

MEMORIA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO ALKÁNTARA

www.alkantara.org

Alkántara es un proyecto europeo ha contado con la financiación de los Fondos FEDER a través de la Iniciativa Comunitaria Interreg III-A, Programa España-Marruecos. El proyecto a finalizado el 31-12-2005, y se han realizado realizando distintas actuaciones en el ámbito general del turismo con la colaboración de tres socios marroquíes:

- Diputación de Málaga (jefe de fila del proyecto).
- APDN-Agencia para la Promoción y Desarrollo Económico y Social de las Prefecturas y Provincias del Norte del Reino.
- CCISWT-Cámara de Comercio, de Industria y de Servicios de la Wilaya de Tánger.
- CECIT-Cámara Española de Comercio e Industria de Tánger.

El proyecto ha tenido el siguiente presupuesto, y ha tenido un grado de ejecución del 100%.

TIPO DE GASTO	Gastos elegibles programados	Gastos elegibles Ejecutados	% de ejecución
Obras públicas			
Adquisición de material			
Otras inversiones materiales			
Prestación de servicios	535.500,00	516.836,63	97%
Gastos de personal	195.110,22	221.028,44	113%
Formación	152.223,59	148.961,44	98%
Promoción y difusión	168.200,00	164.208,70	98%
Gastos Generales	1.500,00	1.607,65	107%
Otros (especificar)			
TOTAL	1.052.533,81	1.052.642,86	100%

El proyecto ha tenido 15 grupos de actuaciones:

A.- Actuaciones preparatorias

B.- Creación del Centro de Planificación y Promoción Turística Alkántara

C.- Formación

- Formación on line en Málaga: 4 cursos (Agente de Desarrollo Turístico, y Técnico en Información Turística)
- Formación Presencial en Málaga: 12 seminarios
- Prácticas en Empresas Turísticas en Málaga: 52 becarios
- Formación en Marruecos Presencial: 8 cursos
- Visitas de estudio de 60 estudiantes marroquíes a Málaga

D.- Estudio y análisis integral sobre la oferta y demanda turística del destino Málaga Interior (Observatorio de Turismo del Interior-OBTIMA)

E.- Guía profesional Hispano-marroquí de Turismo

F.- Rutas Turísticas Hispano-Marroquíes.

En la Provincia de Málaga:

- Ruta Arqueológica.
- Ruta Patrimonial-Monumental.
- Ruta de Turismo Religioso.
- Ruta de Turismo Gastronómico

En la región Tánger-Tetuán:

- Ruta Arqueológica.
- Ruta Patrimonial.
- Ruta de Turismo Religioso.

G.- Inventario y puesta en valor de recursos culturales de la Región Tánger-Tetuán.

H.- Estudio-Diagnóstico de las Oficinas de Información Turística de la provincia de Málaga.

I.- Elaboración de Manual de Procedimientos de Calidad para oficinas de información turística, siguiendo la norma UNE-EN ISO 9001:2000.

J.- Promoción Turística

- **Creación de Páginas web:**
 - alkantara.org
 - malaga.es/provincia (actualización de contenidos de turismo)
 - tuorismetangertetouan.org

- **Realización de CD multimedia de turismo**, promocional y profesional
- **Realización de 7 Mini-documentales turísticos**, por cada una de las comarcas de la provincia.
- Realización de un **Documental de 25 minutos “Málaga, Turismo de Interior”**
- Edición en papel y material promocional.

K.- Encuentros transfronterizos entre los socios del proyecto.

L.- Señalización Turística

- En la comarca de Nororma: estudio consultoría; y suministro y colocación de las señales.
- En la comarca de la Axarquía: estudio-consultoría.

M.-Creación de Red de Espacios Turísticos Mediterráneos.

N.- Evaluación del Proyecto

O.- Estudios del sector turismo:

- Estudio **“Oferta de Alojamientos Turísticos de Titularidad Pública Local”**.
- Estudio **“Estrategias de la Promoción y Comercialización Turística de la provincia de Málaga”**.
- Estudio **“Turismo activo y otras actividades complementarias en la provincia de Málaga”**.
- Estudio **“Desarrollo de Modelos Sostenibles de Turismo Residencial en el Medio Rural de la Provincia de Málaga”**
- Estudio **“Estadísticas Históricas sobre el Sector Turístico en Málaga (Siglo XX)”**

A.- ACTUACIONES PREPARATORIAS

Las Actuaciones preliminares del proyecto tuvieron lugar en las ciudades de Málaga y de Tánger. En un primer paso se produjo la firma de Cartas de Intenciones de todos los socios, procediendo posteriormente a la formulación del proyecto y su puesta en marcha.

B.- CREACIÓN Y ACONDICIONAMIENTO DEL “CENTRO DE PLANIFICACION Y PROMOCION TURISTICA-ALKÁNTARA”.

La primera de las actuaciones concluidas ha sido la creación y dotación de equipamiento del Centro de Planificación y Promoción de Turismo-Alkántara, ubicado en la ciudad de Málaga, en la calle Cervantes, nº 1, bajo derecha.

Para la creación de este Centro, y con el objeto de mantenerlo operativo una vez finalizado el proyecto, ha quedado cerrado un acuerdo entre el Área de Recursos e Iniciativas Locales, de la que depende el Departamento de Turismo de la Diputación de Málaga, y la Unidad de Recursos Europeos de ésta misma Diputación.

