e incrementarla
- Aumentar el atractivo de los recursos ya existentes

Actor ejecutor	Actores implicados
Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none"> ● GDR del Valle del Guadalhorce ● Diputación provincial de Málaga ● Consejerías responsables de la expedición de los permisos

Resultados previstos

- Una mayor afluencia de turistas al destino
- Una distribución eficiente y equilibrada de los flujos de visitantes en el Valle
- Una imagen integral del destino
- Mejora de la transferencia de conocimiento sobre los recursos y el patrimonio del destino

Indicadores

Indicador 1.1.1.	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de recursos turísticos con mejoras de señalización ● Variación porcentual del número de visitantes recibidos en cada recurso
------------------	--

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

El GDR del Valle del Guadalhorce no es el titular de terrenos y recursos que forman parte de la demarcación territorial del Plan, no obstante mantiene relaciones estrechas con las autoridades locales y los propietarios de terrenos donde se encuentran los recursos. La acción va a mejorar la experiencia turística, al tratarse de un medio que facilita la difusión de la información y promoción de los recursos del destino.

Ficha #2

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.2	Creación de clubes de producto/asociación entre diferentes empresas de la comarca
Descripción	
<p>El diseño de clubes de productos turísticos u otras figuras de cooperación similar consiste en la creación de paquetes de productos/experiencias y servicios ofertados por empresas locales para su posterior promoción y comercialización conjunta, ya sea en un canal único o en varios canales de forma simultánea.</p> <p>Sería oportuno desarrollar esta iniciativa mediante la creación de una plataforma de <i>marketplace</i> o espacio <i>online</i> donde se comercialicen todos los productos y servicios turísticos de la comarca tanto de forma individual, como de forma conjunta. De manera que, esta herramienta digital representaría el principal canal de comercialización del turismo en el Valle.</p> <p>Todo ello implica el desarrollo de alianzas de cooperación público-pública, privado-privada y público-privada en todo el Valle de Guadalhorce. Por tanto, se requiere que el GDR incentive la creación de asociaciones de profesionales y personas vinculadas al sector turístico y a otros sectores económicos en cada municipio del Valle o incluso, una federación compuesta por estas diferentes asociaciones locales que actúe como eje vertebrador de la acción.</p> <p>Se propone crear cuatro tipologías de clubes de producto, una para cada segmento turístico de referencia en la comarca (naturaleza, turismo activo, cultura y gastronomía) para poner en valor los recursos, productos y servicios turísticos de la zona. El diseño de los mismos estará fundamentado en la revalorización de los productos y servicios turísticos actuales o bien, la innovación mediante la creación de otros nuevos dando respuesta a oportunidades de negocio existentes.</p> <p>En particular, el objetivo es la creación de experiencias gastronómicas con un amplio enfoque que permita abarcar otros recursos de gran potencial en la comarca que se encuentran vinculados, como es el caso de la naturaleza y la cultura. Por tanto, estos clubes de producto estarán compuestos por servicios y productos que se encuentren relacionados entre sí o formen parte de la misma cadena de valor/producción. En este sentido, se distinguen tres tipos de negocios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresas de hostelería. Por ejemplo, restaurantes y bares donde degustar platos y productos típicos. - Establecimientos y recursos de carácter cultural. Por ejemplo, museos y atracciones de interés turístico donde conocer la tradición e historia local. 	

- Empresas de producción. Por ejemplo, huertas y bodegas donde aprender las diferentes formas de elaboración de los productos de la comarca.

Necesidades del destino que justifica la actuación

Esta acción permitirá dar respuesta de forma directa a la necesidad identificada en el análisis DAFO relativa a la ausencia de un canal *online de* comercialización conjunta. Además, de forma indirecta se incidirá en otras problemáticas detectadas y serviría para aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tendencias de demanda:

- Dependencia de intermediarios turísticos y destinos colindantes (Málaga capital o Costa del Sol).
- Escasa capacidad alojativa (especialmente hoteles) y de restauración.
- Ausencia de estadística turística propia.
- Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal.
- Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo.
- Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública.
- Limitado emprendimiento e importante cantidad de empresas externas (no locales) que explotan el turismo local.
- Creciente interés en el consumo de productos y servicios turísticos vinculados a los recursos del territorio: sector primario, gastronomía...
- Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística

Objetivos específicos de actuación

Esta actuación se encuentra vinculada a los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

Los objetivos específicos de esta acción son:

- Crear un canal *online de* comercialización directa de los productos y servicios turísticos del Valle.
- Incrementar la calidad de los productos turísticos existentes a partir del manual del club de producto.
- Reducir la dependencia existente con respecto a intermediarios turísticos.
- Incrementar la capacidad de acogida de turistas y visitantes.
- Dotar a la comarca de una fuente de datos turísticos.

- Consolidar la imagen de la comarca como destino.
- Mejorar el sentimiento de pertenencia al Valle en todos los territorios.
- Potenciar la colaboración y comunicación a todos los niveles.
- Fomentar el emprendimiento en el sector turístico entre la población residente.

Actor ejecutor	Actores implicados
Asociaciones empresariales	<ul style="list-style-type: none"> ● GDR del Valle del Guadalhorce ● Autoridades locales

Resultados previstos

- Acceder a un mercado turístico de nichos específicos al no depender exclusivamente de los intermediarios turísticos y tratarse de un canal de venta *online* directo de acceso abierto. Además, se incrementará la rentabilidad económica de los negocios locales potenciando este canal exento de comisiones correspondientes a los intermediarios turísticos.
- Dar respuesta a un mayor volumen de demanda (turistas y visitantes) en la zona, uniendo toda la oferta turística en un canal de comercialización conjunta, especialmente alojativa y de restauración. Lo cual promoverá un incremento de los beneficios turísticos en la comarca, además de una distribución más equitativa de los mismos, al repartir la demanda turística entre varios establecimientos.
- Obtener información estratégica de gran interés mediante el análisis exhaustivo de los datos generados por esta herramienta digital: perfil demográfico de turistas y visitantes más común, establecimientos turísticos más reservados a través de la plataforma, clubes de producto más consultados, etc. De manera que, los agentes turísticos podrán realizar mejoras o cambios correspondientes en su negocio de acuerdo a esta información, por ejemplo, diseñar estrategias enfocados a un público concreto, diversificar su oferta respondiendo a las necesidades de la demanda, aumentar la calidad de sus productos y servicios...
- Proporcionar a los grupos de interés una imagen consolidada del destino Valle del Guadalhorce al contar con un canal de venta propio y exclusivo de la comarca donde se recoge la oferta local en su totalidad. Asimismo, esta plataforma podrá servir como herramienta de promoción del destino en su conjunto dando a conocer la riqueza y el atractivo de la comarca.
- Incentivar el sentimiento de pertenencia al Valle en todos los territorios que lo componen mediante una distribución más equitativa y sostenible de los ingresos turísticos a través de esta única plataforma de comercialización. La cual pondrá en valor y comercializará de forma igualitaria todos los recursos, productos y servicios de los diferentes municipios de la comarca.
- Desarrollar alianzas entre todos los agentes dentro de cada municipio y en toda la comarca, a través de la creación de sinergias comerciales derivadas del diseño conjunto y la venta de los clubes de producto pertenecientes a varias empresas.
- Promover la creación de compañías relacionadas con el sector turístico entre la población residente frente a empresas externas en base a los recursos de mayor potencial en el territorio: gastronomía, naturaleza y cultura. De esta forma, se logrará fortalecer toda la cadena de valor del turismo y sus actividades adyacentes incrementando no sólo la generación de beneficios turísticos, sino también una mejor distribución de los mismos a nivel comarcal.

Indicadores

Indicador 1.1.2	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de clubes de producto creados ● Número de empresas adheridas a los clubes de producto ● Número de productos comercializados en el <i>marketplace</i>
<p>¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?</p>	
<p>La finalidad principal de esta acción es tanto la creación de nuevos productos y servicios turísticos que todavía no se ofertan en la comarca como mejorar aquellos ya existentes mediante la vinculación de los tres tipos de recursos potenciales en la zona (gastronomía, naturaleza y cultura). La mayoría de los productos y servicios turísticos que conformen los clubes serán de propiedad privada, la cual será encargada de la explotación turística de los mismos, o bien, se deberá contar con un acuerdo de cesión donde la propiedad permita su explotación por un tercero. No obstante, cabe señalar que la comarca cuenta con importantes recursos de gestión pública empleados con fines turísticos.</p>	

Ficha #3

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.3.	Mejoras en la señalización de acceso a los municipios de la comarca en todas las vías posibles
Descripción	
<p>Con el fin de garantizar a los visitantes la mejor accesibilidad al destino del Valle del Guadalhorce, así como facilitar el desplazamiento de los visitantes entre los distintos municipios de la comarca, se precisa de contar con infraestructuras de señalización adecuadas. Actualmente, el Valle ya cuenta con este tipo de recursos, no obstante a través de esta actuación se pretende implantar más soportes de señalización que faciliten la navegación de los turistas en vehículo propio.</p> <p>La consecución de la acción implica los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Reunión con los integrantes de la Mesa de Turismo del destino con el fin de identificar las necesidades de mejora y los sitios donde se van a implementar.● Definición con las autoridades competentes de señalización necesaria en las vías de acceso de los municipios, de la comarca y en las vías que los conectan.● Implementación de las infraestructuras correspondientes.● Promoción de las nuevas facilidades en los medios sociales y las páginas web locales y comarcales.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>A pesar de la renta de situación positiva de la que dispone el destino turístico el Valle del Guadalhorce, los actores que forman parte del territorio consideran necesario mejorar algunos elementos de apoyo a la misma, como es la señalización en las carreteras que conectan las localidades del Valle. En este sentido, se han detectado las siguientes necesidades en el diagnóstico que justifican esta actuación:</p> <ul style="list-style-type: none">● Deficiente señalización interna e insuficiente red de transportes● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo <p>Este último punto, a pesar de no guardar relación directa con la problemática de las instalaciones</p>	

de señalización en el destino, transmite la casuística del desarrollo turístico desequilibrado entre los diferentes municipios que componen el destino, destacando algunos que no llegan a recibir una mayor afluencia de turistas debido a la dificultad de encontrar o acceder al municipio o a la zona de interés turístico.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce

A los que se añaden como específicos:

- Mejorar la imagen que transmite el Valle como destino integral
- Aumentar la afluencia turística hacia el Valle
- Fomentar el desplazamiento de los turistas dentro de la comarca

Actor ejecutor	Actores implicados
Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none"> ● GDR del Valle del Guadalhorce ● Diputación provincial de Málaga ● Consejerías pertinentes

Resultados previstos

- Aumento en el número de turistas que visitan diferentes puntos del Valle
- Posicionamiento de la comarca como un destino accesible
- Una distribución equilibrada de los visitantes en el destino

Indicadores

Indicador 1.1.3.	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de señales mejoradas ● Número de señales implementadas
------------------	--

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción propuesta contribuirá directamente a la mejora de la experiencia turística en el destino del Valle del Guadalhorce, ya que garantizará una mayor accesibilidad y facilidad para los desplazamientos dentro de la comarca. Se motivará a los turistas a explorar los recursos del territorio sin riesgo de incurrir en los inconvenientes ocasionados por la falta de recursos de

señalización. Dichas infraestructuras se encuentran en las dependencias de las autoridades locales, así como de otras supramunicipales, por lo tanto se requiere tener consenso y comunicación clara entre los agentes implicados en el proceso.

Ficha #4

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.4.	Revisión y mejora de las rutas de acceso proporcionadas por asistentes de navegación
Descripción	
<p>La presente acción guarda relación directa con las acciones 1.1.1. y 1.1.3., proporcionando un valor añadido y calidad de servicio complementaria que potenciará el incremento en el número de viajes hacia el destino y dentro del mismo. Los turistas podrán planificar las rutas de manera automatizada y personalizarlas a su medida gracias a las facilidades tecnológicas que se implementen.</p> <p>Esta acción implicará los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Estudio de las rutas actuales disponibles en los asistentes de navegación y mapas.● Identificación, a través de la Mesa de Turismo, de los aspectos de mejora y/o detección de errores en la estimación de rutas óptimas y tiempos de viaje.● Formulación de la nueva propuesta de implementación de mejoras para la visualización y navegación por los itinerarios correctos.● Promoción de las mejoras implementadas a través de la web del GDR Valle del Guadalhorce y los medios sociales disponibles.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Las necesidades detectadas para esta actuación coinciden con las mencionadas para la actuación 1.1.3, relativa a las problemáticas existentes en torno a la señalización de las vías de acceso y circulación en el destino. En este sentido, se han detectado las siguientes necesidades en el diagnóstico que justifican esta actuación:</p> <ul style="list-style-type: none">● Deficiente señalización interna e insuficiente red de transportes● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo <p>Se considera que la necesidad de mejora de la señalización para una mejor accesibilidad en el destino requiere complementarse con las soluciones automatizadas en los entornos <i>online</i>, como los</p>	

mapas de navegación y planificación de rutas en diferentes medios de transporte. Resulta necesario contemplar un rango máximo de soluciones que optimicen los desplazamientos y atraigan a un mayor número de visitantes. Dado el claro enfoque del destino en el cuidado de los aspectos de la sostenibilidad, a través de estos tipos de soluciones se puede promover el uso prioritario de los transportes públicos, incorporando distintas combinaciones, horarios e incluso precios.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.

A los que se añaden como específicos:

- Mejorar la imagen que transmite el Valle como destino integral.
- Aumentar la afluencia turística hacia el Valle.
- Fomentar el desplazamiento de los turistas dentro de la comarca.
- Fomentar el uso de otros tipos de transporte aparte de los vehículos privados.
- Proporcionar información precisa sobre los recorridos y tiempos de viaje.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR del Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Asociaciones de turismo ● Empresarios ● Residentes

Resultados previstos

- Aumento en la afluencia de turistas hacia el Valle
- Una distribución equilibrada de los visitantes en el destino
- Aumento en el nivel de satisfacción de los visitantes con la accesibilidad y la información proporcionada sobre los viajes en el destino
- Posicionamiento de la comarca como un destino accesible

Indicadores

Indicador 1.1.4.

- Número de mejoras identificadas y realizadas

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

A raíz de esta acción la experiencia turística experimentaría mejoras en lo relativo a la accesibilidad y la visibilidad del destino. El ente gestor del Plan no es el propietario de territorios y recursos que quedarían afectados por el desarrollo de la presente acción, no obstante mantiene relaciones estrechas con los actores implicados en la ejecución y el desarrollo de los ítems que conforman este punto.

Ficha #5

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.5	Plan coordinado de uso turístico de los principales recursos locales
Descripción	
<p>Como lo ha demostrado el diagnóstico de la comarca, el Valle del Guadalhorce cuenta con numerosos recursos de diversa índole que ya actualmente son o tienen potencial de ser de interés turístico. Estos recursos son principalmente los relativos a la naturaleza, cultura y arqueología, así como el sector agropecuario y gastronómico, entre otros.</p> <p>Se considera que a la hora de desarrollar las acciones de potenciación de la actividad turística en el destino, se deben contemplar los posibles efectos negativos que puede provocar sobre el bienestar de los recursos, especialmente los naturales y culturales. Por tanto, previa puesta en marcha de las acciones de fomento turístico, se propone desarrollar un plan que ayude a mitigar los posibles efectos adversos de la actividad turística en la región y crear ciertas pautas y protocolos bajo los cuales se explotarán los principales recursos, en función de su tipología, antigüedad, aspectos legales aplicables, etc.</p> <p>El desarrollo de la presente acción implicará los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Limitación del uso turístico de Barranco Blanco, de las rutas verdes de Alhaurín el Grande u otros lugares donde surja tal necesidad y redistribución de los flujos turísticos.● Identificación a través de la Mesa de Turismo de otros recursos que precisen de control de la capacidad de carga y redistribución de los flujos turísticos.● Negociación y compromiso con los actores implicados en estos recursos de las medidas a realizar.● Elaboración de indicadores de medición del uso turístico de los recursos (coordinado con la Acción 1.3.2).● Comunicación en distintos medios de las limitaciones del uso de los recursos.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
A lo largo del diagnóstico se han identificado los siguientes aspectos que justifican la necesidad de	

desarrollar la presente acción:

- Saturación de afluencia de puntos de interés: Barranco Blanco y otros recursos donde pueda surgir tal condición
- Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública
- No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad
- Entorno natural característico y de calidad idóneo eventos deportivos, rutas como la del Camino Mozárabe de Santiago...
- Abundancia de recursos patrimoniales, naturales y culturales de interés: yacimientos arqueológicos, fiestas tradicionales, monumentos, etc.
- Existencia de nuevos nichos para la creación de nuevos productos turísticos: agroturismo, retiros, yoga...
- Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad

En términos resumidos, el destino del Valle del Guadalhorce presenta un entorno que resulta de interés para muchos segmentos de la demanda turística, al contar con numerosos recursos y características singulares del territorio. Por tanto, se prevé que, bajo una gestión coordinada, el destino cuente con una mayor afluencia de turistas, lo cual requiere contar con un mecanismo de gestión y protección de sus singularidades que asegure la viabilidad de su explotación de manera sostenible a largo plazo.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce

A los que se añaden como específicos:

- Distribuir los flujos de visitantes de manera uniforme en el territorio
- Fomentar las conductas responsables con el territorio y sus recursos tanto por parte de los residentes, como por parte de los turistas
- Ejercer un mayor control sobre las vías de explotación de los recursos del destino

Actor ejecutor	Actores implicados
Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none">• GDR del Valle del Guadalhorce• Consejería pertinentes

Resultados previstos

- Un uso equilibrado de los recursos del Valle
- Una mayor concienciación de los residentes y los turistas sobre la explotación correcta de los recursos
- Existencia de nuevos mecanismos propios del destino de protección y preservación de sus recursos

Indicadores

Indicador 1.1.5

- Comunicación de las limitaciones
- Número de canales y tipos de comunicación empleados

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La presente acción contribuye de manera indirecta a la mejora de la experiencia turística en el Valle del Guadalupe, de modo que al contar con ciertos mecanismos de control y gestión sobre el uso de los recursos que generan un mayor interés en el destino, mejorará la calidad de prestación de servicios, así como el disfrute de la propia experiencia. El GDR del Valle del Guadalupe no es propietario de los recursos y terrenos que se tratarán en esta acción, no obstante tiene relaciones estrechas con las autoridades a diferentes niveles y participa en los procesos de negociación y gestión de aspectos relacionados con el desarrollo turístico equilibrado y sostenible en todo el territorio del Valle.