Se llevaron a cabo todos los trámites administrativos necesarios para el acondicionamiento del Centro mediante arrendamiento del equipamiento necesario compuesto por: equipos informáticos completos a disposición de los usuarios, mobiliario general, aire acondicionado, fotocopiadora, y medios audiovisuales, además de variado material informativo impreso.

La gestión y mantenimiento del Centro Alkántara desde su puesta en marcha han sido asumidos por el Área de Recursos e Iniciativas Locales de Diputación Provincial de Málaga.

C.- ACTUACIONES DE FORMACIÓN

En el campo de la formación se han ejecutado las siguientes actuaciones:

C.1.- Formación On line en España

Se ha desarrollado una actuación formativa consistente en la realización de cuatro cursos On-Line de formación turística que fueron orientados con preferencia hacia personas del interior de la provincia de Málaga, aunque se mantuvo abierta la posibilidad de poder ser solicitados por personas de otros puntos de la provincia y de diferentes colectivos, bien desempleados, estudiantes o trabajadores en activo, tanto malagueños como marroquíes residentes en Málaga.

Se puso a disposición de los alumnos para la realización de los cursos un soporte web, la plataforma www.localperiphery.com, a través del cual podían llevar un seguimiento de los contenidos de los cursos y de las evaluaciones que debían realizar, además de mantener poder contactar con los tutores responsables de cada curso.

Los cursos desarrollados trataban dos temáticas diferentes dentro del ámbito del turismo. De cada uno de estos curso se ofrecieron dos niveles: un nivel básico de 100 horas de duración (desarrollado a lo largo de un mes); y un nivel avanzado, para trabajadores, pero también para desempleados y estudiantes cuyos conocimientos y experiencia fuesen más elevados, de 200 horas de duración (desarrollado a lo largo de dos meses). Las actividades de formación dieron comienzo en Junio de 2004.

En un primer paso se produjo la recogida de solicitudes y la posterior selección de alumnos. Seguidamente tuvo lugar la inauguración de los cursos de formación teóricos el día 23 de Agosto de 2004. Los cursos se desarrollaron sin incidencias, finalizando, los correspondientes al nivel básico, el día 27 de Septiembre, y los correspondientes al nivel avanzado el día 25 de Octubre del mismo año.

La metodología de formación y estructura pedagógica del contenido general de los cursos se diseñó sobre la base de una innovadora metodología pedagógica que facilitó al alumno una formación adecuada a sus necesidades, apoyada por tutores.

El curso “Agente de Desarrollo Turístico”, para ambos niveles, se ha estructurado en los siguientes módulos formativos:

- Módulo 1: Evolución del turismo. Ordenación territorial y Planificación turística
- Módulo 2: Inventario y catálogo de los recursos turísticos
- Módulo 3: Investigación de Mercados Turísticos
- Módulo 4: La comercialización del territorio y de los productos turísticos
- Módulo 5: La legislación aplicada. Normativas y actuaciones sobre las subvenciones
- Módulo 6: Creación de empresas en el marco del desarrollo turístico
- Módulo 7: Desarrollo del turismo alternativo. Ecoturismo
- Módulo 8: La gestión de la calidad
- Módulo 9: La gestión medioambiental
- Módulo 10: Planificación de la seguridad e higiene en el trabajo

El curso “Técnico en Información Turística”, para ambos niveles, se ha estructurado en los siguientes módulos formativos:

- Módulo 1: El Sector Turístico y la Orientación Profesional
- Módulo 2: Calidad de Servicio y Atención al Cliente
- Módulo 3: Geografía Turística
- Módulo 4: Estructura del Mercado Turístico
- Módulo 5: Técnica de Información Turística
- Módulo 6: Atención Telefónica
- Módulo 7: Archivos y Documentación
- Módulo 8: Informática para las oficinas de Información
- Módulo 9: Legislación Turística
- Módulo 10: Seguridad e higiene en el trabajo

El número total de alumnos que tuvieron acceso a la Plataforma on-line fue de 355. Dichos alumnos se distribuyen en un total de 4 cursos, repartidos de la siguiente forma:

- a) Agente de Desarrollo Turístico (Nivel básico): 58 alumnos
- b) Agente de Desarrollo Turístico (Nivel Avanzado): 118 alumnos
- c) Técnico en Información Turística (Nivel Básico): 72 alumnos
- d) Técnico en Información Turística (Nivel Avanzado): 107 alumnos

Para el acceso al sistema y la visualización de contenidos teóricos de los cursos se proporcionó al alumno una clave personalizada. Esta clave de usuario y contraseña fue

personal e intransferible, de forma que se garantizó a cada alumno la privacidad de acceso a los contenidos del curso o cursos que realizó.

C.2.- Formación Presencial en Málaga

Como complemento a la formación on line, simultáneamente se desarrollaron seminarios de formación presencial que estuvieron dirigidos al colectivo de alumnos de los cursos a distancia. Los seminarios consistían en una explicación/supuesto práctico de los contenidos teóricos de cuatro horas de duración cada uno con la finalidad de fijar criterios. Se realizó una actividad cada dos semanas por cada tipo de curso, es decir, dos actividades para cada curso de 100 horas y 4 para cada curso de 200 horas, resultando un total de 12 seminarios.

C.3.- Prácticas en Empresas Turísticas

La última fase en el desarrollo de los cursos fue la realización de Prácticas en Empresas Turísticas en las que participaron 52 de entre el total de alumnos receptores de la formación teórica, y que fueron realizadas en 26 organizaciones malagueñas, tanto públicas como privadas. El horario cumplido por estos alumnos en prácticas suma un total de 100 horas repartidas a lo largo de 4 semanas. Las prácticas en empresas se desarrollaron en el período comprendido desde el 17 de Noviembre hasta el 17 de Diciembre de 2004.