Ficha #6

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.6.	Captación de inversiones privadas para creación de nuevos alojamientos
Descripción	
<p>Una de las necesidades más relevantes identificadas es la ampliación de la oferta alojativa en la comarca, por lo que resulta fundamental la realización de las acciones necesarias que permitan atraer todo tipo de inversiones privadas orientadas en este ámbito. Se debe tener en cuenta que, de acuerdo al contexto turístico y la oferta alojativa actual, las categorías de alojamiento especiales, tales como hoteles boutique y de tres estrellas o más, o bien, glampings se pueden considerar las más idóneas para orientar estas inversiones. Lo cual se debe al perfil del turista característico del Valle, pues en líneas generales se trata de jóvenes o adultos, de un nivel adquisitivo medio, de manera que estas formas de alojamiento podrán dar respuesta a la creciente demanda característica de la zona.</p> <p>No obstante lo anterior, previamente se llevará a cabo un estudio de las oportunidades alojativas que presentan cada uno de los municipios de la comarca con la finalidad de identificar de manera efectiva las categorías de alojamiento más idóneas según las necesidades y demanda de cada territorio.</p> <p>Para ello, será necesario:</p> <ul style="list-style-type: none">● Detección de las oportunidades que presentan los diferentes municipios en cuanto a oportunidades de negocio en el ámbito alojativo.● Identificación de los grupos de inversión más relevantes que resulten de interés en esta materia.● Difusión de las reuniones entre todas las personas que puedan estar interesadas.● Coordinación con las partes interesadas para la determinación de las fechas más idóneas.● Organización de los recursos necesarios para la realización de la reunión.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>La principal necesidad a la que responde esta acción es la relativa a la escasa capacidad alojativa (especialmente hoteles) y de restauración, ya que, estos nuevos alojamientos no solo estarán dotados de plazas alojativas, sino también más plazas de restauración dentro de la misma infraestructura. Mientras que, de forma secundaria, se puede relacionar con los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Elevado nivel de excursionistas.● Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública	

- Renta de situación comarcal muy positiva: cercanía a nodos de comunicación (tren o aeropuerto), destinos y recursos de reconocimiento (Costa del Sol o el Caminito), Parque Tecnológico de Andalucía (para atraer empresas y teletrabajadores/as), etc.
- Existencia de nuevos nichos para la creación de nuevos productos turísticos: agroturismo, retiros, yoga...
- Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad
- Asociacionismo del sector privado para garantizar la viabilidad de las diversas iniciativas que se realicen

Objetivos específicos de actuación

La acción se alinea con los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio

Específicamente, la acción persigue:

- Incrementar la oferta alojativa tanto en lo que respecta al número de establecimientos como de plazas.
- Diversificar la oferta alojativa en cuanto a segmentos turísticos.
- Mejorar la competitividad del Valle del Guadalhorce como destino turístico.
- Aumentar los ingresos generados por el sector turístico en la comarca.
- Dar respuesta a la creciente demanda de la que dispone el Valle.

Actor ejecutor	Actores implicados
Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none"> ● GDR Valle del Guadalhorce ● Empresariado ● Asociaciones de turismo

Resultados previstos

- Fomentar la conversión de los excursionistas en turistas que pernoctan en la comarca.
- Abarcar una mayor cuota de demanda turística en la zona.
- Mejorar el posicionamiento del Valle del Guadalhorce como destino turístico al solventar la deficiencia de la capacidad alojativa.
- Atraer y acoger grandes grupos de turistas característicos de touroperadores e intermediarios gracias al incremento de la capacidad de acogida en términos de plazas de alojamiento.
- Mitigar la marcada estacionalización del Valle mediante la diversificación de la oferta alojativa y en consecuencia, la demanda turística.

- Generar más ingresos turísticos en la comarca que incentiven el desarrollo de todos los territorios empleando el turismo como un motor de crecimiento.

Indicadores

Acción 1.1.6.

- Número de reuniones de captación organizadas
- Número de asistentes de las reuniones organizadas
- Número de proyectos propuestos o ejecutados gracias a estas reuniones

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción está orientada al desarrollo de nuevas experiencias mediante la creación de nuevas formas de alojamiento. Los recursos o terrenos a utilizar para la construcción de nuevos establecimientos de alojamiento serán principalmente de propiedad privada.

Ficha #7

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.7.	Fomento de inversiones en la conservación, restauración, rehabilitación y promoción del patrimonio cultural de la comarca
Descripción	
<p>La inversión en patrimonio cultural es un componente de sostenibilidad clave para los destinos turísticos, tanto para las comunidades locales como para el turismo como actividad económica. Hay que considerar los diferentes roles que este patrimonio cumple, especialmente el patrimonio material, inmaterial y arquitectónico: para la comunidad local son bienes representativos de su identidad, con los que pueden mantener una vinculación muy estrecha y mostrarse especialmente sensibles hacia cambios en los mismos; para el sector turístico son activos que además de constituir la imagen del destino, suponen productos en sí mismos, repercutiendo su estado y la experiencia en los mismos en la experiencia del destino Valle del Guadalhorce. Por tanto, cualquier intervención deberá tener en cuenta esta doble perspectiva y aproximar las sensibilidades de ambas hacia un consenso común que maximice el beneficio y minimice las externalidades menos positivas. Por tanto, será necesario:</p> <ul style="list-style-type: none">● Inventariar los recursos del patrimonio cultural con potencial turístico en la comarca (coordinado con acción 1.1.8. sobre oficios tradicionales). El Anexo al Plan supone un punto de partida. Para ello:<ul style="list-style-type: none">○ identificar aquellos bienes catalogados como parte del patrimonio histórico español por el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, susceptibles de recibir ayudas públicas.○ identificar la titularidad y gestión de los mismos: pública y escala administrativa, indicando si es local, o privada.● Promover la “Ruta Violeta” como patrimonio inmaterial y clave para la sostenibilidad y ODS. Para ello:<ul style="list-style-type: none">○ Posicionar en las diversas web públicas de la comarca.○ Búsqueda de inversores privados para su comercialización.● Identificar las vías de financiación pública disponibles para los bienes con potencial turístico de la comarca. De forma básica:<ul style="list-style-type: none">○ Comunitarias: Estrategias DUSI futuras.○ Estatales (bienes inmuebles):<ul style="list-style-type: none">■ 2% cultural (Ministerio de Cultura y MITMA).■ Ayudas de Rehabilitación de Patrimonio con uso turístico del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.○ Regionales y locales:	

- Programas de conservación y restauración del patrimonio histórico andaluz de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte.
 - Canalización de ayudas de distintos niveles a través de la Diputación de Málaga.
- Identificar las oportunidades de inversión de iniciativas turísticas privadas en los bienes inmuebles patrimoniales con potencial turístico de la comarca (coordinado con Acción 1.1.6).
- Informar a los titulares públicos y privados de bienes inmuebles del patrimonio cultural con potencial turístico de las oportunidades detectadas (financiación pública e inversión privada) (coordinado con Acción 1.4.3).

Necesidades del destino que justifica la actuación

La principal necesidad a la que responde esta acción es la diversidad en términos de desarrollo de los municipios del Valle y la abundancia de recursos patrimoniales culturales de interés. Junto a ello:

- Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo
- Abundancia de recursos patrimoniales, naturales y culturales de interés: yacimientos arqueológicos, fiestas tradicionales, monumentos, etc.
- Óptima coyuntura de financiación pública (fondos europeos, estatales...) para el desarrollo de proyectos locales, la digitalización del sector público y privado, etc.
- Escasa capacidad alojativa (especialmente hoteles) y de restauración

Objetivos específicos de actuación

La acción se alinea con los objetivos del Plan:

- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey

Específicamente, la acción persigue:

- Conservar el patrimonio cultural con potencial turístico de la comarca
- Incorporar nuevos usos turísticos en elementos patrimoniales de la comarca que diversifiquen su oferta turística

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● GDT Valle del Guadalhorce ● Ayuntamientos de la comarca ● Titulares privados de bienes patrimoniales culturales

Resultados previstos

- Una mayor oferta turística basada en los activos culturales de la comarca
- La recuperación, valorización y preservación de bienes patrimoniales culturales
- Una mayor atracción de financiación tanto pública como privada a los municipios de la comarca

Indicadores

Acción 1.1.7.

- Número de bienes culturales inventariados
- Número de vías de financiación pública identificadas
- Número de bienes inmuebles patrimoniales con potencial de recibir inversión para iniciativas turísticas privadas
- Número de sesiones informativas realizadas
- Número de empresas comercializadoras de la “Ruta Violeta”

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción está orientada a mejorar el desarrollo de experiencias turísticas en la comarca a través de la mejora de los recursos patrimoniales culturales de la misma. Dada la diversidad de titulares que estos recursos presentan, en la acción se prevé la distinción entre bienes de titularidad pública (indicando su escala y si es local) o privada.

Ficha #8

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.1.	Potenciación de los recursos locales de interés turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.1.8.	Recuperación de los oficios tradicionales de la comarca
Descripción	
<p>El Valle del Guadalhorce, al igual que cualquier región o comarca, cuenta con un extenso patrimonio cultural que también incluye la tradición de los diferentes oficios arraigados en la zona. Los oficios tradicionales destacables de la comarca son: extracción y labrado de piedra (canteros y picapedreros), cerámica, fabricación de esparto, labrado de objetos de cuero. Algunos de estos oficios han perdido su presencia en la sociedad actual, ya sea por la evolución de otros tipos de profesiones e industrias, o por el éxodo rural que han podido sufrir algunos lugares a lo largo de las últimas décadas. Se considera que la recuperación de los oficios tradicionales y su puesta en valor en la sociedad local y ante los turistas, contribuirá al posicionamiento del Valle como un destino con alto valor cultural que respeta la tradición y la desarrolla en la actualidad. Además, dado que la demanda turística actual busca experiencias basadas en la autenticidad y singularidad, supondrá un gran atractivo para este segmento de los visitantes.</p> <p>El desarrollo de esta acción implicará:</p> <ul style="list-style-type: none">- Consenso a través de la Mesa de Turismo sobre los tipos de oficios tradicionales que deseen potenciar.- Identificación de los recursos e infraestructuras necesarias para restablecer las actividades tradicionales.- Identificación de los grupos de personas que tengan conocimiento suficiente para implantar la actividad y enfocarla en el desarrollo turístico.- Elaboración de un plan consensuado de explotación turística de estas actividades.- Organización de actividades de difusión de la iniciativa entre los residentes y los turistas	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>A lo largo del diagnóstico realizado se han detectado las siguientes necesidades en el diagnóstico que justifican esta actuación:</p> <ul style="list-style-type: none">● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad● Claro enfoque de desarrollo territorial contenido respetando la “esencia de pueblo” de los municipios● Población residente hospitalaria con visitantes y turistas garantizando su integración y	

convivencia

- Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística
- Revalorización de los productos locales de cercanía como estrategia de sostenibilidad
- Diversificación de la economía

Además, cabe destacar el fenómeno del éxodo rural y la importancia del fomento del relevo generacional y la retención de talento en las actividades tradicionales de los territorios que forman parte de la comarca. Fomentando el desarrollo y asegurando la supervivencia de algunas profesiones tradicionales, se pueden conseguir importantes ventajas en la estructura social y económica de la comarca.

Objetivos específicos de actuación

La acción se alinea con los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce

Específicamente, la acción persigue:

- Garantizar la diversificación y la prosperidad económica del Valle
- Retener el talento
- Promover un turismo sostenible basado en el conocimiento de la tradición y la cultura
- Creación de un ciclo económico que se beneficia del turismo y los destina a la mejora del bienestar de las localidades del Valle

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none">● Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none">● GDR del Valle del Guadalhorce● Empresarios● Asociaciones de turismo● Población residente

Resultados previstos

- Una mayor afluencia de turistas hacia el Valle
- Involucración de los turistas en las actividades tradicionales de la zona
- Un mayor conocimiento sobre la tradición y la cultura del destino
- Potenciación económica de la comarca
- Prevención del éxodo rural
- Retención del talento

Indicadores

Acción 1.1.8

- Número de reuniones celebradas con los representantes de los oficios tradicionales
- Número de productos creados a partir de la acción

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción está directamente relacionada con la mejora de la calidad y de las experiencias turísticas en la comarca a través de la diversificación de la oferta y de puesta en valor de las actividades y productos singulares de la cultura y tradición local. El ente gestor del Plan no es propietario de recursos y terrenos donde se desarrollen las actividades resultantes de la acción, sin embargo mantiene contacto directo con los agentes responsables de ellos. De este modo se garantiza una gestión basada en la participación de diversas partes interesadas y, por consiguiente, esta gestión ofrecerá un diseño de actividades y experiencias óptimo.

Ficha #9

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.2.	Refuerzo de la promoción turística de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.2.1.	Creación marca paraguas de ámbito turístico que abarque la diversidad de toda la comarca
Descripción	
<p>Actualmente el destino turístico Valle del Guadalhorce cuenta con diferentes marcas creadas para distintos segmentos productivos o tipos de actividades que se relacionan con el desarrollo de la actividad turística en el territorio. A pesar de ello, las marcas existentes persiguen fines distintos y no se han consolidado en el ámbito de la promoción del destino.</p> <p>Por tanto, se ofrece mejorar este aspecto, mediante la implementación de una marca que englobe diferentes subsectores de turismo y los promocióne de manera equilibrada.</p> <p>El desarrollo de esta acción implica los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Consenso a través de la Mesa de Turismo de los elementos y valores que transmita la marca.● Estudio de las posibilidades de nuevos diseños acordes a los contenidos que respalden la marca.● Elaboración del documento del plan e interpretación de la marca que explique detalladamente el significado de los elementos que incorpora la marca y los valores que reúne.● Aplicación de la nueva versión de la marca turística del destino en los sitios de interés turístico del Valle y en las campañas publicitarias que se realicen● Promoción de la marca a través de campañas públicas, eventos turísticos, así como en las páginas web y redes sociales: del ente gestor del Plan, otros agentes públicos, empresas privadas.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>En base al diagnóstico realizado se pueden mencionar los siguientes aspectos que generan la necesidad de actualizar la marca asociada al destino:</p> <ul style="list-style-type: none">● Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad	

- Creciente interés en el consumo de productos y servicios turísticos vinculados a los recursos del territorio: sector primario, gastronomía...
- Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística

En resumen, esta acción da respuesta a las necesidades relacionadas con la escasa identificación del territorio como un destino turístico integral, la falta de información y visibilidad del Valle como una región con un destacable potencial turístico. Además permitirá satisfacer las necesidades de la demanda turística actual y cumplir con sus expectativas.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

A los que se añaden como específicos:

- Establecer una imagen integral del Valle del Guadalhorce como destino turístico.
- Aumentar la afluencia turística hacia el Valle.
- Aumentar la atractividad de la imagen del destino.
- Alcanzar un mayor número de segmentos de turistas.
- Poner en valor los recursos y productos del Valle, así como la singularidad de los mismos.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR del Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Asociaciones de turismo ● Empresarios ● Residentes

Resultados previstos

- Una mejora en el posicionamiento del Valle como destino turístico.
- Un mayor conocimiento de la marca y, en consecuencia, del destino.
- Una mayor afluencia de turistas.
- Un mayor aprovechamiento de los recursos turísticos de la comarca.

Indicadores

Indicador 1.2.1.

- Fecha creación de la marca
- Fecha presentación de la marca
- Manual de identidad corporativa

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción está dirigida a una mejor gestión y promoción de la imagen del destino y fomenta un conocimiento más amplio sobre las singularidades del Valle. Lo cual, de manera indirecta contribuye a la mejora de la experiencia turística antes, durante y después de la visita del destino. El ente gestor del Plan es el que ha gestionado las marcas asociadas al turismo hasta el momento actual, por lo cual será el responsable y el propietario de la nueva adaptación que se realice, contando en todo caso con la colaboración de otros actores mencionados.

Ficha #10

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.2.	Refuerzo de la promoción turística de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.2.2.	Creación de un plan de promoción turística
Descripción	
<p>Esta acción constituye el siguiente paso en la cadena de la estrategia de refuerzo de promoción turística de la comarca. En este sentido, una vez establecida y mejorada la marca global de promoción del destino del Valle, se debe abordar una serie de trabajos dirigidos a la implementación y posicionamiento de esta marca en las actuaciones reales enfocadas en la publicidad y el posicionamiento del destino.</p> <p>Esto implica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definición a través de la Mesa de Turismo de los principales hitos y elementos a incluir en las actividades promocionales. ● Definición de los principales mercados y objetivos clave que se pretenda alcanzar. ● Creación de un plan y un calendario de campañas publicitarias: conjuntas y/o por sector (gastronomía, turismo activo, de naturaleza, arqueología...), así como los indicadores para la medición de su rendimiento. ● Diseño e implementación de un plan de contenidos digitales y campañas en medios. ● Organización y asistencia a los eventos y ferias promocionales del ámbito turístico en general y a los eventos específicos por sector. Por ejemplo, en el sector de turismo activo se proponen las siguientes ferias: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Especializada nacional</i>: Tierra Adentro (octubre) o SporTur (noviembre) - <i>Especializada internacional</i>: The Cycle Show (ciclismo, abril) - Icare Expo (vuelo, septiembre) ● Organización de <i>fam trips</i> para diferentes agentes de promoción y comercialización turística: turoperadores y agencias de viajes en general y los especializados (como Naturetrek en segmento de naturaleza, deporte, gastronomía, etc.), <i>influencers</i>, <i>bloggers</i>. ● Creación de materiales promocionales homogéneos de soporte (tarjetas, mapas, folletos) del Valle que reúnan los principales recursos turísticos del destino y se segmenten por tipo de turismo. 	

- Distribución del material promocional en las empresas y organizaciones colaboradores dentro y fuera de la comarca, por ejemplo, alojamientos turísticos del Valle del Guadalhorce, alojamientos turísticos de la Costa del Sol y de Málaga capital, Caminito del Rey, entre otros.
- Evaluación y rendimiento del plan de promoción turística. Mediciones KPI's: alcance, conversión e interacción.

Necesidades del destino que justifica la actuación

Las necesidades detectadas para esta acción a raíz del diagnóstico coinciden con las correspondientes a la acción 1.2.1, debido a la naturaleza similar de las mismas:

- Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal
- Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo
- No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad
- Creciente interés en el consumo de productos y servicios turísticos vinculados a los recursos del territorio: sector primario, gastronomía...
- Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística

Además, la necesidad de desarrollar esta acción procede directamente de la acción anterior, al resultar altamente relevante no solo implementar la marca, sino también contar con una serie de actividades y actuaciones que promuevan dicha marca y la consoliden en el mercado.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

A los que se añaden como específicos:

- Establecer una imagen integral del Valle del Guadalhorce como destino turístico.
- Aumentar la afluencia turística hacia el Valle.
- Aumentar la atractividad de la imagen del destino.
- Segmentar eficientemente la demanda.
- Poner en valor los recursos y productos del Valle, así como la singularidad de los mismos.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR del Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Turismo y Planificación Costa del Sol ● Turismo Andaluz ● Otras administraciones del ámbito turístico ● Asociaciones de turismo ● Empresarios de la comarca ● Empresarios del resto de la provincia ● Residentes
Resultados previstos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Una planificación clara y estructurada de la actividad promocional sobre el destino ● Aumento en el número de inversores en la actividad turística de la comarca ● Aumento en el número de turistas por segmentos definidos ● Posicionamiento del destino como un espacio único para la práctica del turismo ● Un mayor conocimiento sobre el destino en los mercados emisores ● Fortalecimiento de las relaciones entre las distintas organizaciones dentro y fuera del Valle 	
Indicadores	
Indicador 1.2.2.	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentación del plan de comunicación y promoción en medios digitales y convencionales. ● Número de acciones de comunicación y promoción realizadas. ● Número de folletos distribuidos. ● Número de zonas de distribución de folletos promocionales alcanzadas (aeropuerto, hoteles en la Costa del Sol, oficinas de turismo...). ● Calendario de acciones de comunicación y promoción propuestas.
¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?	
<p>La acción está dirigida a una mejor gestión y promoción de la imagen del destino y fomenta un conocimiento más amplio sobre las singularidades del Valle. Lo cual, de manera indirecta contribuye a la mejora de la experiencia turística antes, durante y después de la visita del destino. El ente gestor del Plan es el que ha gestionado las marcas y las actividades promocionales asociadas al turismo hasta el momento actual, por lo cual será el responsable y el propietario de la nueva adaptación que se realice, contando en todo caso con la colaboración de otros actores mencionados.</p>	

Ficha #11

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.2.	Refuerzo de la promoción turística de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.2.3.	Campañas en publicidad exterior
Descripción	
<p>La publicidad física constituye otro elemento de apoyo a la actividad publicitaria y promocional que se desarrolle como resultado de este Plan. La disposición de los materiales de esta índole, debidamente segmentados y organizados, asegura un mayor alcance a la hora de captar la atención de los turistas.</p> <p>El desarrollo de esta acción implicará los siguientes procedimientos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Consenso a través de la Mesa de Turismo sobre el tipo de material a desarrollar, el contenido a incluir, el diseño, los lugares y las fechas de interés en función de las necesidades detectadas.● Negociación con los agentes gestores responsables de los lugares donde se pretendan incorporar los materiales definidos.● Elaboración de un plan que recoja los pasos para la implementación de esta acción, así como el diseño de indicadores de medición de rendimiento.● Diseño y posterior instalación del material diseñado.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Algunas de las necesidades detectadas a lo largo del diagnóstico son:</p> <ul style="list-style-type: none">● Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño <p>Además, de manera específica, la necesidad de desarrollar esta acción surge de otras acciones relativas al refuerzo de la promoción del destino, pues cualquier campaña o evento promocional que se pretenda realizar debe contar con el apoyo de materiales físicos para poder proporcionar un enfoque integral a la acción.</p>	

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

A los que se añaden como específicos:

- Incentivar el interés de los turistas hacia el Valle.
- Disponer de un mecanismo de apoyo a la información y atención al visitante.
- Aumentar la atracción de la imagen del destino.
- Poner en valor los recursos y productos del Valle, así como la singularidad de los mismos.