Los puestos que ocuparon en dichas empresas estuvieron en consonancia con la formación recibida en los cursos teóricos. Estas prácticas han sido remuneradas con el 75% del IPREM (Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples). De igual modo, las empresas receptoras han recibido una cantidad de 180 euros/mes por becario.

La elección de las empresas y entidades se hizo teniendo en cuenta preferentemente las ubicadas en el interior de la provincia de Málaga, es decir, en aquellos municipios a los que pertenecían los alumnos que realizarían dichas prácticas.

C.4.- Formación Presencial en Marruecos

A Tánger se desplazaron los profesores tutores que impartieron cuatro cursos de tres días de duración cada uno, a grupos de 15 profesionales y 15 estudiantes del sector turístico de Marruecos. Se realizaron dos seminarios de cada temática (Hospitalidad en el Trato al Cliente, y Calidad en Establecimientos Turísticos), en dos niveles distintos, uno básico (para estudiantes), y otro avanzado (para profesionales). Los seminarios tuvieron lugar entre los días 7 y 9 de Septiembre (nivel básico) y entre los días 14 y 16 de Septiembre (nivel avanzado) de 2004. Los cursos realizados en Marruecos se impartieron en lengua francesa.

Además de la formación anterior, al haberse prorrogado la duración del proyecto, los socios del mismo decidieron incorporar una nueva actuación formativa consistente en la realización de nuevos cursos de formación. Los cursos se han desarrollado en las ciudades marroquíes de Chaouen y Tetuán, y han tenido una duración de 25 horas distribuidas a lo largo de cinco días de lunes a viernes. Han sido impartidos en lengua árabe por profesores especializados en la materia. En cuanto a la temática, los puntos fundamentales del programa formativo han girado en torno a aspectos generales de la gestión turística:

- Introducción al Turismo. Conceptos Generales.
- Estructura del Sector Turístico en Marruecos.
- Calidad en Hoteles y Empresas Turísticas.
- Atención y Hospitalidad en el Trato al Cliente.
- Contenidos Prácticos.

La metodología seguida en los cursos de formación ha estado fundamentada en unos contenidos prácticos basados en la materia teórica desarrollada. Además, contando con la profesionalidad y experiencia del profesorado el desarrollo de dicha teoría ha sido complementada con ejemplos y casos reales, lo que favorece una mejor asimilación y fijación de conceptos.

C.5.- Visitas de Estudio

Complementariamente a la formación presencial, los alumnos receptores de los cursos teóricos de Marruecos realizaron dos visitas de estudio a empresas turísticas de la provincia de Málaga, en las que sesenta alumnos marroquíes tuvieron la oportunidad de conocer algunas de las principales empresas turísticas malagueñas (hoteles, restaurantes, parques de atracciones) en las que recibieron charlas formativas relacionadas con los contenidos de los cursos teóricos recibidos. El calendario de visitas fue para los cursos de “Calidad en establecimientos turísticos” del 28 al 30 de Septiembre de 2004 ; y para los cursos de “Amabilidad en el trato al cliente” del 5 al 7 de Octubre de 2004.

D.- ESTUDIO Y ANÁLISIS INTEGRAL SOBRE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL DESTINO MÁLAGA INTERIOR.

Ha concluido la realización del estudio y análisis integral sobre la oferta y la demanda turística del destino Málaga Interior con la creación del Observatorio de Turismo del Interior-OBTIMA-, estudio que viene a actualizar otros similares efectuados anteriormente por la Diputación de Málaga.

Los objetivos generales que se han pretendido conseguir con este estudio son fundamentalmente dos:

En primer lugar, obtener un conocimiento veraz de las características de la clientela que practica turismo en el interior de la provincia de Málaga.

En segundo lugar, realizar un análisis de los datos reales de la oferta existente en el interior de la provincia, así como de su evolución.

Como objetivos específicos encontramos:

- Estudio de la evolución de la oferta turística por tipologías.
- Estudio de la evolución de la oferta turística por comarcas.
- Estudio y profundización en el conocimiento de las características de los turistas que llegan a la provincia de Málaga: sus motivaciones, preferencias, satisfacciones o quejas.

El objetivo final de OBTIMA ha sido la realización de un diagnóstico de la situación del turismo de interior de la provincia de Málaga, diferenciado por comarcas, que sirva para conocer el nivel de desarrollo turístico que presenta cada una de ellas.

El contenido de la investigación se ha estructurado en dos grandes bloques:

En un primer bloque se analiza la oferta de alojamiento turístico de interior de la provincia de Málaga: en primer lugar, la realización de un análisis general de dicha oferta desde un punto de vista histórico, exponiendo la evolución sufrida en este ámbito desde el año 1990 hasta el 2004; en segundo lugar, se realiza un examen de cual es la estructura de la oferta de alojamiento de interior de Málaga según tipologías (hoteles, hotel-apartamento, pensión, apartamento, campamentos turísticos, casas rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural); por último, se ha analizado la situación de la oferta turística de los municipios del interior de la provincia agrupándolos por Comarcas (Antequera, Axarquía, Guadalteba, Nororma, Serranía de Ronda, Sierra de las Nieves y Valle del Guadalhorce).

Para este estudio se han utilizado como fuente de información los datos oficiales del Registro de Actividades Turísticas (R.A.T.), dependiente de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, y las cifras del Instituto de Estadística de Andalucía, así como un estudio de campo realizado a través de Internet con el objetivo de cuantificar la oferta real comercializada de casas rurales mediante la visita a las páginas web de los principales intermediarios turísticos que operan en el ámbito rural.

En un segundo bloque se aborda la demanda de turismo en el interior de la provincia de Málaga.

Las diferentes variables analizadas han sido agrupadas en tres apartados: en el primero de ellos se han analizado las características de la demanda con el estudio del perfil socioeconómico del turista (edad, origen, categoría profesional, gasto medio diario en el lugar de destino y presupuesto vacacional); en el segundo se han analizado los aspectos cualitativos de la estancia, es decir, tipo de viaje, tipo de alojamiento, duración de la estancia y actividades realizadas en la zona; y, por último, se ha analizado la opinión sobre el destino, es decir, aspectos satisfactorios o insatisfactorios de su visita, motivaciones por las que la realizó, opinión general sobre diferentes aspectos, además de una valoración sobre su última visita realizada en comparación con otras anteriores.

La base de datos derivada de la encuesta, su tabulación, anexo estadístico, programas alternativos, etc. queda disponible para continuar con futuros estudios.

E.- GUÍA PROFESIONAL HISPANO-MARROQUÍ DE TURISMO.

Se ha elaborado la Guía Turística Profesional, guía que recoge la diversidad de recursos existentes: el inventario de recursos turísticos de la región Tánger-Tetuán, en la parte marroquí, y en el interior de la Provincia de Málaga. A continuación se ha realizado la difusión selectiva entre los agentes turísticos relevantes de la Provincia de Málaga que puedan generar productos turísticos complementarios entre Málaga y Marruecos.

El trabajo desarrollado se puede desglosar según el territorio de actuación:

Provincia de Málaga: se ha actualizado el inventario de recursos turísticos de la provincia de Málaga, mediante la toma de dos fotografías exteriores y una del interior del recurso correspondiente, y la determinación de las coordenadas GPS de los recursos turísticos que ya se recogen en la web de turismo de Diputación de Málaga “www.malaga.es/provincia”. Además, se ha consensuado la información básica de los recursos turísticos de cara a que exista homogeneidad entre los contenidos de los recursos malagueños y los recursos marroquíes. Para esta actualización se contó con la colaboración de los Grupos de Desarrollo Rural de la Provincia de Málaga.

El trabajo de campo se inició sobre la base del cronograma de actuación prediseñado, iniciándose las salidas a terreno para la realización de las fotografías y la georreferenciación de cada recurso. Si bien el número inicial de recursos culturales sobre los que se ha realizado la georreferenciación y la toma de fotografías era de 517, esta cifra se ha visto ampliada gracias al propio trabajo de campo, en el que se detectaron nuevos recursos (amén de corregir algunas deficiencias en los ya existentes). Al mismo tiempo se ha sistematizado el proceso y tratamiento de la información, lo cual ha requerido de una formación adicional en aras de asegurar una total compatibilidad entre sistemas.

Una vez finalizado el trabajo de campo, se ha actualizado la información en la web del proyecto Alkántara (www.alkantara.org), así como se está procediendo a los cambios pertinentes en su diseño para la inclusión tanto de las referencias de situación geográfica como de las fotografías realizadas a cada recurso.

Región Tánger-Tetuán: el trabajo contiene un inventario y análisis completo de los recursos turísticos que componen la oferta integral en esta zona de Marruecos.

Se realizó la recopilación de información turística básica: recursos turísticos (alojamiento, intermediarios turísticos, oficinas de información, etc.), y recursos culturales (patrimoniales, arqueológicos, etc.). Para ello se mantuvieron reuniones de trabajo quincenales con los socios marroquíes del proyecto, y con los miembros de la Red de Espacios Turísticos Mediterráneos detallado en el punto M, para consensuar y validar las actuaciones previstas en Marruecos.

Una vez recopilada la información básica, relativa a los recursos a incluir, se inició el trabajo de campo, dirigido por dos técnicos, un arqueólogo marroquí y la colaboración de representantes de instituciones de la Región.

La estructura de la Guía, en la parte marroquí, se ha basado en el territorio de la dos Wilayas que componen la región: Tánger y Tetuán. A su vez, se ha realizado una división por provincias/prefecturas y por comunas, y a continuación se exponen los recursos ordenados de la siguiente forma: establecimientos (hoteles, camping...), instituciones turísticas (restaurantes, agencias de viajes, alquiler de coches, instituciones...), y recursos culturales (patrimoniales, arqueológicos, etc...). En resumen, 332 recursos de los cuales 104 son de alojamiento, 133 son empresas e instituciones y 95 son recursos culturales. Para cada uno, se ofrece información detallada de utilidad para los intermediarios turísticos. Finalizado el trabajo de campo, fueron corregidos y validados los recursos (y la información suministrada de cada uno) por parte de las instituciones, corporaciones, organismos, entidades y empresas marroquíes que han colaborado en esta actuación, y que fueron las que forman la Red de Espacios Turísticos Mediterráneos.

Como valor añadido al proyecto, se ha incorporado a la Guía Profesional la localización geográfica de los recursos (de los cuales están ya tomadas sus coordenadas geográficas). Se establecieron contactos con la Junta de Andalucía, si bien la cartografía suministrada (fotografía aérea de elevada calidad) carecía de su necesaria localización exacta (coordenadas de localización).

Una vez completada y actualizada la base de datos, ha finalizado el diseño definitivo de la Guía Profesional, el cual se ha realizado simultáneamente al de la página web del

proyecto (www.alkantara.org), para mantener un estilo homogéneo en ambas publicaciones.