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none">● GDR del Valle del Guadalhorce (diseño y planificación)● Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none">● Turismo y Planificación Costa del Sol● Turismo Andaluz● Otras administraciones desde el ámbito turístico● Responsables de gestión de los lugares de instalación de estos materiales● Empresarios

Resultados previstos

- Desarrollo de campañas de promoción con el mayor número de elementos de apoyo
- Mejora de la comunicación con los turistas
- Mejora del conocimiento sobre el Valle
- Posicionamiento del Valle como un destino único

Indicadores

Indicador 1.2.3.	<ul style="list-style-type: none">● Número de campañas publicitarias realizadas en el exterior.● Número de soportes exteriores de publicidad empleados (marquesinas, trenes, vallas exteriores...).
------------------	--

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción mejora la experiencia turística en lo relativo a la calidad de atención a las personas y la información que reciben que repercute directamente sobre la experiencia a lo largo de su estancia en el destino y la imagen que se genera del mismo. El ente gestor del Plan no es el propietario de los terrenos o espacios en los que se desarrolle la acción, no obstante será el encargado de llevar a cabo las negociaciones correspondientes para el aprovechamiento de los mismos.

Ficha #12

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.2.	Refuerzo de la promoción turística de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.2.4.	Incremento de servicios en las oficinas de turismo
Descripción	
<p>Las oficinas de turismo constituyen uno de los aspectos clave a la hora de retener a los turistas en el destino y motivarlos a continuar visitando los espacios que conforman el Valle. Todos los municipios del Valle del Guadalhorce cuentan o bien con las oficinas turísticas establecidas como tal, o bien con un área designada dentro de las instalaciones propias de los ayuntamientos. Algunas oficinas cuentan con soportes digitales que facilitan la interacción con los visitantes dentro y fuera del horario de atención y resultan una herramienta muy eficiente que asegura una comunicación constante con el turista y da respuesta a sus necesidades en cualquier momento.</p> <p>Teniendo en cuenta las diferencias entre los municipios que forman parte del Valle y las capacidades propias de cada territorio, mediante esta acción se propone asegurar la atención íntegra al turista en todo momento, ya sea por vía presencial o digital. Por tanto, esta acción implicará:</p> <ul style="list-style-type: none">● Identificación a través de la Mesa de Turismo de los aspectos a mejorar, adaptar o fortalecer en el funcionamiento de los puntos de atención al visitante.● Acuerdo mutuo de los horarios de apertura de las oficinas de información turística.● Identificación de las alternativas del servicio de información al turista aparte de las oficinas o puntos de información con asistencia personal (<i>stands</i> informativos con el material promocional y otro de utilidad para la estancia en el Valle, paneles digitales interactivos de información turística...).● Una mayor digitalización de los puntos de información, oficinas u otras alternativas identificadas.● Sistematización y homogeneización de la información promocional sobre el Valle en cada oficina de manera que se promueva el destino de manera igual ya sea en un punto de información local o comarcal.<ul style="list-style-type: none">- Creación de un espacio físico en cada oficina de información turística que exponga la información promocional homogeneizada sobre el Valle.	

Necesidades del destino que justifica la actuación

Algunas de las necesidades detectadas en el diagnóstico realizado que guardan relación con el desarrollo de la presente acción son:

- Elevado nivel de excursionistas
- Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo
- Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública
- Horario apertura establecimientos de servicio al turista no apropiados

Se considera por tanto, que a través que la ampliación de los servicios de las oficinas y puntos de información mencionados ayudarán a fomentar el sentimiento de pertenencia al Valle entre todos los integrantes del Plan, se motivará a los visitantes a alargar su estancia y/o repetirla. Esta acción también permitirá coordinar el trabajo entre los diferentes agentes involucrados.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

A los que se añaden como específicos:

- Incentivar el interés de los turistas hacia el Valle.
- Proporcionar un servicio de información y atención al visitante más completo.
- Garantizar relaciones de interacción con los turistas del Valle.
- Poner en valor los recursos y productos del Valle, así como la singularidad de los mismos.
- Generar un ambiente colaborativo y trabajo sincronizado entre los municipios del Valle.

Actor ejecutor	Actores implicados
Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none">• GDR del Valle del Guadalhorce• Empresas de la comarca• Empresas del resto de la provincia

Resultados previstos

- Oficinas de información al turista modernizados
- Una mayor digitalización de las infraestructuras de atención a los turistas
- Una mayor afluencia de los turistas hacia el Valle
- Aumento de satisfacción de los turistas
- Un mayor conocimiento sobre los recursos y productos del destino y, en consecuencia, un mayor aprovechamiento de los mismos
- Un nuevo espacio físico en cada oficina de turismo con la nueva información promocional homogénea de cada municipio del Valle

Indicadores

Indicador 1.2.4.	<ul style="list-style-type: none"> ● Variación en las horas dedicadas a la atención al público ● Existencia de atención digital ● Número de oferta de actividades del Valle del Guadalhorce ● Cambios realizados en el Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) de las oficinas de turismo ● Número de mejoras realizadas
------------------	---

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción mejorará la experiencia turística a lo largo de su estancia en el destino del Valle del Guadalhorce, potenciando el conocimiento sobre la comarca e incentivando el consumo y la explotación turística sostenible en sus territorios. El ente gestor del presente Plan es titular de algunas de las infraestructuras mencionadas, como los puntos de información propios del Grupo de Desarrollo Rural. Además, mantiene relaciones estrechas con los ayuntamientos que forman parte de la comarca y, en consecuencia, con sus áreas y oficinas de turismo, contando con acuerdos para gestionar y asesorarse mutuamente en cuestiones de turismo.

Ficha #13

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.2.	Creación de un plan de promoción turística de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.2.5	Creación o integración de un marketplace que comercialice de forma conjunta, en clubes de producto, los productos y servicios ofertados en la comarca
Descripción	
<p>Esta acción debe coordinarse con las acciones 1.1.2 - 1.3.1 - 1.3.2 - 2.2.1 - 1.5.1 - 1.5.2 - 1.5.3 - 1.5.4.</p> <p>Un <i>marketplace</i> turístico es una plataforma online que pone en comunicación a comercializadores de servicios turísticos y a compradores. Una de las claves del éxito de un club de producto y las experiencias que lo componen es disponer de este canal de venta. En la comarca existe experiencia en la implantación de <i>marketplaces</i> a través de Goveo, en Cártama, gestionada por el Área de Comercio de su ayuntamiento y limitada al comercio minorista. Así, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear un inventario de servicios turísticos comarcal a través de un <i>marketplace</i>, coordinado con la Mesa de Turismo (1.3.1) y el Club de Producto (1.1.2) ● Crear un <i>marketplace</i> conjunto para los servicios turísticos de la comarca, utilizando Goveo y ampliando la cobertura del mismo a la comarca. ● Crear una comisión de gestión de la plataforma integrada por un técnico de cada ayuntamiento para actualizar los servicios turísticos de sus municipios en Goveo. 	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<ul style="list-style-type: none"> ● Carencia de un canal de comercialización conjunto (clubes de producto) y promoción online directo ● Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública ● Limitado emprendimiento e importante cantidad de empresas externas (no locales) que explotan el turismo local ● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad ● Sintonía positiva entre los distintos municipios para desarrollo turístico ● Óptima coyuntura de financiación pública (fondos europeos, estatales...) para el desarrollo de proyectos locales, la digitalización del sector público y privado, etc. 	

Objetivos específicos de actuación

La acción se alinea con los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio

Específicamente, la acción persigue:

- Dotar de un canal de comercialización propio a la comarca
- Complementar la infraestructura digital del club de producto propuesto

Actor ejecutor

Asociaciones de turismo

Actores implicados

- GDR del Valle del Guadalhorce
- Empresarios
- Autoridades locales

Resultados previstos

- Una plataforma *marketplace* que comercialice las actividades turísticas de la comarca
- Una menor dependencia de empresas externas para comercializar el turismo
- Aumentar la presencia online de empresas que por su dimensión no puedan destinar recursos a ello por sí mismas

Indicadores

Indicador 1.2.5

- Fecha de puesta en marcha

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción pretende mejorar el desarrollo de las experiencias turísticas permitiendo su comercialización *online*. Cada experiencia o servicio a comercializar es gestionado por su titular.

Ficha #14

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.3.	Gobernanza inteligente y participativa
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.3.1	Creación de una Mesa comarcal del Turismo entre todo tipo de agentes turísticos
Descripción	
<p>La realización de estas actuaciones resulta primordial para generar un entorno óptimo de desarrollo de la actividad turística de forma sostenible y consensuada a nivel general de toda la comarca. Se propondrá el nombramiento de un representante por cada actividad o ámbito turístico.</p> <p>Para ello, se requerirá:</p> <ul style="list-style-type: none">● Creación de un mapa de actores del sistema turístico de la comarca que identifique a los grupos de interés implicados.● Planificación y organización de las mesas en cuanto a fechas, recursos y espacios necesarios.● Recopilar previamente los puntos del día a tratar en la reunión de acuerdo a lo solicitado por todas las partes y envío previo de los mismos a los participantes en la mesa.● Coordinación de la reunión según los puntos preestablecidos.● Elaboración de un acta de la reunión que recopile los asuntos tratados durante la misma tras su finalización.● Envío del acta y listado de contactos de los participantes.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Esta acción contempla los siguientes aspectos identificados en el análisis DAFO:</p> <ul style="list-style-type: none">● Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública.● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad.● Necesidad de asociacionismo del sector privado para garantizar la viabilidad de las diversas iniciativas que se lleven a cabo.● Sintonía positiva entre los distintos municipios para el desarrollo turístico.● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo. <p>Además, se puede establecer una vinculación indirecta con otros aspectos, ya que, estas reuniones</p>	

permitirán identificar problemáticas o mejoras posibles y realizar las acciones correspondientes en consecuencia: debatir la dependencia de intermediarios turísticos y destinos colindantes y consensuar posibles soluciones, coordinar los grupos de visitantes y turistas que acudan al valle para afrontar esta elevada demanda turística uniendo la escasa capacidad alojativa y de restauración presente individualmente en cada municipio; contrarrestar la ausencia de estadística turística compartiendo los datos internos de cada integrante del sector, etc.

Objetivos específicos de actuación

Los objetivos generales del Plan que persigue esta acción son:

- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

Los objetivos específicos de esta acción son:

- Mejorar la gobernanza de la comarca en general, y de cada uno de sus municipios en particular a través del consenso, la comunicación activa y la participación de todos los integrantes del turismo.
- Garantizar una comunicación y participación activa a todos los niveles entre las partes involucradas en el sector turístico del Valle.
- Identificar problemáticas en los diferentes ámbitos del turismo comarcal, además de posibles líneas de mejora.
- Consensuar líneas de actuación que contemplen los intereses de la totalidad de los agentes turísticos.
- Coordinar el trabajo y tarea de cada participante para lograr los objetivos comunes establecidos.
- Compartir opiniones, datos e información estratégica acorde al cumplimiento de las metas comunes.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce Asociaciones de turismo	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Empresariado ● Residentes ● Otras administraciones de competencia turística

Resultados previstos

- Poner en marcha de forma conjunta un enfoque común de desarrollo turístico de la comarca. El cual será diseñado de forma consensuada en estas reuniones tanto comarcales como municipales, además, el enfoque del Valle del Guadalhorce debe ser acorde al individual de los

diferentes municipios de la comarca, es decir, debe abarcar los intereses de todas las partes involucradas.

- Garantizar una gobernanza participativa que permita el desarrollo equitativo de todos los territorios de la comarca a través de la actividad turística. Al realizar mesas de turismo comarcales e individuales de cada municipio, se podrá contar con diferentes puntos de vista e intereses de todas las partes interesadas para el correcto desarrollo del turismo en el territorio, además de definir las tareas y participación de cada integrante para lograr los objetivos definidos.
- Lograr una comunicación bidireccional constante entre los participantes de la industria turística. De esta forma se obtendrá un entorno de consenso y proactividad que hará posible la realización de acuerdos o consensos que faciliten el correcto desarrollo del turismo en el Valle del Guadalhorce.
- Obtener una visión global y específica del turismo tanto en la comarca como en los diferentes municipios. Compartir datos internos de cada uno de los participantes permitirá obtener información estratégica a tener en cuenta por todas las partes implicadas y además, se contará con una visión global más detallada al poder contrastar todos los datos proporcionados por cada agente turístico y en consecuencia, diseñar mejores estrategias y acciones turísticas. Asimismo, estos datos permitirán detectar aspectos específicos como problemáticas particulares de determinados municipios o bien, mejoras a desarrollar en prácticamente la totalidad de los territorios, pues todos ellos comparten la misma situación en un determinado ámbito.

Indicadores

Indicador 1.3.1

- Fecha de constitución de la mesa comarcal de turismo.
- Número de integrantes en la mesa comarcal
- Número de reuniones/asambleas celebradas por la mesa
- Número de acuerdos alcanzados

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción está enfocada a la mejora de experiencias turísticas de forma indirecta al existir comunicación y consenso entre los integrantes del turismo local, se logran mejoras en la experiencia turística o en la creación de nuevos productos y servicios a ofertar.

La propiedad de los espacios donde se desarrollarán estas acciones pueden ser propias del GDR o bien, acordar con los gobiernos locales la cesión de uso de alguno de sus espacios para los días en los que tenga lugar la Mesa de Turismo.

Ficha #15

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.3.	Gobernanza inteligente y participativa
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.3.2	Creación de un mapa de datos turísticos y de un sistema integrado de gestión y monitoreo de la comarca como destino
Descripción	
<p>La disposición y la gestión eficiente de los datos constituyen uno de los factores más importantes a la hora de definir las políticas y estrategias de gestión de destino. Al mismo tiempo, la interpretación correcta del dato asegura una toma de decisiones inteligente, realización de las previsiones sobre la actividad turística en el destino, entre otros.</p> <p>La ejecución óptima de esta actuación implica:</p> <ul style="list-style-type: none">● Identificación de las fuentes de información a diferentes escalas, necesarias para realizar una recopilación e interpretación de datos completa.● Comunicación con los gestores responsables de las fuentes para realizar los acuerdos oportunos.● Definición de los protocolos de recopilación de información para su posterior procesamiento por tipo de organismo que lo realice.● Definición del mecanismo de procesamiento y análisis de la información recopilada.● Identificación de los canales de intercambio de la información recopilada y de los datos procesados entre los agentes del sector.● Creación de los soportes de visualización de datos para compartirlos con todos los agentes del destino y almacenarlos debidamente.● Realización y presentación de informes en base a los datos interpretados. <p>Esta acción debe coordinarse con las acciones 1.2.5 (marketplace), 1.3.1 (Mesa de Turismo), 2.1.1 (aplicación de información turística), 2.2.2 (posicionamiento web) y 2.2.3 (mejora de redes sociales), para integrar sus datos en el sistema.</p> <p>El proceso para definir la arquitectura de datos es iterativo y circular, siguiendo el siguiente esquema:</p> <ul style="list-style-type: none">● Revisión de los objetivos y estrategias del destino● Contabilizar qué fuentes están actualmente disponibles	

- Evaluar los medios de almacenamiento de datos disponibles
- Procesar los datos para obtener información
- Difundir la información con los actores del destino
- Integrar las mejoras que los actores propongan

Para integrar a los actores del destino en la definición de la arquitectura de datos se puede seguir la siguiente [plantilla](#).

La creación del sistema requiere, a partir de la arquitectura definida anteriormente:

- Desarrollar herramientas de minería de datos
- Normalizar los datos
- Organizar los conjuntos de datos de acuerdo a un sistema de identificación
- Procesar los datos con técnicas de análisis (ciencia de datos)
- Visualizar la información resultante

Las soluciones habituales para la visualización de resultados son Microsoft Power BI (comercial) y Apache Superset (libre).

Necesidades del destino que justifica la actuación

A lo largo del diagnóstico se han identificado algunas necesidades que se deben considerar:

- Baja formación turística especializada y avanzada en el tejido empresarial del sector y los adyacentes
- Ausencia de estadística turística propia

Se considera que el primer aspecto puede mejorar, al disponer de datos suficientes que desencadenan a su vez la generación del conocimiento turístico que será compartido entre todos los agentes implicados en el turismo del Valle del Guadalhorce. En cuanto al segundo ítem, a pesar de que algunos de los municipios del Valle recopilan la información estadística de cierta índole e incluso interpretan los datos obtenidos, el destino en general carece de un procedimiento homogeneizado que ayude a comprender mejor el estado de situación del destino en su conjunto.

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

A los que se añaden como específicos:

- Mejorar el conocimiento de los agentes turísticos sobre su destino
- Obtener una visión global sobre la actividad turística
- Segmentar con una mayor precisión a los públicos objetivos

<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar una toma de decisiones inteligente 	
Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none"> ● GDR del Valle del Guadalhorce ● Asociaciones de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Autoridades supramunicipales ● Empresarios
Resultados previstos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Consideración del Valle del Guadalhorce como destino turístico inteligente ● Un mayor conocimiento sobre la actividad turística en el destino ● Un mayor conocimiento del perfil y de las necesidades de la demanda ● Relaciones colaborativas entre los agentes a diferentes niveles 	
Indicadores	
Indicador 1.3.2.	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de fuentes identificadas ● Informes elaborados
¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?	
<p>La acción está enfocada mayormente en la mejora de gestión del destino y en la potenciación del conocimiento sobre el estado de la actividad turística en la comarca. De manera indirecta, la consecución de estos objetivos mejorará también la experiencia turística en el destino, ya que los agentes gestores del mismo adaptarán sus decisiones en función de los datos obtenidos.</p>	

Ficha #16

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.3.	Gobernanza inteligente y participativa
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.3.3	Coordinación entre los agentes turísticos en la apertura al público de los establecimientos y recursos
Descripción	
<p>Se ha comprobado que la creciente demanda turística en el territorio, especialmente aquella procedente de recursos o destinos de gran reconocimiento, requiere unos servicios acordes que den respuesta a sus necesidades en las fechas y horarios oportunos.</p> <p>Para ello se requiere una activa colaboración, participación y comunicación entre los diferentes agentes de la industria con el objetivo de garantizar que los visitantes y turistas que se encuentren en el territorio dispongan de unos productos y servicios mínimos durante su experiencia turística, obteniendo así el máximo rendimiento de la actividad turística y sus correspondientes ingresos.</p> <p>Por tanto, la correcta ejecución de esta acción requiere:</p> <ul style="list-style-type: none">● Incentivar la comunicación entre agentes turísticos mediante encuentros o eventos, como la Mesa del Turismo.● Promover el consenso y coordinar los días y horarios de apertura entre los integrantes para lograr los servicios mínimos todos los días del año con un amplio horario.● Poner en valor el potencial de explotación de la actividad turística en su totalidad.● Realizar acuerdos con los organismos públicos gestores de recursos turísticos para su apertura en colaboración con el gobierno local.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>La siguiente acción se corresponde principalmente con los aspectos identificados en el DAFO correspondientes a una limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública y horarios de apertura establecimientos de servicio al turista no apropiados, además de los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad.● Renta de situación comarcal muy positiva: cercanía a nodos de comunicación (tren o	

aeropuerto), destinos y recursos de reconocimiento (Costa del Sol o el Caminito), Parque Tecnológico de Andalucía (para atraer empresas y teletrabajadores/as), etc.

- Abundancia de recursos patrimoniales, naturales y culturales de interés: yacimientos arqueológicos, fiestas tradicionales, monumentos, etc.
- Asociacionismo del sector privado para garantizar la viabilidad de las diversas iniciativas que se lleven a cabo.

Objetivos específicos de actuación

Según los objetivos del Plan, esta acción se corresponde con:

- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.

Mientras que, los objetivos específicos de la misma son:

- Proveer a los turistas y visitantes de unos servicios y productos mínimos ofertados todos los días del año y en amplios horarios de apertura.
- Garantizar una comunicación y colaboración activa a todos los niveles de la industria turística.
- Lograr el diseño consensuado de una estrategia conjunta de explotación del turismo.
- Dar respuesta a la creciente demanda de la comarca tanto a la demanda propia como a aquella procedente de recursos o destinos de gran potencial turístico.
- Fomentar la distribución equitativa de los beneficios turísticos entre los participantes del sector.

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none">● GDR Valle del Guadalhorce● Asociaciones de turismo● Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none">● Empresariado

Resultados previstos

- Diseñar y aplicar una estrategia turística conjunta que sea viable a largo plazo gracias a la activa comunicación y colaboración de todos los participantes del sector turístico.
- Satisfacer las necesidades de la creciente demanda de turistas y visitantes en cuanto a productos, servicios y recursos turísticos mediante la apertura de los mismos en los días y horarios oportunos.
- Obtener el máximo rendimiento económico de la actividad turística en la comarca por parte de todos los integrantes de la industria al dar respuesta a la demanda creciente.

- Desarrollar de forma igualitaria los diferentes territorios de la comarca y garantizar una distribución equitativa de los ingresos turísticos entre los integrantes de la industria a través de una explotación turística coordinada.

Indicadores

Indicador 1.3.3

- Número de reuniones llevadas a cabo para la mencionada coordinación
- Calendario con horarios de apertura

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Se encuentra enfocada a la mejora de la experiencia tanto de visitantes como de turistas al garantizar la disponibilidad de unos servicios y productos mínimos durante su experiencia turística para adquirir o consumir, lo cual incidirá en gran medida en su satisfacción con respecto a la misma.

El titular de los recursos necesarios para hacer posible esta acción puede ser tanto del sector público (iglesias, oficinas de turismo, museos, etc.) como del sector privado (bares, restaurantes...), por lo que en cada caso el GDR deberá acordar la apertura de los mismos en base a las necesidades de la demanda.

Ficha #17

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.3.	Gobernanza inteligente y participativa
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.3.4.	Diseño de un programa comarcal/municipal de fiestas/eventos organizados en la comarca
Descripción	
<p>Resulta fundamental el diseño de un programa que recoja todas las fiestas locales organizadas en los diferentes municipios del Valle, así como organizar eventos conjuntos desde el GDR que favorezcan el conocimiento de los recursos comarcales, la comunicación entre residentes e integrantes del sector turístico y el sentimiento de pertenencia de los mismos.</p> <p>Estos eventos, por tanto, estarán orientados principalmente a los residentes de la comarca, pero se debe destacar que también pueden representar un atractivo turístico para los viajeros, pues permitirán poner en valor la cultura y tradición local, sus recursos de interés y también, se promocionará Valle del Guadalhorce como un destino cohesionado y hospitalario. De manera que, estas acciones incrementarán la oferta turística y por tanto, incentivarán la conversión de visitantes/excursionistas en turistas que pernoctan en el territorio.</p> <p>El diseño de estos eventos se realizará de forma consensuada entre la población local para contemplar los intereses de todos y que estos se encuentren identificados con esta iniciativa. Por ejemplo, acordar los recursos patrimoniales o culturales de cada territorio que serán potenciados durante el mencionado evento.</p> <p>De esta forma, por un lado, se mejorará la convivencia entre todos los agentes turísticos (incluidos los residentes) aumentando su sentimiento de pertenencia a la comarca y la comunicación y armonía entre los mismos. Por otro lado, se incrementará el posicionamiento del Valle como destino cohesionado y activo gracias a la participación de todos sus integrantes.</p> <p>Las subacciones necesarias para llevarla a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none">● Identificación de las fiestas locales de cada municipio.● Diseño consensuado con los residentes de los eventos periódicos desde el GDR.● Elaboración de un programa comarcal con fiestas locales de cada territorio y los eventos conjuntos establecidos.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
Esta acción se encuentra directamente orientada al diverso sentimiento de pertenencia existente entre los residentes del Valle, especialmente en lo que respecta a los niveles de desarrollo de los	

territorios, así como el enfoque común de todos los municipios respetando la “esencia de pueblo”. De forma adicional, se puede establecer una vinculación indirecta con las siguientes problemáticas y ventajas del entorno:

- Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal.
- No existencia de un enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad.
- Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública.
- Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad
- Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística
- Necesidad de asociacionismo del sector privado para garantizar la viabilidad de las diversas iniciativas que se lleven a cabo
- Población residente hospitalaria con visitantes y turistas garantizando su integración y convivencia
- Abundancia de recursos patrimoniales, naturales y culturales de interés.
- Sintonía positiva entre los distintos municipios para desarrollo turístico

Objetivos específicos de actuación

Esta acción se encuentra orientada a los siguientes objetivos generales del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio

Además, los objetivos específicos de esta acción son:

- Poner en valor los atractivos de toda la comarca Valle del Guadalhorce, tales como sus costumbres, tradiciones y “esencia de pueblo”.
- Desarrollar y posicionar una imagen turística propia y cohesionada de la comarca que abarque la riqueza y diversidad de todos los territorios.
- Incentivar un enfoque común entre los residentes que facilite el desarrollo conjunto de los territorios en todos sus ámbitos, haciendo especial hincapié en el sector turístico.
- Promover la comunicación y colaboración a todos los niveles en los diferentes territorios de la comarca y en consecuencia, el asociacionismo del sector privado.
- Dar respuesta a viajeros interesados por el turismo de proximidad, rural y sostenible en consonancia con los intereses de la población residente.
- Potenciar la hospitalidad de la población residente como atractivo turístico en estos

encuentros.

- Promocionar todo tipo de recursos locales tanto entre los propios residentes del territorio como los turistas y visitantes.

Actor ejecutor

Actores implicados

GDR Valle del Guadalhorce

- Autoridades locales
- Asociaciones de turismo
- Residentes
- Empresariado local
- Otras administraciones de competencia turística

Resultados previstos

- Posicionar el Valle del Guadalhorce como un destino cohesionado, hospitalario, con riqueza patrimonial y cultural, así como recursos turísticos y eventos. Estas actividades al estar organizadas de forma conjunta y orientadas a la población local, incentiva no sólo la comunicación entre residentes, sino también de la población local con los turistas. De esta forma, se desarrolla una imagen de destino conjunta, cohesionada entre los residentes -respetando su “esencia de pueblo” y hospitalaria con respecto a los turistas y visitantes, lo cual puede suponer una importante ventaja competitiva en el mercado turístico.
- Garantizar el pleno conocimiento de la comarca y sus recursos entre la propia población local. Estas actuaciones permitirán difundir entre los residentes todo lo relativo a los territorios que forman parte de la comarca: recursos, cultura, tradiciones, fiestas, etc. De manera que estos desarrollen un mayor sentimiento de pertenencia a la comarca que abarca una gran variedad de territorios.
- Lograr el consenso común y una comunicación activa entre todos los integrantes del territorio mediante la organización y planificación de estos eventos. Todo ello permitirá facilitar la definición de las líneas de desarrollo de los territorios de la comarca con especial enfoque en el turismo, además de incentivar el asociacionismo entre el sector privado.
- Potenciar el desarrollo de la actividad turística especialmente en los segmentos vinculados a tendencias actuales, tales como el turismo sostenible, rural y de cercanía. Las peculiaridades y ventajas de la comarca son óptimas para dar respuesta a estos viajeros, lo cual permitirá generar ingresos turísticos no sólo a corto plazo, sino también a medio y largo, pues se consideran segmentos que se encuentran en auge y se espera que se consolide en los próximos años.

Indicadores

Indicador 1.3.4

- Número de eventos organizados por el GDR
- Calendario con las fechas clave
- Número de asistentes que han acudido a los mismos

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Se puede considerar que esta acción está orientada a la mejora de la experiencia turística en la comarca, ya que, al crear nuevos eventos y poner en valor los ya existentes, se incrementa la oferta de recursos y atractivos para turistas y visitantes.

En cuanto a la propiedad de los recursos necesarios para la organización de los nuevos eventos, generalmente serán competencia de los órganos de gobierno local. Mientras que, en el caso del programa de fiestas ya existentes, si algunas de estas se realizan en propiedad privada, no se requerirá un acuerdo de cesión, pues el GDR se centrará en su puesta en valor y promoción frente al público en general.

Ficha #18

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.3.	Gobernanza inteligente y participativa
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.3.5.	Creación de una línea de autobús tipo “lanzadera” dentro de los municipios del Valle del Guadalhorce
Descripción	
<p>El Valle del Guadalhorce como destino turístico cohesionado y consolidado requiere una red interna de transportes que conecte de forma efectiva los diferentes municipios que lo componen para así, potenciar los diferentes recursos y establecimientos de la comarca, además de un desarrollo equitativo de los territorios mediante la actividad turística.</p> <p>Por tanto, las subacciones que implica son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Búsqueda de fondos públicos y/o privados de financiación.• Coordinación de los diferentes agentes turísticos para diseñar la ruta y horarios más idóneos.• Potenciales clubes de producto de la acción 1.1.2 fundamentados en la conexión efectiva de los diferentes territorios de la comarca.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Esta acción se encuentra orientada principalmente a la deficiente red de transportes, especialmente a nivel interno entre los municipios del Valle, así como los siguientes aspectos del DAFO:</p> <ul style="list-style-type: none">• Escasa capacidad alojativa (especialmente hoteles) y de restauración.• Elevado nivel de excursionistas.• Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal.• Saturación de afluencia de puntos de interés: Barranco Blanco.	
Objetivos específicos de actuación	
Los objetivos del Plan que contempla esta acción son:	

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

Del mismo modo, los objetivos específicos de esta acción son:

- Promover el desarrollo equitativo de los territorios que componen el Valle del Guadalhorce mediante la actividad turística.
- Distribuir los flujos de visitantes y turistas entre todos los recursos y establecimientos de los municipios.
- Mitigar la saturación de determinados puntos de interés turístico.
- Conversión de excursionistas en turistas que pernoctan en la comarca.
- Poner en valor la oferta turística global de toda la comarca, en vez de la individual de cada municipio.
- Distribución equilibrada de los ingresos turísticos entre los diferentes territorios.
- Garantizar la viabilidad del diseño de clubes de producto (acción 1.1.2.) entre integrantes de todos los municipios.

Actor ejecutor	Actores implicados
Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none"> ● Consorcio del Área Metropolitana de Málaga ● Diputación de Málaga ● GDR

Resultados previstos

- Distribuir de forma adecuada los flujos de turistas y visitantes entre los diferentes municipios de la comarca evitando la masificación de determinados puntos específicos y logrando la generación de beneficios turísticos y el desarrollo equilibrado de todos los territorios.
- Potenciar la visita de todos los recursos y establecimientos disponibles en la comarca a través de una conexión efectiva entre los territorios.
- Reducir los niveles de excursionistas mediante la conversión de los mismos en turistas que pernoctan al disponer de una oferta turística más amplia para consumir y visitar, lo cual se consigue uniendo toda la oferta global de la comarca mediante una red interna de transporte, en vez de limitar la oferta local disponible en cada municipios de forma individual.

Indicadores

Indicador 1.3.5

- Fecha de puesta en marcha
- Afluencia anual de viajeros

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción está vinculada a la mejora de la experiencia turística mediante una mayor oferta de productos y servicios disponibles en toda la comarca gracias a una red interna de transportes que facilite la afluencia de visitantes y/o turistas entre los diferentes municipios. Para su puesta en marcha no se requiere un acuerdo de cesión o similar por parte del GDR con respecto a otros agentes turísticos implicados.

Ficha #19

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.3.	Gobernanza inteligente y participativa
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.3.6.	Diseño de acciones de mejora orientadas a la ciudadanía a través de la riqueza generada por el turismo
Descripción	
<p>El desarrollo de la actividad turística en un territorio requiere de un beneficio social en mejoras orientadas a sus residentes en línea con la sostenibilidad social del turismo en la comarca. Se debe establecer una serie de medidas que el residente identifique para la sociedad local a través de la riqueza generada por el turismo. Por ejemplo, financiación de eventos culturales, medidas para mejorar la calidad de las infraestructuras, servicios sanitarios, empleo, formación, etc.</p> <p>Por tanto, se requiere la realización de las siguientes subacciones:</p> <ul style="list-style-type: none">● Incentivar el consenso entre los organismos de gobierno municipal para acordar el mecanismo de distribución de los beneficios/impactos económicos del turismo.● Coordinación de los gobiernos locales para acordar las áreas de inversión más apropiadas.● Informar a los ciudadanos de los resultados obtenidos a través de memorias anuales de los beneficios/impactos económicos generados por el turismo.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Esta acción está enfocada de forma directa a los aspectos identificados en el DAFO:</p> <ul style="list-style-type: none">● Buena calidad de vida y entorno privilegiado● Sintonía positiva entre los distintos municipios para desarrollo turístico● Diversidad en el sentimiento de pertenencia entre los municipios del Valle en términos de desarrollo● Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad <p>Además, se debe tener en cuenta que esta acción cuenta con un impacto directo mejorando o solventando problemáticas que afectan a la comarca y sus municipios, tales como: financiar los eventos y fiestas tradicionales, instalar depuradoras para mejorar la calidad del agua de los residentes, preservación de recursos culturales o naturales en degradación...</p>	

Objetivos específicos de actuación

En cuanto a los objetivos del Plan, esta acción está vinculada con:

- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

Mientras que, los objetivos específicos de la misma, son los siguientes:

- Garantizar el desarrollo sostenible tanto del sector turístico comarcal como de los municipios en general en las tres dimensiones: económica, social y medioambiental.
- Incrementar la calidad de vida de la población residente, así como su satisfacción con la actividad turística llevada a cabo en la comarca.
- Lograr una comunicación activa y el consenso entre los gobiernos locales de cada municipio.

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none">● Autoridades locales	<ul style="list-style-type: none">● GDR del Valle del Guadalhorce

Resultados previstos

- Mejorar la calidad de vida de los residentes de toda la comarca en todos los ámbitos.
- Mitigar el éxodo rural y promover la permanencia de los residentes en la comarca garantizando la prosperidad del territorio en términos generales.
- Lograr un desarrollo sostenible a largo plazo tanto de la comarca en general como del sector turístico en particular.
- Garantizar un desarrollo equitativo de todos los municipios de la comarca.

Indicadores

Indicador 1.3.6	<ul style="list-style-type: none">● Número de acciones recogidas en la memoria.● Presentación a la ciudadanía de la memoria.● Número de publicaciones de la memoria en los medios.
-----------------	--

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción se encuentra orientada de forma exclusiva a los residentes de la comarca. Los recursos necesarios para llevar a cabo esta acción son principalmente de los gobiernos locales, por lo que el GDR debe incentivar su realización mediante la coordinación de las partes involucradas y el consenso entre las mismas.

Ficha #20

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.4.	Formación en la gestión, mejora y competitividad del sector turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.4.1.	Realización de jornadas formativas orientadas al emprendimiento y oportunidades de negocio
Descripción	
<p>La actividad turística del Valle del Guadalhorce presenta numerosas potencialidades de gran interés para la explotación turística, además de importantes nichos u oportunidades de mercado pendientes de comercializar por parte del empresariado local y su vinculación a temáticas de gran relevancia en la actualidad, como es el caso de la sostenibilidad turística. En este sentido, cabe señalar que se destaca la elevada presencia de compañías y organismos externos (no comarcales) que explotan la actividad turística del Valle, por lo que los ingresos turísticos generados no se distribuyen internamente en el destino.</p> <p>Las subacciones que se requieren son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">● Estudio de las diferentes potencialidades del territorio con fines de explotación turística y nichos de mercado.● Establecer una relación entre las potencialidades identificadas y el ámbito económico, social y económico de la sostenibilidad turística, si procede.● Potenciar el emprendimiento entre la población local.● Organización de los recursos necesarios para la realización de las jornadas.● Coordinación con las partes interesadas para la determinación de las fechas más idóneas.● Colaboración con organismos de formación y enseñanza que garanticen la calidad de la acción.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>La principal necesidad vinculada a esta acción es el limitado emprendimiento a nivel comarcal y el elevado número de empresas no locales que explotan el turismo en el Valle. Asimismo, se establece una relación con los siguientes aspectos del DAFO:</p> <ul style="list-style-type: none">● Baja formación turística especializada y avanzada en el tejido empresarial del sector y los adyacentes.● Buena calidad de vida y entorno privilegiado.● Entorno natural característico y de calidad idóneo eventos deportivos, rutas como la del	

Camino Mozárabe de Santiago...

- Dependencia de intermediarios turísticos y destinos colindantes (Málaga capital o Costa del Sol).
- Renta de situación comarcal muy positiva: cercanía a nodos de comunicación (tren o aeropuerto), destinos y recursos de reconocimiento (Costa del Sol o el Caminito), Parque Tecnológico de Andalucía (para atraer empresas y teletrabajadores/as), etc.
- Abundancia de recursos patrimoniales, naturales y culturales de interés: yacimientos arqueológicos, fiestas tradicionales, monumentos, etc.
- Existencia de nuevos nichos para la creación de nuevos productos turísticos: agroturismo, retiros, yoga...
- Óptima coyuntura de financiación pública (fondos europeos, estatales...) para el desarrollo de proyectos locales, la digitalización del sector público y privado, etc.
- Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad
- Creciente interés en el consumo de productos y servicios turísticos vinculados a los recursos del territorio: sector primario, gastronomía...
- Creciente interés de los/as viajeros/as por espacios rurales y la sostenibilidad turística
- Numerosas iniciativas de interés turístico a todos los niveles: Gran Senda de la Diputación, el Corredor Verde...

Objetivos específicos de actuación

Los objetivos del Plan que persigue esta acción son:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.