Para la Guía de recursos turísticos en su parte marroquí, dada su importancia y al igual que ocurre con la web www.malaga.es/provincia (que recoge los recursos turísticos de la provincia de Málaga), se ha creado un dominio propio www.tourismetangertetouan.org, al cual se enlaza también desde www.alkantara.org.

F.- RUTAS TURÍSTICAS HISPANO-MARROQUÍES.

Uno de los trabajos relativos a la valorización de los recursos turísticos y culturales de la provincia de Málaga y de la Región Tánger-Tetuán corresponde a la elaboración de Rutas Turísticas Temáticas, basadas en los recursos patrimoniales y en las expresiones religiosas. Dada la gran diversidad de recursos culturales, patrimoniales y religiosos con que cuentan ambos territorios, la estructura de este trabajo se ha subdividido en las siguientes rutas temáticas diferenciadas:

En la Provincia de Málaga:

- Ruta Arqueológica, que recoge un inventario de los principales castillos y fortalezas árabes de la provincia de Málaga.
- Ruta Patrimonial-Monumental, en la que se incluyen los recursos del patrimonio cultural, arquitectónico, natural, paisajístico, etnológico, arqueológico, relacionados con la cultura árabe en Marruecos.
- Ruta de Turismo Religioso, que hace un recorrido por los más importantes recursos religiosos de la comarca malagueña de Nororma.
- Ruta de Turismo Gastronómico, con la elaboración de un libro de comida tradicional malagueña, que repasa la historia de la gastronomía más popular de la provincia y que aporta, además, un completo recetario.

En la región Tánger-Tetuán:

- Ruta Arqueológica que recoge los principales recursos arqueológicos de la Región Tánger-Tetuán.

- Ruta Patrimonial que hace un recorrido por las cinco principales ciudades deteniéndose en el elemento común de todas, la Medina, y por los principales museos.
- Ruta de Turismo Religioso que recoge el importante legado de la zona, mezquitas, zawiya, mausoleos, etc.

El proceso de elaboración y redacción de cada una de ellas ha seguido varias fases: recopilación de información realizada en paralelo al inventario de recursos culturales; visita a los recursos, auditoria de calidad del recurso, toma de fotografías y georreferenciación mediante GPS; documentación sobre cada recurso y sobre las rutas decididas; selección de los recursos a incluir en cada ruta; generación de mapas temáticos; redacción y montaje final del documento.

G.- INVENTARIO Y PUESTA EN VALOR DE RECURSOS CULTURALES DE LA REGION TÁNGER TETUAN

Esta actuación ha consistido en la elaboración de un análisis exhaustivo de los recursos culturales de la Región Tánger-Tetuán de Marruecos con objeto de mejorar la información disponible de los mismos, proceder a su clasificación e incluso, realizar propuestas concretas para su puesta en valor efectiva. La estructura de este trabajo se compone básicamente de dos bloques diferenciados:

- Inventario: enumeración y posterior complementación de información y clasificación de los principales recursos culturales de la Región Tánger-Tetuán, a través de una base de datos.
- Puesta en valor: para los 15 principales recursos culturales susceptibles de mejoras para su valorización (turística, ambiental, paisajística), se complementa con un análisis de las actuaciones concretas a desarrollar.

La estructura del inventario de recursos culturales ha seguido un método en el cual se han unido el análisis técnico de la propia realización de inventario y la clasificación de los recursos con el soporte informático, para mantenerlo en continua actualización, y una metodología participativa para que los propios agentes sociales, políticos y

económicos de la zona y su área de influencia (región Tánger-Tetuán) participasen en el desarrollo del trabajo.

Para la elaboración de este inventario se llevó a cabo un trabajo de campo que siguió el procedimiento que se expresa a continuación:

- Elaboración de una base de datos que contenía toda la información recopilada por el equipo técnico encargado y las personas e instituciones a las que anteriormente se ha hecho referencia.
- Organización de reuniones con representantes de la cultura y el patrimonio, profesionales del sector, empresarios, asociaciones, etc.
- Visita a los recursos por parte de expertos del equipo técnico en la que se obtuvo información de cada recurso, además de la toma de fotografías y georreferenciación mediante GPS.
- Por último, se obtuvo la definitiva base de datos diseñada como abierta y en soporte informático.

La selección de los 96 recursos culturales que componen el inventario en el que se exponen en formato de ficha-inventario se hizo atendiendo a la tipología con los siguientes criterios de clasificación: Monumento Militar; Monumento Público; Monumento Religioso; Monumento Político-militar; Sitio Arqueológico; Equipamiento Artesanal; Equipamiento Cultural; Espacio Público; y Recurso Natural.

La base de datos de aquí derivada se puso a disposición de otras actuaciones del proyecto: Guía Profesional, Rutas Temáticas y Promoción Multimedia. Así, tanto en la Guía Profesional de Turismo como en la página web corporativa del proyecto, se incluye también la oferta cultural de la Región Tánger-Tetuán. Al igual que en el caso de la oferta de alojamiento hotelero, los recursos culturales de la Región Tánger-Tetuán se han georreferenciado, disponiendo a través del proyecto de las coordenadas GPS de cada uno de ellos, con el valor añadido que supone su localización exacta en el territorio.