Asimismo, los objetivos específicos que presenta son los siguientes:

- Incrementar el emprendimiento de la población residente.
- Concienciar sobre el turismo sostenible y los beneficios que reporta en los negocios.
- Dotar de mayor competitividad al Valle del Guadalhorce como destino turístico.
- Reducir la dependencia con respecto a intermediarios turísticos para la comercialización del destino.
- Aprovechamiento de las potencialidades del territorio (renta de situación, iniciativas existentes, entorno, recursos y nichos de mercado), así como las tendencias turísticas actuales entre los viajeros (turismo sostenible, de cercanía, rural, etc.) y las opciones de financiación de proyectos en este ámbito.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresariado ● Población residente ● Organismos de enseñanza
Resultados previstos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Convertir el Valle del Guadalhorce en un destino turístico sólido, competitivo y sostenible mediante la especialización y profesionalización de los participantes en la industria turística. ● Concienciar a los residentes en cuanto a la sostenibilidad general del territorio y específica del turismo, asumiendo este compromiso tanto en el ámbito profesional como en el personal de su vida cotidiana. ● Incrementar el emprendimiento local en el sector turístico para mitigar la presencia de numerosas empresas externas en la industria. ● Lograr la generación equilibrada de ingresos turísticos en los diferentes municipios del Valle y así, garantizar la preservación de los mismos dentro de la comarca. ● Obtener el máximo rendimiento económico de la actividad turística aprovechando las potencialidades del territorio, el contexto turístico en cuanto a tendencias de viajeros y las posibilidades de financiación de proyectos competitivos en este ámbito. 	
Indicadores	
Indicador 1.4.1	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de jornadas organizadas ● Número de asistentes ● Número de nuevas empresas/personas autónomas registradas en el ámbito turístico.
¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?	
<p>Esta acción se encuentra orientada principalmente a la implementación de nuevas experiencias turísticas y también, aunque en menor medida, la mejora de las ya existentes orientado las mismas hacia las potencialidades y oportunidades que presenta el contexto y la comarca.</p> <p>La realización de esta formación requiere la realización de acuerdos con los organismos de formación y enseñanza para garantizar la calidad de estas acciones, ya que, los espacios donde desarrollar las mismas pueden ser aquellos pertenecientes al propio GDR.</p>	

Ficha #21

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.4.	Formación en la gestión, mejora y competitividad del sector turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.4.2.	Organización de jornadas orientadas a la mejora del nivel de digitalización de los agentes turísticos
Descripción	
<p>La digitalización del sector resulta fundamental para garantizar la competitividad del Valle del Guadalhorce como destino, así como todo el sector turístico de la comarca. Las herramientas tecnológicas proporcionan numerosas ventajas para la explotación turística, y por tanto, los integrantes de la industria requieren una formación adecuada para su correcto uso y aprovechamiento.</p> <p>Esta acción contempla las siguientes subacciones:</p> <ul style="list-style-type: none">● Estudio de los diferentes ámbitos formativos y herramientas en el ámbito de la digitalización que resulten de interés para los agentes turísticos.● Exposición de las ventajas de la digitalización y sus herramientas en el sector turístico.● Puesta en valor del análisis de datos turísticos de forma general y específica.● Organización de los recursos necesarios para la realización de las jornadas.● Coordinación con las partes interesadas para la determinación de las fechas más idóneas.● Colaboración con organismos de formación y enseñanza que garanticen la calidad de la acción.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Esta acción se encuentra vinculada con la baja formación turística especializada y avanzada de los integrantes de la industria, la ausencia de una estadística propia de datos turísticos que posibilite el análisis constante de la industria y la existencia de fondos públicos para financiar acciones orientadas a la digitalización y competitividad del sector turístico.</p> <p>Del mismo modo, teniendo en consideración que el mencionado análisis de datos es primordial para el correcto funcionamiento de la actividad turística detectando desviaciones y posibles mejoras, se puede establecer una relación indirecta con el resto de aspectos recogidos en el DAFO, principalmente en cuanto a la identificación de los mismos mediante la analítica de datos. Por ejemplo, detectar la dependencia con respecto a intermediarios turísticos y destinos colindantes,</p>	

elevado nivel de excursionistas, identificación de tendencias turísticas acordes a las características del destino, etc.

Objetivos específicos de actuación

En lo que respecta a los objetivos del Plan, la acción está orientada a:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.

Adicionalmente, la acción cuenta con los siguientes objetivos específicos:

- Dotar de mayor competitividad al Valle del Guadalhorce como destino turístico.
- Incentivar el desarrollo de una fuente de datos estadísticos sobre el turismo comarcal.
- Lograr la digitalización de toda la cadena de valor del turismo.
- Garantizar el desarrollo de todos los territorios de forma igualitaria.
- Mejorar la toma de decisiones tanto a nivel global de la comarca, como individual de cada municipio y/o negocio.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none">● Empresariado● Población residente● Organismos de enseñanza

Resultados previstos

- Incrementar la competitividad del destino con la digitalización del sector turístico comarcal a través de la profesionalización y especialización en este ámbito de sus diferentes integrantes.
- Dotar a los agentes turísticos de formación necesaria en digitalización para hacer posible el constante monitoreo y análisis de datos turísticos, así como su interpretación para obtener información estratégica de su negocio.
- Incentivar el uso y la distribución de datos estadísticos individuales de cada agente turístico para la creación de una nueva fuente de información para el análisis.
- Lograr la generación equilibrada de ingresos turísticos en los diferentes municipios del Valle y así, garantizar la preservación de los mismos dentro de la comarca.
- Obtener el máximo rendimiento económico de la actividad turística detectando posibles desviaciones y mejoras mediante el constante monitoreo y análisis del sector.

Indicadores

Indicador 1.4.2

- Número de jornadas organizadas
- Número de asistentes

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción se encuentra orientada tanto a la implementación de nuevas experiencias turísticas mediante la detección de posibles oportunidades de mercado, como la mejora de las ya existentes identificando posibles desviaciones.

La realización de esta formación requiere la realización de acuerdos con los organismos de formación y enseñanza para garantizar la calidad de estas acciones, ya que, los espacios donde desarrollar las mismas pueden ser aquellos pertenecientes al propio GDR.

Ficha #22

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.4.	Formación en la gestión, mejora y competitividad del sector turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.4.3.	Organización de acciones/jornadas sobre las oportunidades de financiación a través de los fondos públicos
Descripción	
<p>A lo largo de los últimos años, las diferentes administraciones públicas que han trabajado en la potenciación de algunos aspectos como la sostenibilidad, innovación, digitalización, desarrollo equilibrado, igualdad de oportunidad a través de los diferentes mecanismos de financiación y apoyo económico a las iniciativas que contemplen los aspectos relevantes para las convocatorias. En este sentido, estos programas de apoyo se dirigen tanto a las empresas y asociaciones privadas, como a los actores públicos, siendo el área turística uno de los ámbitos transversales de los programas y convocatorias existentes.</p> <p>No obstante, el conocimiento sobre las oportunidades de este tipo todavía no se ha extendido de manera suficiente entre los actores locales, de modo que la iniciativa en estos proyectos de financiación sigue siendo escasa.</p> <p>Para trabajar en este eje, se considera relevante ofrecer a los agentes públicos y privados locales y/o comarcales actividades formativas e informativas sobre las distintas opciones existentes en este ámbito, enseñar las vías de acceso a las mismas y explicar la relevancia de colaboración a distintos niveles.</p> <p>El desarrollo de esta acción implicará los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Identificación y revisión periódica por parte del GDR y de la Mesa de Turismo de los programas y convocatorias dirigidas al desarrollo turístico y otros ámbitos transversales que sean de interés para la comarca.● Creación de un programa de acciones/jornadas.● Comunicación y realización del programa	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Los aspectos identificados durante el diagnóstico que justifican la necesidad de realización de esta acción son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">● Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública	

- No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad

Junto a ello, destaca una coyuntura consolidada de los mecanismos de financiación públicos que hasta el momento actual no se han aprovechado plenamente por los agentes del Valle. Estos programas tienen capacidad financiera de ofrecer soluciones a las necesidades específicas de los actores del Valle que se enunciaron a lo largo de las reuniones.

Objetivos específicos de actuación

En lo que respecta a los objetivos del Plan, la acción está orientada a:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.
- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca.
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio.

Adicionalmente, la acción cuenta con los siguientes objetivos específicos:

- Dotar de mayor competitividad al Valle del Guadalhorce como destino turístico.
- Establecer y/o mejorar las redes de colaboración entre los agentes a diferentes escalas.
- Mejorar las infraestructuras y servicios disponibles en el destino tanto para los residentes, como para los turistas.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR del Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Empresarios ● Residentes

Resultados previstos

- Un mayor flujo de inversiones en la modernización del Valle
- Mejora de las infraestructuras y oferta turística en el destino
- Mejora del conocimiento de los agentes turísticos del Valle sobre las posibilidades de financiación y los procedimientos necesarios para conseguirlo.
- Mejora de relaciones entre los actores implicados en la formación de cara a los futuros proyectos.

Indicadores

Indicador 1.4.3

- Número de acciones formativas organizadas

- Número de asistentes

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción contribuirá indirectamente a la mejora de la experiencia turística, ya que se dispondrá de un rango más amplio de posibilidades de financiación y fondos que permitan innovar en las facilidades del destino tanto para los residentes, como para los turistas. Un destino que cuente con una clara trayectoria y planificación financiera tiene mayores posibilidades de conseguir una gestión sostenible, coordinar las acciones dentro del destino con participación de numerosos agentes y, en consecuencia convertirse en un polo de atracción para los turistas.

El GDR del Valle del Guadalhorce no es el titular de los recursos y terrenos de los cuales se trate a lo largo de la acción, no obstante es el órgano responsable de llevar a cabo y gestionar las actividades formativas que se propongan y ejercer de intermediario entre los distintos agentes turísticos.

Ficha #23

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.4.	Formación en la gestión, mejora y competitividad del sector turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.4.4.	Organización de acciones formativas orientadas a la creación y diseño de productos y experiencias turísticas en la comarca
Descripción	
<p>En el contexto turístico actual, el diseño de experiencias y productos en el sector posee gran relevancia, pues los viajeros buscan un valor añadido durante su estancia turística, por lo que estos deben cumplir sus expectativas. Para lo cual, se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none">• Detección de necesidades formativas teniendo en cuenta los perfiles turísticos, segmentos y tendencias de relevancia para el turismo en la comarca.• Diseño de un programa formativo anual.• Realización de las acciones formativas	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Esta acción responde de forma directa a los siguientes aspectos identificados en el DAFO:</p> <ul style="list-style-type: none">• Baja formación turística especializada y avanzada en el tejido empresarial del sector y los adyacentes.• Dependencia de intermediarios turísticos y destinos colindantes (Málaga capital o Costa del Sol)• Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: "Caminito del Rey" absorbe la imagen comarcal• Limitado emprendimiento e importante cantidad de empresas externas (no locales) que explotan el turismo local• Existencia de nuevos nichos para la creación de nuevos productos turísticos: agroturismo, retiros, yoga... <p>Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la acción también está orientada al aprovechamiento de todo tipo de oportunidades y/o fortalezas que presenta la comarca para el diseño de estas experiencias y productos turísticos: abundancia de recursos naturales y culturales, tendencias de los viajeros actuales, etc.</p>	

Objetivos específicos de actuación

Teniendo en consideración los objetivos del Plan, esta acción persigue los siguientes:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey
- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca

Asimismo, los objetivos específicos de esta acción son:

- Aprovechar las fortalezas y oportunidades que presenta la comarca para obtener el máximo rendimiento económico de la actividad turística.
- Incrementar la competitividad del Valle del Guadalhorce como destino.
- Dotar de los conocimientos necesarios a los agentes turísticos involucrados (actuales y potenciales).
- Promover el emprendimiento de la población residente dentro del sector turístico.

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none">● Empresarios● Asociaciones de turismo● Residentes● Organismos de enseñanza

Resultados previstos

- Incrementar la competitividad del destino a través de la profesionalización y especialización en este ámbito de sus diferentes integrantes.
- Garantizar una oferta de productos y servicios turísticos acordes a las necesidades de los viajeros de la comarca.
- Maximizar los ingresos turísticos a nivel interno de la comarca dando respuesta a los segmentos, perfiles, etc. más relevantes.
- Apertura de nuevos negocios turísticos por parte de la población residente para contrarrestar la elevada presencia de empresas externas que explotan el turismo en la comarca.
- Incentivar la generación equitativa de ingresos procedentes del turismo en todos los municipios de la comarca.

Indicadores

Indicador 1.4.4	<ul style="list-style-type: none">● Número de acciones formativas organizadas● Número de asistentes
-----------------	--

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Esta acción está orientada al desarrollo de nuevas experiencias turísticas dentro de la comarca.

La realización de esta formación requiere la realización de acuerdos con los organismos de formación y enseñanza para garantizar la calidad de estas acciones, ya que, los espacios donde desarrollar las mismas pueden ser aquellos pertenecientes al propio GDR.

Ficha #24

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.5	Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.5.1	Diseño de experiencias turísticas fundamentadas en la gastronomía y la producción tradicional
Descripción	
<p>La tradición agrícola del Valle del Guadalhorce posibilita un abanico productivo que abarca casi todo el año. Junto a su tradición gastronómica, muy rica e influenciada por el legado andalusí y el reaprovechamiento, hacen de la comarca un <i>agrodestino</i> gastronómico de importante potencial. La producción local de almendras, aceitunas, naranjas, limones, vegetales (especialmente el tomate), viñedos y subtropicales, junto con las industrias alimentarias que transforman esa producción (vinos, aceites, encurtidos...) y restauradores que añaden valor con sus elaboraciones. Además, hay que incluir otras formas agrarias presentes como la ganadería, el pastoreo o la apicultura, todas ellas junto a las anteriores insertas en la consideración de Biodistrito a que aspira la comarca.</p> <p>A pesar de esta riqueza, el aprovechamiento turístico de esta potencialidad no es homogénea, muy atomizado en algunos agricultores, ganaderos, fábricas y restaurantes que son pequeñas PYMES con dificultades para diversificar e incorporar visitas y crear productos compatibles con su actividad diaria. En las instancias en que sí se aprovecha el potencial de forma coordinada, como el Mercado Gastronómico que acoge la subasta del Tomate Huevo Toro o las diferentes rutas de la tapa que han habido y hay, la repercusión turística es innegable.</p> <p>Esta acción pretende coordinar estas experiencias aisladas en torno a un producto experiencial integrador, que alargue la estancia y conecte más elementos agro-gastronómicos. Esto implicará encontrar sinergias entre productores, transformadores y restauradores, siendo necesario:</p> <p>Coordinación</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Establecer un canal de comunicación permanente entre productores, fábricas, restauradores y alojamientos vinculado a la Mesa Comarcal de Turismo (Acción 3.3.1) ● Incluir las experiencias agro-gastronómicas en el club de producto (Acción 1.1.2.) <p>Diseño de experiencias</p> <p>Creación de experiencias agro-gastronómicas de producción, transformación y consumo de productos con potencial de creación de experiencias:</p>	

- Pan
 - Valle de Abdalajís, Alhaurín el Grande, Coín y Álora.
- Aceitunas y aceites: visita interactiva e interpretada al olivar y a fábrica y degustación de productos: cata de aceite y degustación de aceituna aliñada.
 - Olivares: todos los municipios
 - Almazaras: Alhaurín el Grande, Álora y Coín
 - Encurtidos: Alhaurín el Grande, Álora, Cártama y Coín
 - DOP aceituna aloreña de Málaga (industrias): Alhaurín el Grande y Álora
- Uvas y vinos: visita interactiva y guiada al viñedo y a la bodega, con cata maridada con productos locales.
 - Viñedos: Álora , Cártama
 - Bodegas: Álora, Cártama, Coín
- Miel: visita guiada al apiario y taller de elaboración en fábrica: miel y productos de la cera
 - Apiario y fábrica: Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Cártama y Coín
- Cabras y quesos: visita guiada con el pastor y taller de elaboración de queso:
 - Pastoreo y fábrica: Alhaurín el Grande, Almogía, Álora y Coín
- Tomate: visita guiada por la huerta, recogida y degustación de productos frescos
 - Huertas y mercado agroalimentario: Coín
- Subtropicales: visita guiada por la huerta, recogida y degustación de productos frescos
 - Cultivos: Alhaurín el Grande y Coín
- Almendras: visita guiada por la huerta y degustación de productos derivados de la almendra
 - Cultivos: Almogía, Cártama y Pizarra
 - Fábricas: Cártama
- Cítricos: visita guiada por la huerta y el cascarero, recogida y degustación de productos frescos
 - Cultivos: principalmente Pizarra, Coín, Alhaurín El Grande, Cártama y Álora
 - Cascareros: Pizarra y Álora
 - Transformación no alimentaria: Pizarra (cosmética)

Necesidades del destino que justifica la actuación

La variedad agrícola y gastronómica del Valle del Guadalhorce constituye un recurso perfectamente alineado con la demanda turística actual, interesada en el kilómetro cero y la autenticidad de lo que consume. La demanda de proximidad ya considera al Valle un destino agroturístico y gastronómico, pero las experiencias son aisladas, su impacto es desigual en el territorio y no aprovecha toda la riqueza gastronómica que la comarca ofrece. Coordinar sinérgicamente estas experiencias traerá efectos positivos que tienen que ver con la continuidad de las experiencias en el tiempo, la comunicación entre productores y restauradores, la interconexión de experiencias y la revitalización de iniciativas como el club gastronómico de La Cocina de la Algarabía y el biodistrito Guadalhorce.

Elementos del análisis externo-interno-DAFO que aborda:

- Existe una gran variedad de platos y tradiciones gastronómicas que no se han promocionado y pueden suponer un gran atractivo para el destino
- El Valle dispone de una cultura agrícola consolidada y de gran riqueza
- La demanda muestra un creciente interés en descubrir los productos y las tradiciones

auténticas de los destinos

- Se puede reforzar la actividad del club gastronómico (Saborea Guadalhorce)

Objetivos específicos de actuación

La actuación se enmarca en los objetivos del Plan:

- Diversificar la oferta de productos y servicios, poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce
- Incentivar la comunicación activa y la colaboración de todo tipo de agentes involucrados en el territorio

A los que se añaden como específicos:

- Dar a conocer los valores gastronómicos del Valle y mejorar su valoración
- Fomentar la actividad emprendedora y colaboración entre las empresas
- Coordinar la dispersión de experiencias similares en un canal único
- Complementar otras experiencias turísticas (cultural, activo, naturaleza)
- Revitalizar iniciativas anteriores, como el biodistrito Guadalhorce

Actor ejecutor

- GDR Valle del Guadalhorce
- Autoridades locales

Actores implicados

- Empresas que desarrollen actividades relacionadas con el sector turístico en la comarca y empresas del sector agroalimentario
- Asociaciones de turismo

Resultados previstos

- Una mayor afluencia de turistas hacia las zonas menos conocidas y visitadas que reduzca la estacionalidad.
- Un mayor conocimiento y concienciación sobre las riquezas del territorio
- Posicionamiento del Valle del Guadalhorce como un destino agro-gastronómico
- Un mayor grado de participación privada-privada
- Participación de un mayor número de agentes privados en la oferta de experiencias gastronómicas y del turismo de la comarca
- Una cualificación de la producción alimentaria de la comarca

Indicadores

Indicador 1.5.1

- Número de experiencias turísticas diseñadas
- Número turistas que han adquirido las experiencias
- Número de agentes involucrados en las experiencias

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción está dirigida a la diversificación de la actividad turística en el territorio y contribuye a su sostenibilidad. Los recursos para esta actuación se encuentran en potestad de los agentes privados que decidirán de forma individual o conjunta las características de los productos y experiencias a comercializar y las formas en las que puedan interactuar. Sin embargo, el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce cuenta con diversos acuerdos con las empresas y entidades del sector, por lo cual podrá formar parte de la gestión de procesos descritos.

Ficha #25

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.5	Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.5.2.	Diseño de experiencias basadas en turismo activo
Descripción	
<p>El Valle del Guadalhorce es un destino reconocido por sus posibilidades dentro del segmento activo. Destacan especialmente el senderismo, la escalada, el ciclismo y el vuelo libre: al menos 20 empresas comercializan actividades aprovechando las condiciones al aire libre de la comarca.</p> <p>El Caminito del Rey supone el principal ejemplo de turismo activo en la comarca. También es uno de los principales motivos de visita del Valle del Guadalhorce y uno de los más comercializados por las empresas de turismo activo de la comarca, que complementan con visitas guiadas en los municipios. Se propone:</p> <p>Coordinación</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Establecer un canal de comunicación permanente entre empresas de turismo activo, el Caminito del Rey y alojamientos, vinculado a la Mesa Comarcal de Turismo (Acción 3.3.1) ● Incluir las experiencias de turismo activo en el club de producto (Acción 1.1.2.) ● Incluir la Ruta Mariana, el Camino Mozárabe, la geología y la ornitología en la oferta de turismo activo de las empresas de turismo activo, organizando jornadas sobre sus valores y posibilidades turísticas: senderismo y ciclismo guiado <p>Diseño de experiencias</p> <p>Crear paquetes de experiencias multimotivacionales en la comarca:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear paquetes combinados de iniciación al turismo activo especializados: escalada, vuelo libre, rappel y vías ferratas ● Crear paquetes combinados especializados en el segmento familiar: cicloturismo, senderismo, kayak y rutas a caballo ● Crear paquetes combinados que incluyan el Caminito del Rey y una actividad de la oferta de turismo activo comarcal: <ul style="list-style-type: none"> - Cicloturismo - Vuelo libre (próximamente) - Escalada - Vía ferrata - Rappel - Kayak - Senderismo 	

- Rutas a caballo
- Organizar la celebración de eventos deportivos en las disciplinas disponibles en la comarca en colaboración con asociaciones y federaciones deportivas

Necesidades del destino que justifica la actuación

Esta acción pretende reducir la dependencia de flujos turísticos cercanos (como Málaga y la Costal del Sol), valorizando las actividades a cielo abierto que la comarca ofrece y alargando la estancia del turista. Con ello se persigue convertir una parte del excursionismo en pernoctación, con una mayor oferta estructurada en paquetes. También se pretende superar la baja cooperación entres actores privados y recualificar la información turística de la comarca.

Elementos del análisis externo-interno-DAFO que aborda:

- Elevado nivel de excursionistas.
- Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad.
- Creciente interés por los espacios rurales y la sostenibilidad turística.
- Limitada coordinación y comunicación público-privada, privado-privada, y público-pública
- Diseminación de la información en el canal online, habiendo elementos muy bien representados cualitativa y cuantitativamente y otros infrarepresentados, con lagunas o inexistentes.

Objetivos específicos de actuación

Según los objetivos del Plan, esta acción está relacionada principalmente con:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.

Los objetivos específicos son:

- Reducir la dependencia de Valle del Guadalhorce flujos turísticos cercanos, potenciando sus propias ventajas competitivas: variedad de experiencias activas en un espacio reducido y de valor
- Valorizar los recursos naturales y el entorno natural de la comarca a través del turismo activo
- Fomentar las pernoctaciones en el territorio aumentando y diversificando la oferta turística, facilitando la creación de paquetes multimotivacionales y promocionando el destino en nuevos mercados
- Incentivar oportunidades de desarrollo sostenible a través del turismo activo, su relación con la proximidad y la colaboración privada

Actor ejecutor

- GDR Valle del Guadalhorce
- Autoridades locales

Actores implicados

- Asociaciones de turismo
- Empresarios

Resultados previstos

- Posicionar el Valle del Guadalhorce como un destino sostenible, de gran atractivo natural y deportivo, en todos sus municipios.
- Reducir la dependencia con respecto a flujos turísticos cercanos.
- Dar respuesta a tendencias actuales de demanda: turismo de proximidad, entornos rurales, deporte y cuidado físico, inmersión en la naturaleza, etc.
- Diversificar la oferta turística, ampliando el número de experiencias y creando productos multimotivacionales que favorezcan la pernoctación, aumentando el gasto por viaje y el nivel de ingresos.

Indicadores

Indicador 1.5.2

- Número de experiencias turísticas diseñadas
- Número de turistas que han adquirido las experiencias

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Sí, está orientada de forma directa en la implantación de experiencias turísticas basadas en el turismo activo y los recursos naturales necesarios para ello. La gran parte de los recursos son propiedad de los organismos municipales que se encuentran en colaboración con el GDR. No obstante, cabe señalar que existen algunos casos en los que el uso de estos recursos se encuentra limitado al ser de propiedad privada y requerir un acuerdo de cesión, como por ejemplo, la sierra del Valle de Abdalajís tanto para realizar el Vuelo Libre como rutas de senderismo. En este caso, el gobierno municipal cuenta con acuerdos de cesión solo con algunos particulares, por lo que el uso turístico de estos terrenos se encuentra delimitado.

Ficha #26

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.5	Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.5.3	Diseño de experiencias basadas en turismo arqueológico
Descripción	
<p>El Valle del Guadalhorce alberga un patrimonio cultural abundante, tanto en su consideración tradicional (castillos, iglesias, palacios, conventos, museos...) como en la más contemporánea: el patrimonio industrial, el urbanismo, el patrimonio inmaterial del paisaje, la industria, los oficios, el folclore.... Entre todo, destacan los yacimientos arqueológicos del Valle, especialmente en Cártama y el Valle de Abdalajís, al constituir la ciudad un importante asentamiento con consideración de municipio romano.</p> <p>Este patrimonio valioso también constituye un recurso turístico que complementa muy bien a los segmentos de más proyección turística de la comarca: la agricultura, la gastronomía y el turismo activo. Aunque la inversión en la puesta en valor del patrimonio cultural es un elemento de sostenibilidad y progreso muy valioso para la comunidad local, no se traduce en una mayor competitividad turística inmediata. Asimismo, atendiendo al entorno próximo, con nombres como Ronda, Antequera, la propia Málaga y Granada, marcas culturales internacionales, la estrategia turística de estos recursos debe ser acompañar al resto de experiencias turísticas. Así, se propone:</p> <p>Diseño de experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear la experiencia “Cártama arqueológica” a partir de la ruta “Cártama y la arqueología” del Ayuntamiento de Cártama: <ul style="list-style-type: none"> - Dos puntos de inicio: sala arqueológica del Museo de Málaga o el Jardín Botánico-Histórico de la Concepción. - Traslado a Cártama: visita por sus yacimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Humilladero - Parque Arqueológico - Plaza del Pilar Alto y Fortaleza - Museo de Cártama ● Crear y señalar diferentes puntos fotográficos para la ruta “Cártama y la arqueología” a partir del Parque Arqueológico y durante la subida al Castillo y Ermita. ● Crear un alzado en realidad aumentada del Parque Arqueológico de Cártama para la experiencia “Cártama arqueológica” <p>Promoción</p>	

- Contactar con empresas de actividades culturales en la provincia (como Cultopía) para incorporar la experiencia “Cártama arqueológica” a su oferta de excursiones culturales.
- Acordar con estas empresas ofertar la experiencia arqueológica de Cártama durante la celebración de las Noches de la Bella Jarifa.

Necesidades del destino que justifica la actuación

Necesidades detectadas a partir del DAFO:

- Potenciación de la imagen y búsqueda de los elementos característicos propios del territorio que diferencia el destino de la imagen global del Caminito del Rey
- Respeto a las tradiciones, cultura e historia del Valle
- Abundancia de recursos patrimoniales de interés: yacimientos arqueológicos, fiestas tradicionales, monumentos, etc., que no se han puesto en conocimiento turístico

Otras necesidades:

- Educación de los residentes y visitantes sobre la riqueza patrimonial propia del destino
- Diversificación de la actividad turística existente que se enfoca principalmente en las experiencias relacionadas con la naturaleza.

Objetivos específicos de actuación

La acción cumple con los siguientes objetivos estipulados en el apartado 4 del presente Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey
- Garantizar la preservación de los atractivos culturales y naturales de la comarca

A los que se añaden como específicos:

- Valorizar el potencial arqueológico de la comarca
- Integrar a la comarca en el circuito de destinos de los operadores culturales de la provincia

Además, se puede mencionar el objetivo basado en las necesidades propias detectadas del destino, como una mayor diversidad en los segmentos y perfiles de turistas, acaparando las motivaciones histórico-culturales de la demanda.

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none"> ● GDR Valle del Guadalhorce ● Autoridades locales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresarios ● Asociaciones de turismo

Resultados previstos

- Una sólida coyuntura de oferta cultural en la comarca
- Un catálogo de productos y experiencias culturales-arqueológicas claramente definido
- Una mayor disposición de fondos y recursos para preservar el patrimonio de este tipo
- Posicionamiento del Valle como destino con productos culturales, históricos y arqueológicos singulares

Indicadores

Indicador 1.5.3

- Número de experiencias turísticas diseñadas
- Número de turistas que han adquirido las experiencias

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción cuenta con un claro enfoque en la mejora y diversificación de la actividad turística en el territorio. Al tratarse de una actividad que requiere relación estrecha con el terreno donde se encuentran los recursos, resulta necesario establecer acuerdos con las autoridades locales y la propiedad privada, cuando sea el caso, para explotar el recurso y convertirlo en producto turístico. El GDR del Valle del Guadalhorce no es titular de dichos terrenos, no obstante guarda relación con las autoridades locales y, por tanto, puede participar en los acuerdos públicos y público-privados de explotación y puesta en marcha de productos y experiencias.

Ficha #27

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.5	Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.5.4	Diseño de experiencias basadas en turismo de naturaleza con un enfoque en los ríos del destino
Descripción	
<p>Los valores naturales del Guadalhorce son meritorios de varias figuras de protección a todas las escalas, desde la comunitaria internacional hasta regionales. El principal activo de la biodiversidad de la comarca es el río Guadalhorce y su afluentes, así como los diferentes molinos y acequias de la comarca, en torno a los cuales se proponen:</p> <p>Diseño de experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una ruta paisajística circular de los municipios de la comarca incluidos en el Geoparque Guadalhorce • Crear rutas de iniciación a la observación de aves con las rutas de alta detectabilidad y visibilidad de la guía “Mira quién vuela”, segmentadas para los ZEC fluviales de la comarca • Crear rutas senderistas etnográficas, señalizando aquellos elementos en el medio natural relacionados con la cultura e industria local: cascareros, molinos, acequias... 	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<p>Esta acción se encuentra directamente relacionada con la reducción de la dependencia con respecto a destinos colindantes (Málaga capital o Costal del Sol) a través de la puesta en valor del patrimonio hídrico de la comarca, en particular los recursos hídricos. De forma indirecta también se encuentra vinculada a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saturación de afluencia de puntos de interés: Barranco Blanco. La puesta en valor del patrimonio hídrico con fines turísticos requiere la gestión adecuada de los flujos de turistas y visitantes que visiten estos recursos naturales. (DAFO) • Elevado nivel de excursionistas. Se incentivarán las pernoctaciones en el territorio a través del aumento de la oferta turística (tanto el diseño de nuevas experiencias como la puesta en valor de sus recursos locales) (DAFO) • Deficiente señalización interna. Al incentivar este segmento turístico, se necesitará una mayor 	

inversión en este ámbito para lograr las mejoras de señalización de los senderos y rutas y así poder adecuarlos a la actividad turística (DAFO)

- Tendencia al aumento del Turismo de Proximidad (DAFO). Este tipo de turismo se encuentra vinculado con el turismo activo, por lo que el diseño de estas experiencias dará respuesta a las tendencias de la demanda actual.
- Creciente interés por los espacios rurales y la sostenibilidad turística (DAFO). El turismo activo está basado en gran parte de recursos naturales y de ámbito rural, por lo que los viajeros concienciados con la sostenibilidad se decantarán por experiencias como las contempladas en esta acción.
- Contexto favorable en cuanto a iniciativas relacionadas con el turismo de naturaleza y los recursos hídricos (DAFO). La puesta en valor de este segmento turístico irá en consonancia con numerosas iniciativas y proyectos que se encuentran en ejecución, lo cual favorecerá su puesta en marcha y posterior rendimiento.
- Existencia de nuevos nichos para la creación de nuevos productos turísticos (DAFO), como es el caso del interés por el patrimonio hídrico. Ya que, la revalorización del patrimonio hídrico con fines turísticos puede considerarse una diversificación o reinención del turismo natural en la comarca.

Objetivos específicos de actuación

Según los objetivos del plan general:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino (posicionándolo como destino de naturaleza, especialmente de patrimonio hídrico)
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey

Según las necesidades detectadas, los objetivos específicos son:

- Creación de un “nuevo” segmento turístico de naturaleza fundamentado en la riqueza natural y paisajística de los ríos
- Reducir la dependencia de Valle del Guadalhorce con respecto a otros destinos cercanos potenciando sus propias ventajas competitivas como en este caso supone el patrimonio hídrico del que dispone.
- Poner en valor la riqueza e historia de los recursos naturales y el entorno natural característico de la comarca con fines turísticos.
- Fomentar las pernoctaciones en el territorio mediante el incremento de la oferta turística (reducir los excursionistas e incrementar los turistas)
- Incentivar el desarrollo sostenible y equilibrado de la comarca a través del turismo aprovechando las oportunidades de negocio del mercado en cuanto a sostenibilidad y turismo de proximidad
- Realizar las mejoras necesarias en los senderos para permitir un uso adecuado de los mismos por parte tanto de turistas y visitantes como de los propios residentes.
- Garantizar la efectividad de la puesta en marcha del turismo de naturaleza basado en el patrimonio hídrico aprovechando las iniciativas existentes.
- Garantizar el desarrollo turístico sostenible de los recursos hídricos

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none"> ● GDR Valle del Guadalhorce ● Autoridades locales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresarios ● Asociaciones de turismo

Resultados previstos

- Posicionar el Valle del Guadalhorce como un destino sostenible en todos sus ámbitos con gran atractivo natural gracias a su patrimonio hídrico y así, reducir el nivel de dependencia con respecto a destinos de reconocimiento que se encuentran próximos.
- Mitigar el riesgo de masificación existente y garantizar la preservación de algunos recursos hídricos mediante un desarrollo turístico sostenible.
- Poner en valor el segmento naturaleza basado en los ríos.
- Dar respuesta a las necesidades y tendencias actuales de la creciente demanda de viajeros comprometidos con la sostenibilidad, especialmente en la dimensión natural.
- Dotar la oferta turística de un mayor número de productos y servicios para incentivar que los viajeros pernocten en el territorio (turistas), en vez de limitar su experiencia a una visita (excursionistas).
- Adecuar los senderos y rutas disponibles para su disfrute por parte de residentes y viajeros.
- Generar mayores ingresos con el sector turístico local al promover más turistas que implican un mayor gasto en el territorio con respecto a los excursionistas.
- Poner en valor la riqueza de los ríos y recursos hídricos de la comarca para su explotación turística sostenible.
- Lograr un desarrollo equitativo y sostenible de todos los municipios de la comarca a través de la industria turística, concretamente aquella demanda orientada a la sostenibilidad.

Indicadores

Indicador 1.5.4	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de experiencias turísticas diseñadas ● Número de turistas que han adquirido las experiencias
-----------------	--

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

Sí, esta acción está orientada a la creación de experiencias turísticas basadas en recursos hídricos. En cuanto a la propiedad o uso de estos recursos, durante las reuniones no se ha comentado ninguna problemática con los propietarios de los terrenos de las zonas cercanas a los ríos. Sin embargo, es posible que se den casuísticas similares al Valle de Abdalajís con el Vuelo Libre.

Ficha #28

Eje programático	
Competitividad	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 1.5	Puesta en valor de productos, agricultura, ganadería y gastronomía de la comarca
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 1.5.5	Fomento del uso prioritario de los productos locales de cercanía en los establecimientos
Descripción	
<p>El Valle del Guadalhorce cuenta con una amplia variedad de productos y recursos que son fruto de su tradición y cultura productiva, consolidadas a lo largo de su historia. A pesar de las riquezas existentes, especialmente las relativas al sector agroalimentario, el diagnóstico realizado ha revelado que no todos los establecimientos de consumo incluyen los productos procedentes de la oferta local.</p> <p>Por tanto, para posicionar el destino como gastronómico, ligado al sector de la huerta y la ganadería, entre otros, resulta esencial concienciar a los propios residentes y empresarios sobre la relevancia de incluir los productos de kilómetro cero en su cartera de servicios.</p> <p>El desarrollo de esta acción implicará los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Identificación a través de la Mesa de Turismo de los productos locales que necesitan ser incorporados en la oferta de empresas de la comarca.● Identificación a través de la Mesa de Turismo de las empresas que requieren incorporar en su cartera de servicios productos de kilómetro cero.● Elaboración conjunta entre todos los agentes turísticos de una guía de sitios más característicos para visitar, platos típicos, costumbres, productos autóctonos, etc. para enriquecer la información turística.● Inclusión de esta información en el sitio web turístico del Valle del Guadalhorce y en las redes sociales.● Creación de la DOP del Tomate Huevo de Toro.● Creación de acuerdos con la oferta alojativa y hostelera de la comarca y de Málaga capital para el uso de productos del Valle.	
Necesidades del destino que justifica la actuación	

A continuación se relacionan algunos aspectos detectados a lo largo del diagnóstico que explican las necesidades de implantar esta acción:

- Claro enfoque de desarrollo territorial contenido respetando la “esencia de pueblo” de los municipios
- Cultura agrícola consolidada y de gran riqueza: huertas, bodegas...
- Revalorización de los productos locales de cercanía como estrategia de sostenibilidad

Todo ello supone una gran variedad de riquezas que se pueden explotar en el Valle, contando con un volumen de demanda significativo. Por tanto, se deben establecer las pautas para su promoción y explotación, convirtiendo a los actores locales en los embajadores de su propia comarca.

Objetivos específicos de actuación

Según los objetivos del plan general:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.
- Diversificar la oferta de productos y servicios poniendo en valor la cultura, valores y recursos locales disponibles aprovechando la relevancia del Caminito del Rey.
- Fomentar el desarrollo equitativo de todos los territorios que forman parte del Valle del Guadalhorce.

Según las necesidades detectadas, los objetivos específicos son:

- Contribuir a la estabilidad económica de las empresas autóctonas de la comarca y asegurar su viabilidad a largo plazo.
- Garantizar la preservación para los productos típicos mediante, por ejemplo, las denominaciones de origen.
- Posicionamiento de los municipios del Valle y de su conjunto como destinos auténticos

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades locales ● Empresarios ● Residentes

Resultados previstos

- Un mayor aprovechamiento de los productos auténticos del Valle
- Mejora en la promoción y posicionamiento del Valle como un destino autóctono con productos tradicionales
- Mejoras en la colaboración entre los diferentes agentes turísticos del destino
- Fomento de las actividades tradiciones de los pueblos

Indicadores

Indicador 1.5.5

- Número de establecimientos que han integrado los productos locales en la cadena de valor de su negocio

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción está directamente relacionada con la mejora de la experiencia turística en el Valle del Guadalhorce, ya que fomenta el desarrollo de actividades tradicionales que resultan de gran interés para la demanda actual. El GDR del Valle del Guadalhorce no es titular de los terrenos y recursos implicados en el desarrollo de esta acción, no obstante es el agente que participa en los procesos de promoción y coordinación de las actividades entre los agentes turísticos de la comarca.

Ficha #29

Eje programático	
Transición digital	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 2.1.	Digitalización de infraestructuras de uso turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 2.1.1	Desarrollo de aplicaciones de información turística que sirvan de apoyo a las Oficinas de Turismo
Descripción	
<p>Esta acción debe coordinarse con la acción 1.2.5, 2.1.2 y 2.2.1.</p> <p>Las aplicaciones móviles son una forma de dotar al destino de un portal de información siempre disponible para el visitante. La ventaja de una app frente a un sitio web reside en la mayor capacidad de personalización que ofrece al usuario, además de ser una fuente de datos valiosa para el destino. Se recomienda priorizar el desarrollo de la <i>app</i> en sistemas Android por su menor coste y desarrollar la versión de iOS en una fase posterior. Así, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crear una <i>app web</i> de información turística comarcal (Android, iOS) a partir del contenido de la web guadalhorceturismo.com: <ul style="list-style-type: none"> - mostrar acceso a los tres grupos de experiencias turísticas (acción 2.2.1) y a la descarga del <i>marketplace</i> (1.2.5) en la pantalla principal - integrar las digitalizaciones realizadas en las acciones 2.1.2 (senderos) y 2.2.1 (secciones <i>Cultura, Gastronomía y Agroturismo y Planifica</i>) usando las APIs de los servicios pertinentes (Wikiloc, Google Maps) 	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<ul style="list-style-type: none"> ● Horario apertura establecimientos de servicio al turista no apropiados ● Carencia de un canal de comercialización conjunto (clubes de producto) y promoción online directo ● Óptima coyuntura de financiación pública (fondos europeos, estatales...) para el desarrollo de proyectos locales, la digitalización del sector público y privado, etc. 	
Objetivos específicos de actuación	
<p>La acción se alinea con los objetivos del Plan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino 	

Específicamente, la acción persigue:

- Ampliar los canales de información turística de la comarca
- Complementar el servicio que ofrecen las oficinas de turismo

Actor ejecutor

- GDR Valle del Guadalhorce
- Asociaciones de turismo

Actores implicados

- Autoridades locales
- Empresarios

Resultados previstos

- Una aplicación de información turística que integre los contenidos turísticos de la comarca

Indicadores

Indicador 2.1.1

- Fecha de publicación de la app en tiendas digitales (Android, iOS)
- Número de descargas de la aplicación
- Número de oficinas de información donde se ofrece la descarga

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción persigue mejorar el desarrollo de experiencias turísticas introduciendo un nuevo canal de difusión de información turística en la comarca.