Una vez se realizó el inventario, en una segunda fase de la actuación, se procedió a seleccionar de entre todas las que lo formaban los 15 recursos susceptibles de valorizar para su mejor adecuación y su potencial uso turístico. Para dicha selección se tuvieron

en cuenta los siguientes factores: Riqueza patrimonial, artística, cultural y arqueológica (se incluyó, al menos, un recurso por cada uno de los núcleos urbanos más importantes de la región Tánger-Tetuán en función de lo que pudiera aportar dicho recurso una vez puesto en valor); y Nivel de conservación de los recursos (en el caso de Tánger y Larache, por ejemplo, se han incluido más recursos por encontrarse estos en peor estado de conservación)

La ficha técnica de estos recursos incluye los campos de información siguientes:

- Identificación del proyecto, o sea, nombre de la actuación que se esté llevando a cabo (promoción, ordenación, puesta en valor), y sector turístico al que pertenece (turismo urbano, ecológico...).
- Localización del recurso.
- Propiedad del recurso (pública, privada, mixta).
- Definición de las actuaciones a realizar (restauración, rehabilitación, señalización...).
- Descripción: se detallan técnicamente las posibles actuaciones que deberían llevarse a cabo para la puesta en valor del recurso.
- Estudios técnicos: se determinan si existen ya o no los estudios necesarios para la puesta en valor del recurso.
- Duración de las actuaciones: tiempo que se prevé para dicha puesta en valor.
- Impactos de la puesta en valor (socioeconómicos, turísticos, culturales).
- Organismos implicados.

H.- ESTUDIO-DIAGNÓSTICO DE LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

El objetivo de esta actuación ha sido el estudio-diagnóstico de las oficinas de información turística (OIT) de la provincia de Málaga para determinar la situación de la totalidad de las oficinas existentes, el estado, titularidad, recursos con los que cuentan, sistemas de gestión de cada una de ellas, etc. Además de esto, el estudio se ha ampliado

a otros sistemas de información como son, unidades móviles y paneles telemáticos de información.

El primer anexo que este estudio presenta es el listado de Oficinas de Información Turística y Puntos de Información. Se ha elaborado la base de datos de las Oficinas de Información Turística y Puntos de Información Turística, y cada una de ellas es presentada con su correspondiente ficha-inventario, para lo que se visitaron las oficinas, se tomaron fotografías y se recopilaron datos por medio de un cuestionario con el que se obtuvo la información básica siguiente: nombre, titularidad, dirección, teléfono, fax, correo electrónico, recursos humanos, recursos informáticos, infraestructura, material de divulgación propio, web propia, procedimientos de gestión documentados, fotografía, localización GPS. La información recopilada se ha analizado en los ámbitos comarcal, provincial y municipal con relación al número de habitantes y a la oferta turística, medida, ésta última, en plazas de alojamiento (no se tuvieron en cuenta las oficinas que están en obras). En la Provincia de Málaga existen 97 servicios de información turística entre Oficinas de Información Turística y Puntos de Información Turística, las cuales se han incorporado ya a la web www.malaga.es/provincia.

Tras ello se ha hecho también una propuesta de mejora al objeto de armonizar en torno a una posible red de oficinas de información de la provincia de Málaga que se denomina “*Plan para la modernización y mejora de la calidad de las oficinas de información turística de la provincia de Málaga*”. Las fases que éste plan propone seguir son las siguientes:

- Creación de la Red de OIT (oficina de información turística) de la provincia de Málaga: serviría para realizar de manera coordinada la divulgación, la formación de profesionales y actualización de las ofertas.
- Autoevaluación de las OIT: consiste en que cada oficina haga autoevaluación de la situación real de la gestión de las oficinas, con la mediación de la Red (se aporta un anexo denominado “Herramienta para la Autoevaluación de las OIT”).
- Dotación de recursos humanos y técnicos: equipar y realizar las infraestructuras necesarias a las OIT y formar adecuadamente a sus empleados.

- Redacción de los procedimientos comunes de gestión: se deben documentar los procedimientos de trabajo para mejorar en la dirección que el responsable de la OIT decida.

I.- MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE CALIDAD PARA OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Se ha elaborado este manual para implantar un Sistema de Gestión e Calidad en el Centro de Planificación y Promoción del Turismo –Alkántara (detallado en el punto B), que tiene por objeto demostrar la capacidad de este Centro para satisfacer los requisitos de los clientes y los reglamentarios aplicables a la gestión de la calidad, así como los requisitos de la norma UNE-EN ISO 9001:2000. El manual de calidad resultante puede ser utilizado por otras oficinas de información turística.

El Manual de Calidad, y los documentos que de él se derivan, están basados en la Norma arriba indicada de forma que se asegura que dicho sistema sea documentado e implantado con eficacia, y establece lo siguiente:

- La identificación de los procesos del Centro, así como las secuencias e interacción de los mismos con otros paralelos.
- Los criterios y métodos necesarios para asegurar la eficacia de los métodos de trabajo y de control de los procesos.
- Los recursos e información necesarios para la correcta ejecución de los trabajos.
- El análisis, medición y seguimiento de los procesos.
- Las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos y la mejora continua de los procesos del Centro.
- Se definen, además, las pautas a seguir en caso de contrataciones, de forma que se asegure el control sobre dichos procesos

Los documentos del sistema de Gestión de Calidad podrán sufrir cuantas modificaciones sean necesarias para su adecuación a las exigencias de calidad, operatividad y eficacia. Dicha documentación está estructurada en tres niveles, de modo que un documento de un nivel inferior debe complementar (en ningún caso contradecir) a uno de nivel superior. Estos niveles son:

- Manual del Sistema de Gestión de la Calidad: es el documento de primer nivel donde se definen o se hace referencia a la política de calidad del Centro; el funcionamiento del Sistema de Gestión de Calidad; responsabilidades y autoridades; y mapa de procesos.
- Procedimientos Generales del Sistema de Gestión de Calidad: son los que proveen información más detallada que la sección correspondiente del Manual de Calidad. Se desarrollarán los modelos, como anexos a ellos y cuando sea necesario, los cuales orientan la forma de realizar los trabajos y sirven para generar los registros de calidad.
- Instrucciones de Trabajo: estas describirán, en caso necesario, cómo desarrollar paso a paso una tarea específica, pueden ser escritas y contener instrucciones visuales.