Ficha #30

Eje programático	
Transición digital	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 2.1.	Digitalización de infraestructuras de uso turístico
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 2.1.2	Digitalización de los senderos existentes en la comarca y publicación en las principales aplicaciones
Descripción	
<p>La red de senderos del Valle del Guadalhorce es extensa, con más de 35 senderos registrados en diferentes formatos: guías, folletos, cartografía, Wikiloc y las webs municipales. Sin embargo, su difusión es heterogénea y no todos los municipios están representados. Esta acción busca homogeneizar la información senderista en un único estándar, usando el portal Wikiloc, para lo que será necesario coordinarse con la Acción 2.1.1 y 2.2.1. La Federación Andaluza de Montañismo (FAM) ofrece información precisa para digitalizar los senderos locales, PR y GR. Se propone:</p> <ul style="list-style-type: none">● Recuperar el acceso al perfil de Guadalhorce Turismo en Wikiloc● Digitalizar y publicar todos los senderos (pequeño recorrido, gran recorrido, rutas y senderos locales, rutas geológicas, ornitológicas, el Camino Mozárabe y la Ruta Mariana) en Wikiloc<ul style="list-style-type: none">- Agrupar los senderos en Listas de Wikiloc según su nivel de dificultad: bajo, medio y alto.● Integrar los senderos digitalizados en la <i>web app</i> de información turística mostrando la ruta e iniciándola en Wikiloc, usando su API (acción 2.1.1).● Integrar los senderos digitalizados en la web guadalhorceturismo.com aprovechando la API de Wikiloc (acción 2.2.1)	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<ul style="list-style-type: none">● Entorno natural característico y de calidad idóneo eventos deportivos, rutas como la del Camino Mozárabe de Santiago...● Carencia de un canal de comercialización conjunto (clubes de producto) y promoción online directo	
Objetivos específicos de actuación	
<p>La acción se alinea con los objetivos del Plan:</p> <ul style="list-style-type: none">● Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino	

Específicamente, la acción persigue:

- Incrementar la presencia de la comarca en una de las comunidades de senderismo más amplias del mundo
- Hacer más accesible la oferta senderista de la comarca
- Tomar el control de la difusión de información senderista de la comarca

Actor ejecutor	Actores implicados
GDR Valle del Guadalhorce	<ul style="list-style-type: none">● Asociaciones de turismo● Autoridades locales Asociación GDT Valle del Guadalhorce

Resultados previstos

- Una digitalización completa de las rutas senderistas de la comarca
- El control de la información online sobre los senderos de la comarca en Wikiloc, asegurando que los recorridos se corresponden con los oficiales y que la información sobre los mismos es correcta
- Un nuevo canal de *feedback* procedente de los usuarios de Wikiloc al realizar las rutas

Indicadores

Acción 2.1.2	<ul style="list-style-type: none">● Número de senderos digitalizados en el perfil Guadalhorce Turismo● Número de senderos integrados en la app de información turística● Número de senderos integrados en la web guadalhorceturismo.com
--------------	---

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción persigue mejorar el desarrollo de las experiencias turísticas vinculadas al senderismo proporcionando toda la oferta del segmento en un único perfil gestionado por el GDR Valle del Guadalhorce, controlando la información que se comparte de los mismos y asegurando que su itinerario es el reconocido por la FAM o las entidades locales.

Ficha #31

Eje programático	
Transición digital	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 2.2.	Mejora de la visibilidad y posicionamiento en entornos digitales
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 2.2.1	Mejora de la navegación y los contenidos de la página web orientada al turismo en el Valle del Guadalhorce
Descripción	
<p>La principal web de turismo de la comarca, guadalhorceturismo.com, cuenta con contenido orientado a informar al turista de las posibilidades de la comarca. No obstante, se pueden introducir mejoras que homogenicen su estructura y consigan una mejor experiencia. Esta acción debe coordinarse con la Acción 2.1.2. y 2.2.2:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Acciones para el menú superior de la web: <ul style="list-style-type: none"> - Enlazar al <i>marketplace</i> y al club de producto ● Acciones para la sección de <i>Turismo Activo y Naturaleza</i> de la web guadalhorceturismo.com: <ul style="list-style-type: none"> - Situar el selector de productos activos al comienzo de la web, como en la sección de Cultura, y desplegar solo uno cada vez al hacer click: <ul style="list-style-type: none"> - Con el nuevo espacio ganado, crear contenido de descripción más detallado para cada producto, evitando enlaces externos que solo describan el producto. - Crear dos nuevos botones en el selector de productos: un calendario de eventos deportivos y la Ruta Mariana. <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> - Ciclismo, Ornitología, Senderismo, Geología, Camino Mozárabe, Ruta Mariana: <ul style="list-style-type: none"> - Retirar enlaces externos descriptivos en estos productos y enlazar a nuevas páginas - Crear páginas específicas para cada ruta de estos productos con contenido propio, incluyendo <i>mashups</i> de Wikiloc. Ejemplo de buena práctica al diseñarlas: senderos de Asturias. - Incluir en cada producto enlaces hacia las empresas que comercializan experiencias (si hubiera), añadiendo las nuevas propuestas de la Acción 1.5.2. Ejemplo de buena práctica de guadalhorceturismo.com: 	



Vía ferrata

Las vías ferratas son itinerarios de montaña que disponen de herramientas como peldaños, cables, rampas, rieles y diversos apoyos, que facilitan realizar la ruta con mayor seguridad a quienes la realizan. Se trata de una actividad donde la adrenalina y la superación están muy presentes, a medio camino entre el montañismo y la escalada. En el Valle del Guadalhorce disponemos de algunas de las vías ferratas más singulares de España, como la [vía ferrata del Chorro](#) o [Caminito del Rey](#).

¿Quieres disfrutar de la experiencia? Haz tu reserva:

- Turismo Activo: La Garganta
- El Triángulo Activo: Caminito del Rey
- ÁloraTur

- Acciones para la sección de *Cultura* de la web [guadalhorceturismo.com](#):
 - Desplegar un producto cultural cada vez, pinchando en el selector de productos superior. Con el nuevo espacio ganado, crear contenido propio más detallado para cada producto y evitar enlaces a sitios externos que solo describan el producto.
 - Crear un nuevo botón en el selector de productos: un calendario de fiestas tradicionales. Integrar aquí el contenido de la sección [Vivencias](#). Se propone incluir como mínimo: semana santa, ferias, fiestas patronales y recreaciones históricas.

Cultura, historia y tradición

El Valle del Guadalhorce es rico en patrimonio cultural, que ofrece a los visitantes **distintas rutas y manifestaciones culturales** de influencia religiosa, así como de la vida agrícola y ganadera.

Pueblos blancos llenos de color e idiosincrasia, donde aún perdura la **artesanía** de oficios tradicionales de las sabias manos de artesanos.



Rutas

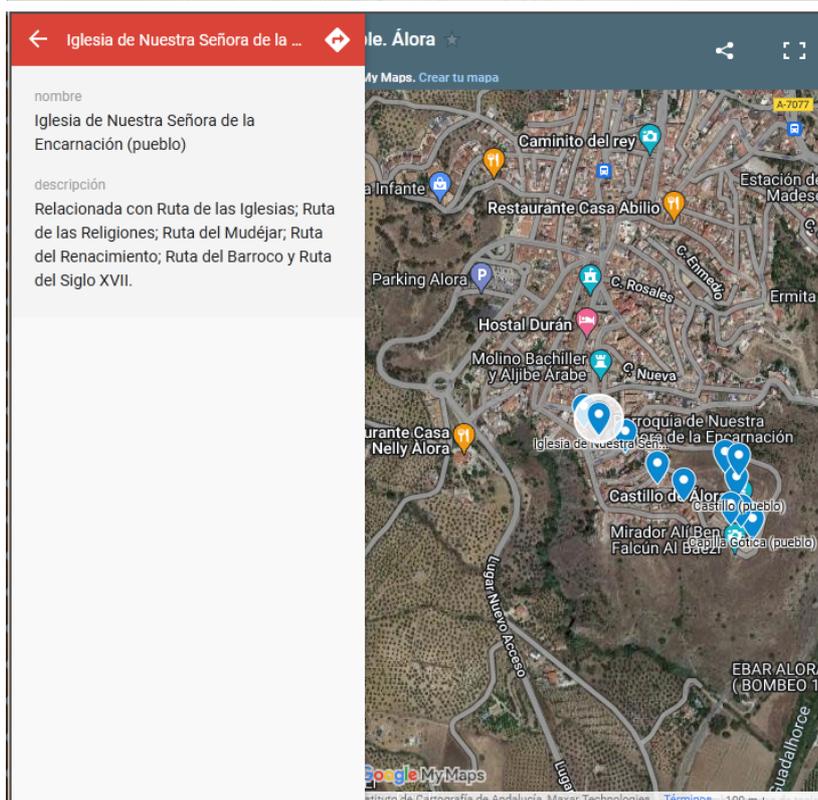
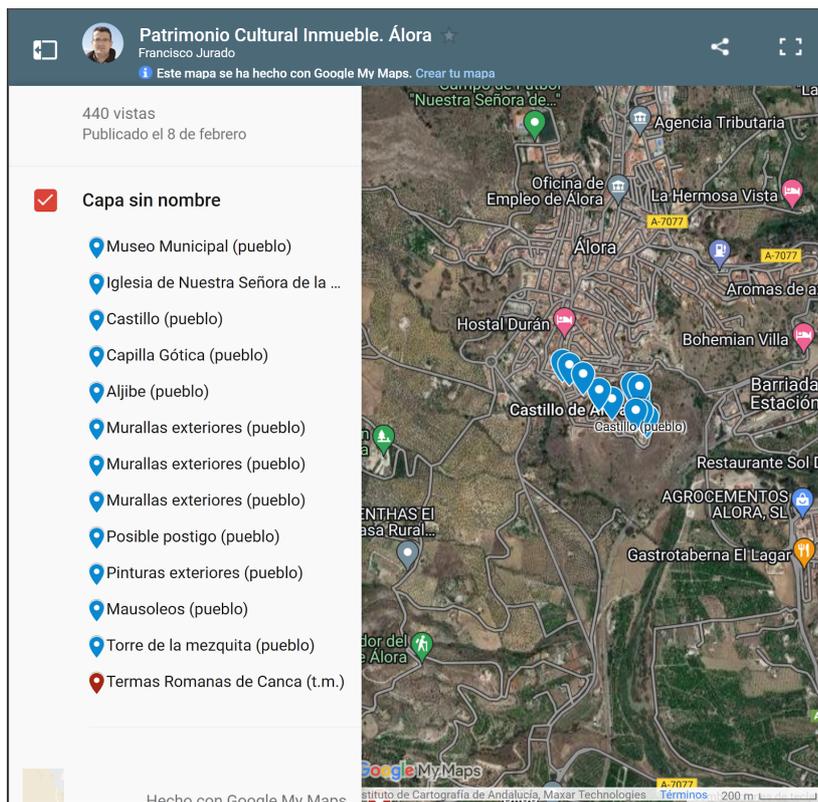


Museos



Patrimonio

- En el caso de las rutas Mariana y Camino Mozárabe, incluir una descripción de las mismas y enlazar a páginas creadas en subacción anterior (ver *Mejorar la sección de Turismo Activo y Naturaleza*).
- Cartografiar los recursos culturales y los yacimientos arqueológicos (únicamente aquellos visitables y con alguna señalización) de la comarca, usando un *mashup* de Google My Maps y acompañarlo de una breve descripción. Ejemplo de integración web: ([enlace](#)):



- Acciones para la sección de *Gastronomía y Agroturismo* de la web *guadalhorceturismo.com*. Crear un selector de productos que siga la estructura de las secciones Cultural y Activo, desplegando uno cada vez. Los productos y botones del panel serán:
 - Las experiencias agro-gastronómicas disponibles en la comarca (Acción 1.5.1), incluyendo a

los actores que las realizan (agricultores, fábricas...)

- Un botón calendario con los eventos gastronómicos de la comarca (integrando el contenido de la sección [Vivencias](#) de [guadalhorceturismo.com](#))
- Un botón de Bares y Restaurantes que:
 - Despliegue un filtro de municipios, mostrando solo uno cada vez.
 - En cada municipio, incluya el contenido de bares y restaurantes de la sección [Planifica](#), mostrados de forma más visual y con categorías. Ejemplo de buena práctica: [Turismo de Ronda](#).
- Un botón de productos (Acción 2.3.5)
- Acciones para la sección *Planifica* de la web [guadalhorceturismo.com](#): reducir el contenido a *Cómo llegar y moverse por la comarca*, *Dónde alojarte en cada municipio* y *Recomendaciones*:
 - *Cómo llegar y moverse por la comarca*:
 - indicar las principales carreteras de acceso a la comarca desde Málaga y la Costa del Sol
 - indicar las principales conexiones por carretera, ferroviarias y su frecuencia del Caminito con los municipios de la comarca
 - añadir un *mashup* de navegación de Google Maps, incluyendo una chincheta de localización para cada municipio con un botón para generar la ruta. Ejemplo, [integración](#):



- *Dónde alojarse en cada municipio*: añadir un filtro por municipio y presentar el alojamiento en categorías. Ejemplo de buena práctica: [Turismo de Ronda](#).
 - Mostrar la oferta de VFT, VTAR y Casas Rurales en Google Maps: [ejemplo](#).
- Retirar la sección *Vivencias* de la web una vez su contenido se haya integrado en el resto de secciones.
- Añadir nueva sección, *Recomendaciones*, para tres tipos de estancia: un día, tres días y una semana.

Necesidades del destino que justifica la actuación

- Carencia de un canal de comercialización conjunto (clubes de producto) y promoción online directo

- No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad
- Óptima coyuntura de financiación pública (fondos europeos, estatales...) para el desarrollo de proyectos locales, la digitalización del sector público y privado, etc.

Objetivos específicos de actuación

La acción se alinea con los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino

Específicamente, la acción persigue:

- Mejorar la experiencia de usuario de la web
- Incrementar el número de visitas
- Simplificar los contenidos web y reducir reiteraciones

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none"> ● Asociación GDT Valle del Guadalhorce 	<ul style="list-style-type: none"> ● Áreas de turismo de los ayuntamientos de cada municipio ● GDR Valle del Guadalhorce

Resultados previstos

- Un sitio web más intuitivo, con información actualizada y contenido propio
- Un mayor número de visitas, de mayor duración
- Un mayor control de la información turística de la comarca publicada en internet

Indicadores

Indicador 2.2.1	<ul style="list-style-type: none"> ● Variación porcentual del tiempo de navegación de usuarios en el sitio web ● Fecha de actualización de los contenidos en cada sección de la web ● Número de páginas creadas ● Número de <i>mashups</i> realizados
-----------------	---

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción pretende mejorar el desarrollo de experiencias turísticas proponiendo un sitio web con una información mejor presentada, más útil y fácil de usar para el visitante, contribuyendo a la difusión de las experiencias turísticas de la comarca en el medio online.

Ficha #32

Eje programático	
Transición digital	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 2.2.	Mejora de la visibilidad y posicionamiento en entornos digitales
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 2.2.2.	Mejora del posicionamiento del sitio web de turismo de la comarca
Descripción	
<p>El posicionamiento en buscadores de la web guadalhorceturismo.com tiene muchas posibilidades de mejora. Actualmente en Google ocupa la segunda página, en el puesto 15 en búsquedas desde España, y la quinta página, en el puesto 55, cuando se busca desde el principal mercado emisor extranjero, Reino Unido. La web actualmente utiliza técnicas de marketing de buscadores (Google AdWords SEM), pero su posicionamiento orgánico (SEO) no está beneficiándose de ello. Por lo tanto, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rediseñar la estrategia SEM: <ul style="list-style-type: none"> - Usar Google Trends para identificar cuándo se interesan por los productos presentes en el Guadalhorce los principales mercados emisores: Andalucía, España y Reino Unido (p. ej. senderismo, escalada, gastronomía...). - Realizar campañas SEM que aprovechen las tendencias detectadas, asociando los productos (senderismo, kayak, gastronomía) como <i>keywords</i> al sitio guadalhorceturismo.com ● Abordar el rediseño del contenido web propuesto en la Acción 2.2.1. siguiendo criterios de calidad para mejorar el posicionamiento SEO. Se propone: <ul style="list-style-type: none"> - Publicar contenido que alargue la estancia del usuario en la web. - Utilizar palabras clave web especializadas y relevantes para cada página. - Rellenar la etiqueta web de <i>metadata</i> con contenido relevante para aprovechar mejor la presencia en resultados de búsqueda. - Actualizar frecuentemente los contenidos web para evitar su obsolescencia. - Optimizar los enlaces: <ul style="list-style-type: none"> - retirando enlaces con texto genérico como “Más información” - usando palabras claves para enlazar, como nombres de productos y destinos. - enlazar a páginas con contenido relevante, revisando su vigencia periódicamente - solicitando a aquellas páginas a las que enlazamos y aquellas con alto tráfico que incluyan enlaces a guadalhorceturismo.com (webs de turismo de los municipios, Costa del Sol, Andalucia.org, agencias de viaje online, etc) 	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<ul style="list-style-type: none"> ● Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen 	

comarcal

- No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad

Objetivos específicos de actuación

La acción se alinea con los objetivos del Plan:

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.

Específicamente, la acción persigue:

- Optimizar la inversión en campañas SEM de la web de turismo de la comarca
- Optimizar el posicionamiento natural de la web para mejorar su posición en buscadores

Actor ejecutor

- GDT Valle del Guadalhorce

Actores implicados

-

Resultados previstos

- La web de turismo aparece entre los primeros cinco resultados de búsqueda en sus principales mercados emisores (Andalucía, España, Reino Unido)
- El sitio guadalhorceturismo.com queda asociado en buscadores a las *keywords* usadas en las campañas SEM y en las etiquetas web.

Indicadores

Acción 2.2.2

- Variación porcentual del tráfico de usuarios al sitio web

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción mejorará el posicionamiento de la web de turismo de la comarca, lo que permite que las experiencias turísticas del Valle del Guadalhorce tengan mayor difusión online y que la fuente de información de las mismas sea la web de turismo de la comarca.

Ficha #33

Eje programático	
Transición digital	
Número Estrategia	Nombre Estrategia
Estrategia 2.2.	Mejora de la visibilidad y posicionamiento en entornos digitales
Número Actuación	Nombre Actuación
Acción 2.2.3	Mejora de perfiles de redes sociales y adecuación de sus contenidos para incentivar el turismo en la comarca
Descripción	
<ul style="list-style-type: none"> ● Crear una estrategia de publicación a partir del contenido ya publicado, revisando qué tipo de publicación ha tenido más interacción y priorizando su presencia en el calendario ● Crear un perfil de TikTok para la comarca bajo el mismo usuario que el resto de redes sociales: @viveguadalhorce ● Crear un calendario de publicaciones para las redes sociales de Guadalhorce Turismo (Facebook, Instagram, Twitter y TikTok), fijando una periodicidad y tipos de publicación <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar un gestor de <i>social media</i> para crear el calendario y programar el contenido - Incluir contenido generado por los visitantes a la comarca al calendario de publicaciones, vía compartir (Facebook, TikTok e historias de Instagram) o retuit (Twitter) - Incluir publicaciones que den a conocer el comercio local turístico de la comarca ● Crear un manual de estilo para publicar en redes sociales para unificar el tono de las redes sociales y aprovechar el formato de cada una. Algunas acciones recomendadas son: <ul style="list-style-type: none"> - Crear plantillas de imagen y vídeo homogéneas para dar unidad a la imagen del destino en redes y facilitar el proceso de creación de contenido - Mantener una misma imagen de perfil, una misma descripción y un mismo enlace a guadalhorceturismo.com para todas las redes sociales. - Usar el logo de guadalhorceturismo.com para todos los perfiles sociales, adaptando la imagen para evitar imágenes cortadas. - Priorizar usar imágenes profesionales de la comarca sobre imágenes de menor calidad 	
Necesidades del destino que justifica la actuación	
<ul style="list-style-type: none"> ● Ausencia de una imagen/identidad propia del destino: “Caminito del Rey” absorbe la imagen comarcal ● No existencia de enfoque común de desarrollo turístico de la comarca facilitando el diseño de estrategias y su efectividad 	
Objetivos específicos de actuación	
La acción se alinea con los objetivos del Plan:	

- Incrementar la visibilidad, competitividad y posicionamiento turístico del Valle del Guadalhorce como destino.