J.- ACTUACIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción virtual y multimedia se ha convertido en un recurso útil para la comercialización de destinos turísticos, por ello se pretendió la promoción turística de los destinos “Región Tánger Tetuán” y “Málaga Interior” a través de herramientas que fuesen fáciles de distribuir. En este sentido las actuaciones de promoción realizadas incluyen la creación de la páginas web y ediciones de CDs, y DVDs; así como actuaciones de promoción escrita.

- **Páginas web:**
 - **alkantara.org**
 - **malaga.es/provincia**
 - **tuorismetangertetouan.org**

En la página web del proyecto Alkántara (*alkantara.org*) aparece información detallada de todas las actuaciones del proyecto, además del formulario, socios que lo forman, las actuaciones que se están ejecutando y documentos varios. Por su especial importancia, cabe destacar un enlace a la web de turismo de la provincia de Málaga de esta diputación,

www.malaga.es/provincia, que está siendo actualizada continuamente, y traducida al francés y al inglés. Del mismo modo se ha creado un apartado propio para los contenidos de turismo de la Región Tánger-Tetuán en la web del proyecto alkántara (www.alkantara.org/turismo), y se ha tramitando su ubicación en el dominio www.tourismetangertetouan.org. La mayoría de los contenidos de las páginas web se han realizado en lengua española, francesa, e inglesa.

- **CD multimedia de turismo**, la realización de este trabajo está dirigido tanto a profesionales del turismo como a público interesado en general, e incluye entre otros los siguientes contenidos: presentación flash de Marruecos; presentación flash de Málaga; trabajos turísticos derivados del proyecto Alkántara.
- **Realización de 7 Mini-documentales sobre la provincia de Málaga**. Se ha realizado un mini-documental por cada una de las comarcas de la provincia: Axarquía, Serranía de Ronda, Comarca de Antequera-Nororiental, Sierra de las Nieves, Guadalteba, Guadalhorce, Málaga-Costa del Sol. Finalmente se fusionará este trabajo en un único vídeo. El trabajo está disponible en idioma español, francés e inglés.
- **Documental de 25 minutos con el tema “Málaga, Turismo de Interior”** Este trabajo analiza los destinos turísticos del interior de la provincia, y contiene una introducción general de la situación del turismo de interior en Málaga, con los destinos emergentes, los planes de dinamización en marcha o en proyecto, los alojamientos rurales, el turismo activo, los espacios verdes y paisajes (destacando los Parques Naturales y Monumentos Naturales), la gastronomía y los productos típicos, los pueblos blancos y el amplio patrimonio histórico y cultural de la provincia, todo unido a su desarrollo, mejora de las comunicaciones por carretera, creación de empresas... Esta realizado igualmente en idioma español, francés e inglés.
- **Promoción impresa y material promocional**. Por último, se han editado algunos de los productos turísticos creados en otras actuaciones del proyecto se han editado en papel impreso, como son planos turísticos de la provincia de

Málaga (en español e inglés), mapa turístico de la ciudad de Tánger, y folleto turístico del interior de la provincia de Chaouen. Del mismo modo se ha realizado promoción mediante bolígrafos y plumas, agendas, carpetas, y regalos protocolarios.

K.- PLAN DE ENCUENTROS

Son constantes los encuentros transfronterizos entre los socios del proyecto con el fin de informar y coordinar la marcha del mismo. La coordinación de las actividades realizadas y previstas entre socios se realiza, también, por medio de comunicación telefónica y electrónica periódica. En estos contactos se han mantenido también reuniones a tres bandas (Diputación/socios marroquíes/empresas proveedoras), con el objetivo de concretar el desarrollo de las actuaciones. Del mismo modo se tiene contacto continuo con los organismos que forman parte de la Red de Espacios Turísticos enumerados en el punto M. De estos contactos se ha creado un equipo de trabajo en la zona marroquí para un mayor y mejor aporte técnico.

En estos encuentros se definen los objetivos a conseguir, se define el modo de llevar a cabo el desarrollo de las actuaciones; y se realiza el reparto de tareas. De modo general la coordinación y gestión de las todas las actuaciones queda a cargo de Diputación de Málaga.

Se han mantenido también contactos institucionales, entre los que cabe resaltar las reuniones con Mr. Le Wali de la región Tánger Tetuán.

Los encuentros mantenidos hasta el momento son los que siguen:

- Tánger, 11 y 12 de Marzo de 2004;
- Málaga, 19 de Mayo de 2004;
- Tánger, 26 de mayo de 2004;
- Madrid, 9 de junio de 2004;
- Villanueva de Tapia, 15 de Julio de 2004;
- Tánger, 6 y 7 de Septiembre de 2004;
- Málaga 13 de septiembre de 2004

- Málaga, 4 a 9 de Diciembre de 2004;
- Tánger y Rabat, 15 a 19 de Febrero de 2005.
- Málaga 30 de marzo de 2005
- Tánger, 9 y 10 de mayo de 2005.
- Tánger, Chaouen, y Tetouán, 16 a 18 de junio de 2005.
- Málaga 22 a 25 de junio de 2005
- Tánger, 4 de julio de 2005.
- Tánger 6 de febrero de 2006.