Específicamente, la acción persigue:

- Optimizar el contenido publicado por las redes sociales de turismo de la comarca
- Ampliar los canales de redes sociales de la comarca
- Unificar el estilo de publicación en todas las redes sociales

Actor ejecutor	Actores implicados
<ul style="list-style-type: none"> ● Asociación GDT Valle del Guadalhorce ● GDR Valle del Guadalhorce ● Asociaciones de turismo 	-

Resultados previstos

- El contenido de redes sociales recibe más interacciones
- El número de seguidores aumenta
- Los perfiles de redes sociales de la comarca son reconocibles y homogéneos

Indicadores

Indicador 2.2.3

- Número medio de seguidores en cada perfil
- Porcentaje medio de interacción con los seguidores

¿Orientada a implantar o mejorar el desarrollo de experiencias turísticas? ¿La E.L. es titular de recursos o terrenos para realizar la actuación? Si no, ¿hay acuerdo de cesión o similar del titular?

La acción persigue mejorar los medios sociales de la comarca, contribuyendo a mejorar la difusión de las experiencias turísticas.

Anexo I - Tabla de recursos turísticos de la comarca

Agricultura

Almendrales del Valle del Guadalhorce

Cítricos del Valle del Guadalhorce

Subtropicales del Guadalhorce

Huertos del Valle del Guadalhorce

Sistema de acequias del Guadalhorce

Olivar del Valle del Guadalhorce

Viñedos del Valle del Guadalhorce

Cultura

Arqueología

Conjunto Monástico Rupestre Mozárabe de Coín

Necrópolis del Hacho de Pizarra

Necrópolis del Hacho en Álora

Poblado Llano La Virgen de Coín

Santuario Íbero del Valle de Abdalajís

Villa romana de San José y Manguarra de Cártama

Yacimiento de Castillejos de Quintana de Pizarra

Yacimiento de Castillejos de Luna en Pizarra

Bananero de la Reina en Pizarra

Yacimientos arqueológicos de Cártama

Castillos

Arco del Cobertizo de Alhaurín el Grande

Castillo Árabe de Álora

Castillo de Cártama

Castillo de Alhaurín El Grande

Torre de la Vela (restos del castillo de Almogía)

Castillo de Fahala de Alhaurín El Grande

Castillo de Sancti Petri de Almogía

Torre Ubrique de Alhaurín El Grande

Centro histórico

Casco histórico de Álora

Casco histórico musealizado de Coín

Edificios civiles

Casa de Manuel Rodríguez de Berlanga de Alhaurín el Grande

Palacio de los Condes de Puerto Hermoso de Pizarra

Palacio de los Corbos del Valle de Abdalajís

Palacio de Montellano de Alhaurín el Grande

Escudos

Escudo de armas de la Villa de Alhaurín el Grande

Etnografía

Lavadero de la Fuente de la Reina del Valle de Abdalajís

Lavadero de la Noria de Almogía

Flamenco

Peña Flamenca de Álora

Peña Flamenca El Hargahijo de Alhaurín El Grande

Peña Unión Flamenca Alhaurina

Peña Flamenca Pepe de la Isla en Coín

Peña Flamenca Valle de Abdalajís

Peña Flamenca Cipriano Pitana de Cártama

Asociación Flamenca Sin Jartura de Coín

Peña Flamenca Amigos del Guadalhorce de Álora

Peña Flamenca Capita-Pepe de la Isla-Cultural Recreativa de Coín

Peña Flamenca Cultural Estación del Cante de Cártama

Peña Flamenca Cultural Recreativa Fuensanta La Jimena de Coín

Peña Flamenca de Almogía

Peña Flamenca de Pizarra El Caenas

Peña Flamenca Juan Gallardo de Coín

Peña Flamenca Rincón del Pena de Álora

Industrial

Molino de la Paca de Alhaurín el Grande

Molino del Bachiller de Álora

Molino harinero Los Corchos de Alhaurín

Molino Méndez de Coín

Puente del Río de Cártama

Museos

Casa Museo Antonio Gala La Baltasara de Alhaurín el Grande

Centro Reyna Manescau de Coín

Fundación Gerald Brenan de Alhaurín

Colección Museográfica de Cártama

Museo del Aceite Molisur de Alhaurín El Grande

Museo del Pan El Colmenero de Alhaurín El Grande

Museo del Valle de Abdalajís

Museo Etnográfico las Vistillas de Coín

Museo Municipal de Pizarra (solo visitas concertadas)

Museo Municipal Rafael Lería de Álora

Sala de Exposiciones de Alhaurín el Grande

Sala de Exposiciones Antiguo Convento de la Encarnación de Coín

Fundación Gustavo Thörllichen de Alhaurín El Grande

Museo de la Agricultura de Alhaurín El Grande

Musealización Casco Histórico de Coín

Museo Molino La Paca de Alhaurín El Grande

Museo Molino Los Corchos de Alhaurín El Grande

Oficios

Artesanía en Esparto del Valle de Abdalajís

Talabarteros de Almogía

Azul Cerámicas y Nabarroscoin

Cerámica Almexia

Ceramistas del Guadalhorce

Picapedreros del Valle de Abdalajís y Pizarra

Religioso

Capilla del Santo Cristo de Almogía

Casa Madre Petra del Valle de Abdalajís

Centro budista Kadampa de Alhaurín el Grande

Convento de Santa María de la Encarnación de Coín

Convento Hermanas de la Cruz de Pizarra

Cruz de Humilladero de Álora

Cruz de Humilladero de Cártama

Cuevas del Convento de Alhaurín

Ermita de la Fuensanta de Pizarra

Ermita de la Veracruz de Álora

Ermita de las Mellizas de Álora

Ermita de las Tres Cruces de Almogía

Ermita de Nuestra Señora de la Fuensanta de Coín

Ermita de San Antón de Alhaurín el Grande

Ermita de San Sebastián de Alhaurín el Grande

Ermita del Calvario de Álora

Ermita del Cristo de la Agonía de Alhaurín el Grande

Ermita del Cristo de la Sierra del Valle de Abdalajís

Ermita del Sagrado Corazón de Almogía

Iglesia de la Veracruz de Alhaurín el Grande

Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción de Almogía

Iglesia de Nuestra Señora de la Encarnación de Álora

Iglesia de San Juan de Coín

Iglesia de San Lorenzo del Valle de Abdalajís

Iglesia de San Pedro Apóstol de Cártama

Iglesia de Santa Brígida de Álora

Iglesia Ermita de Los Remedios de Coín

Iglesia Nuestra Señora de la Encarnación de Alhaurín el Grande

Ruta Mariana

Santuario Nuestra Señora de Flores de Álora

Torre de los Trinitarios de Coín

Torre Humilladero de Coín

Ecoturismo

Interpretación de la naturaleza

Casa del Forestal en Pizarra

Granja Escuela Hacienda Albuquerque

Granja Escuela Josefa Mancebo

Orniturismo

Barranco Cañas (Alhaurín el Grande)

Caserío de Monterroso (Almogía)

Cerro Gordo (Coín)

Del Nacimiento a las Pedreras (Valle de Abdalajís)

El Chorro (Álora)

Fuente del Acebuche (Alhaurín el Grande)

Gibralmora (Pizarra)

Junta de los ríos (Cártama)

La Capilla (Valle de Abdalajís)

La Charcueta (Pizarra)

Los Espartales (Cártama)

Los Llanos-Valdeperales (Coín)

Lugar de Interés Ornitológico: Río Campanillas (Almogía)

Lugar de Interés Ornitológico: El Castillo de Álora (Álora)

Lugar de Interés Ornitológico: El vado Villalón-túnel del tren (Pizarra)

Lugar de Interés Ornitológico: La Juntilla (Coín)

Lugar de Interés Ornitológico: Las Vegas de Hipólito y de Santa María (Pizarra-Álora)

Lugar de Interés Ornitológico: Molino de los Corchos y de Tahona (Alhaurín el Grande)

Lugar de Interés Ornitológico: Río Bajo (Coín)

Monte Hacho (Álora)

Sierra Blanca-Matagallar (Coín)

Subida al Sancti Petri (Almogía)

Subida al Santo (Pizarra)

Zonas recreativas

Zona recreativa del Puente de Hierro de Cártama

Zona recreativa Raja Ancha de Pizarra

Zona recreativa El Nacimiento de Coín

Zona recreativa del Valle de Abdalajís (zona de Los Lavaderos)

Parque Periurbano de Alhaurín El Grande

Espacios Naturales

Complejos Serranos de Interés Ambiental

Sierra Blanca - Canucha - Alpujata

Sierra de Abdalajís - Huma

Sierra de Aguas

Sierra de Cártama

Sierra de Mijas

Sierra de Pizarra

Cuevas

Cueva de los Infantes de Álora

Cueva Oscura de Pizarra

Embalses

Casasola

Conde del Guadalhorce

Guadalhorce

Guadalteba

Tajo de la Encantada

Paraje Natural

Desfiladero de los Gaitanes

Parajes Sobresalientes

Cabecera del Río Alamillo y la Fuente (Coín)

Reserva de la Biosfera

Reserva de la Biosfera Intercontinental del Mediterráneo

ZEC

ZEC Desfiladero de los Gaitanes

ZEC Río Fuengirola

ZEC Ríos Guadalhorce, Fahala y Pereilas

ZEC Sierras de Abdalajís y de la Encantada Sur

ZEC Sierras de Alcaparaín y de Aguas

ZEPA

ZEPA Desfiladero de los Gaitanes

Eventos

Celebraciones

Alhaurín Flamenca

Día de la Almendra de Almogía

Día de la Naranja de Coín

Día y rutas de la Tapa

Día de las sopas Perotas de Álora

Jornada ciclista de Almogía y Álora

Fiestas de primavera de Coín
Mercado de Quesos Quesandaluz
Noche al Raso de Coín
Noche Flamenca Villa de Alhaurín el Grande
Ruta de la tapa de Pizarra
Subasta del tomate Huevo Toro
Tapeando en Cuaresma en Alhaurín el Grande
Jornadas Gastronómicas "El Sabor de la Semana Santa"
Nochevieja de Coín
Noche Flamenca Villa de Alhaurín el Grande
Noches Al-loárabe
Noche de la Bella Jarifa en Cártama

Fiestas tradicionales

Cruces de mayo de Álora
Concurso de Cante de la Trilla
Día de la Cruz y Fiesta de las Cruces
Feria de Almogía
Feria de Álora
Feria de Cártama
Feria de Coín
Feria de Alhaurín El Grande
Feria de Pizarra
Feria del Valle de Abdalajís
Festival de Verdiales de Almogía
Fiesta de Verdiales de la Ermita de las Tres Cruces
Las Candelarias del Valle de Abdalajís
Procesión de los Moraos de Alhaurín el Grande
Romería de la Fuensanta de Coín
Romería de la Virgen de las Flores

Semana Santa Alhaurín el Grande

Semana Santa de Álora

Semana Santa de Coín

Experiencias turísticas

Apicultura

Visitas en Apícola Milosi en Alhaurín el Grande

Elaboraciones

El Pastor del Valle en Alhaurín

Marije bakt brood

Ganadería

Pastoreo en la Ganadería de la Niña del Río

Oleoturismo

Museo del Aceite de Almazara Molisur

Enoturismo

Catas de vino Lascas de Pedernal

Visitas a bodega Pérez Hidalgo

Visita con cata a Bodega Sánchez Rosado

Huertas

Huerta de la Familia Hevilla

Juanito Orange en Cártama

La Huerta de Carmen

Finca La Calerita

Gastronomía

Elaboraciones tradicionales

Ajoblanco

Aceitunas aloreñas aliñadas

Chivo malagueño

Empanadillas de batata de Pizarra

Majaillo de Espárragos de Pizarra

Mantecados

Pan

Quesos artesanales

Sopa Cachorreña de Alhaurín El Grande

Sopa de caldo poncima de Cártama

Sopas perotas

Torta cartameña

Tortillitas de masa de Pizarra

Producto típico

Almendras

Borrachuelos

Cítricos

DOP Aceituna Aloreña

Embutidos

Salchichón de Peña de Coín

Miel

Pestiños

Tomate Huevo Toro

Tortas de aceite

Bollos de Aceite de Alhaurín El Grande

Vinos

Nueces pecanas

Industrias alimentarias

Almazara

Almazara Molisur en Alhaurín

Molino Aceitero La Molina en Álora

Aceites Sur Andalucía en Coín

Molino del Río Fahala en Alhaurín el Grande (molienda a particulares)

Bodegas

Bodega Lascas de Pedernal en Cártama

Bodegas Pérez Hidalgo en Álora

Bodegas Sánchez Rosado en Cártama

Bodega Viñerón en Coín

Cervecera

Cerveza Artesanal La Trinidad en Alhaurín el Grande

Encurtidos

Aceitunas y Encurtidos Bravo en Alhaurín el Grande (DOP)

Aceitunas Yoliva en Coín

SCA Manzanilla Aloreña en Álora (DOP)

Aceitunas Lucena en Coín

Aceitunas Gonalbe en Cártama

Aceitunas Redondo en Álora

Aloreña de Oliva en Álora

Frutos secos

Almendra del Sur

Mieles y apicultura

Miel Lagares en Álora

Miel La Molina en Álora

Miel La Fraguara en Coín

Apícola Milosí en Alhaurín el Grande

Miel Fuente del Sol en Alhaurín el Grande

Inmaculada Molero Jiménez en Almogía

Apícola Luca en Cártama (José David Luque Gómez)

Cosméticas

Fábrica cosmética de Pizarra

Lácteos

Ganadería de la Niña del Río en Almogía

Quesería Campos La Malagueña en Almogía

El Pastor del Valle en Alhaurín el Grande

Quesos El Llano Jaral en Álora

Quesería la Hortelana en Coín

Reuniones y Congresos

Espacios de congresos

Hacienda La Esperanza

Hacienda Los Conejitos

Servicios turísticos

Alquiler de vehículos

Enduropark Andalusia

Lobato Motor

Toro Adventure

Envío a domicilio en el medio rural

Rural shoppers

Oficina de turismo

Oficina de Turismo de Álora

Oficina de Turismo de Alhaurín El Grande

Oficina de Turismo del Valle de Abdalajís

Oficina Municipal de Turismo de Coín

Visitas turísticas

Ruta por el casco histórico de Alhaurín El Grande

Visitas turísticas ofertadas por el Ayuntamiento de Álora

Visitas turísticas ofertadas por el Ayuntamiento de Valle de Abdalajís

Visitas turísticas ofertadas por el Ayuntamiento de Coín

Teatros y Auditorios

Teatro

Casa de la Cultura de Coín - Ciclos de Teatro

Teatro de Alhaurín el Grande

Teatro Cervantes de Álora

Turismo activo y deportivo

Agencias de turismo activo

Áloratur Caminito y Visitas en pueblos

Andalucía Hikers

Andalusien Entdecken

Aventura Sports

Bikekick Spain Cicloturismo

Casa Martín

Centro Ciclismo Andalucía (Casa el Naranjo) Cicloturismo

Costa Golf Guide

Discover Andalucía 4x4

DoctorKite Málaga Surf

Dust Devils Adventure Tours

El Chorro Aventuras Caminito y Vías Ferratas

El Triángulo Activo Caminito del Rey

Go Beyond 4x4

Go Beyond Ciclismo

La Garganta Activa

Multiaventuras Coriolis

Paraíso de la Aventura

SportMadness

ToroTrail Cicloturismo

Ciclismo

De Alhaurín el Grande a Cártama

De Almogía al Valle de Abdalajís

De Álora a Pizarra

De Cártama a Almogía

De Coín a Alhaurín el Grande

De Pizarra a Coín

Del Valle de Abdalajís a Álora

Equitación

Asociación Equino El Chorro

Centro Andalusi de Rescate de Caballos

Centro Ecuestre El Rocío

Fuego Blanco

Rancho Pancho

Ride With Me, Ride In Spain

Escalada

Rocódromo de Álora

Rocódromo del Valle de Abdalajís

Áreas de escalada del Valle de Abdalajís: zonas de la Huerta, del Higuerón, del Nacimiento y de la Carretera.

Golf

Alhaurín Golf

Gran Recorrido

Corredor Verde del Guadalhorce

Senda fluvial de Coín

GR 245. Etapa 1: Málaga - Almogía (Camino Mozárabe de Santiago)

GR 245. Etapa 2: Almogía - Villanueva de la Concepción (Camino Mozárabe de Santiago)

GR 248. Etapa 1: Estación de El Chorro - Álora

GR 248. Etapa 2: Álora - Pizarra

GR 248. Etapa 3: Pizarra - Estación de Cártama

GR 248. Etapa 4: Estación de Cártama - Málaga

GR 249. Embalses del Guadalhorce - Estación de el Chorro (Álora)

GR 249. Etapa 21. Estación de El Chorro (Álora) - Carratraca - Ardales

GR 249. Etapa 32. Ojén - Mijas

GR 249.2. Variante Coín - Puerto de los Pescadores - Alhaurín el Grande - Alhaurín de la Torre

GR 249.4. Variante Etapa 2. Antequera - Valle de Abdalajís

GR 249.4. Variante Etapa 3. Valle de Abdalajís - El Chorro (Álora)

GR 7 E - 4 Sendero Andaluz Etapa 6 Ardales - Álora (Estación de El Chorro)

GR 7 E - 4 Sendero Andaluz Etapa 7 Álora (Estación de El Chorro) - Valle de Abdalajís

GR 7 E - 4 Sendero Andaluz Etapa 8 Valle de Abdalajís - Antequera

Pequeño Recorrido

PR-A 293 - Tres Cruces

PR-A 294 - Circular Torrealquería

PR-A 295 - Circular Sierra de los Espartaes

PR-A 295.1 - "Viñas Viejas"

PR-A 311 - Albuqueria – Cerro del Águila - Castillejos

PR-A 329 - Coín – Villafranco del Guadalhorce

PR-A 338 - Albuqueria – Barranco Blanco

PR-A 415 - Monte Hacho

PR-A 85 - Sendero del Nacimiento

PR-A 87 - Sendero del Torcal del Charcón

Ruta

Haza del Río (Álora)

Ruta Almogía - Cola del Embalse de Casasola

Senderos Locales

Caminito del Rey

SL-A 145 - La Alfaguara (Circular).

SL-A 146 - Mirador de Sierra Gorda (Circular)

SL-A 147 - Camino de la Ermita (por los Alberos)

SL-A 180 - Canteras Azules

SL-A 207 - Escaleras Árabes

SL-A 211 - Sendero Pizarra - Cerralba

SL-A 212 - Sendero Cerralba - Zalea

SL-A 213 - El Santo

SL-A 31 - Monte Redondo

SL-A 59 - Nacimiento – Mirador de Cerro Alaminos

SL-A 60 - Camino de la Fuente – Llanos de Matagallar