L.- ACTUACIONES DE SEÑALIZACION.

Se han llevado a cabo dos consultorías para determinar las necesidades de señalización integral de las rutas realizadas y de otros puntos turísticos de interés de dos comarcas de la provincia malagueña: Nororma y Axarquía.

Estas consultorías han consistido en:

- Propuesta de diseño y tipo de señalización, que permite homogeneizar la oferta global de la comarca, dando una imagen corporativa que a su vez sea compatible con lo establecido en las diferentes normativas (Consejería de Obras Públicas, Manual de Señalización de Uso Público en los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía, Manual de Turismo, etc).
- Especificación de los recursos existentes, y por tanto, susceptibles de ser señalizados, al menos en los siguientes sectores: señales de carreteras de acceso a la comarca y de los municipios; patrimonio Medioambiental (Fauna, Flora, Geología, Clima, Paisaje...); Patrimonio Histórico-Cultural (Historia, Cultura, Arqueología...).

El trabajo para la realización de estas consultorías se ha basado en los inventarios de recursos y rutas que ya están realizados con anterioridad por otros organismos, y para su ejecución se ha contado con los agentes sociales, políticos y económicos de la zona, especialmente con el Grupo de Desarrollo Local y Ayuntamientos.

Una vez finalizados estos estudios, se ha procedido a la colocación de la mayoría de las señales en la comarca de Nororma. Las señales son de diferente tipo, construidas en forja o en madera. Se han instalado báculos o postes de forja identificadores de barrios, de monumentos o de calles; señales panorámicas, que se colocarán en miradores de Cuevas de San Marcos, Archidona, Villanueva de Tapia y Villanueva del Trabuco; señales informativas temáticas de naturaleza, a modo de mapa interpretativo que se situará en espacios naturales y señales direccionales en carreteras y autovías para indicar miradores o espacios naturales.

M.- ACUERDOS CORPORATIVOS

Se ha constituido una Red de Organismos relacionados con el sector del turismo en ambos países, para la planificación, desarrollo y seguimiento de las actuaciones del proyecto. Inicialmente se han constituido como Comité de Pilotaje de las actuaciones del proyecto. Los miembros de este Comité han decidido que seguirán relacionados una vez finalizado el proyecto mediante la creación de esta Red de Espacios Turísticos Mediterráneos, para seguir intercambiando información de cara a futuros proyectos conjuntos, y cuya sede será la del Centro de Planificación y Promoción del Turismo Alkántara. Por la parte de la provincia de Málaga, serán miembros de esta Red los organismos e instituciones que ya han colaborado en el proyecto. Los organismos por la parte de Marruecos que forman parte de la Red son:

- Cámara de Comercio, Industria y Servicios de la Wilaya de Tánger
- Cámara Española de Comercio e Industria en Tánger
- Agencia para la Promoción y Desarrollo del Norte del Reino
- Consejo Regional de Turismo
- Delegación del Ministerio de Comercio e Industria en Tánger
- Delegación del Ministerio de Turismo en Tánger
- Delegación del Ministerio de Turismo en Teotuan
- Delegación del Ministerio de Cultura de Tánger
- Delegación del Ministerio de Cultura de Tetouan
- Wilaya de la Región Tánger-Tetouan
- Agencia Urbana de Tánger

- Agencia Urbana de Tetouan
- Cámara de Comercio de Tetouan
- Diputación de Tánger
- Asociación de Transporte Turístico
- Asociación de Guías Turísticos

Los miembros de la Red han participado en la presentación del proyecto ALKANTARA HAVARAL RIF (ALKANTARA PLUS). Este nuevo proyecto es una iniciativa que profundiza en la experiencia demostrada en el proyecto ALKANTARA, y centra su intervención en un espacio natural de enorme importancia por su biodiversidad: el Valle del Genal en la provincia de Málaga y las provincias del Rif Occidental de Marruecos. Ambos territorios comparten numerosas características no sólo naturales, sino también históricas, económicas y socioculturales. El proyecto se enmarca dentro de los procesos de planificación iniciados en la provincia de Málaga y en el Norte de Marruecos, los cuales no cuentan actualmente con ningún marco de financiación. El objetivo principal del nuevo proyecto ALKANTARA PLUS es fomentar un desarrollo sostenible endógeno, a través de la terciarización productiva, que garantice la preservación de los recursos y que suponga la creación de actividades económicas que permitan afianzar la población en el Valle del Genal y en las provincias del Rif Occidental de Marruecos. Dicha terciarización se basaría en las grandes potencialidades que, en ambos territorios, ofrecen el medio ambiente, la cultura y el turismo

N.- ACTUACIONES DE EVALUACIÓN

Se han desarrollado dos tipos de evaluaciones: técnica (de realización del proyecto) y económica (de la justificación de gastos). La evaluación económica ha estado a cargo de Diputación de Málaga. La evaluación técnica se ha encargado a una consultora independiente.

Al finalizar la evaluación técnica se ha redactado un informe final, que está disponible en la web del proyecto, que describe el proceso de evaluación llevado a cabo, haciendo referencia a sus objetivos, fases de desarrollo, metodología utilizada, indicadores (cualitativos y cuantitativos) utilizados para evaluar el proyecto, resultados obtenidos y conclusiones adoptadas, y que incluye un análisis global de los resultados obtenidos.

O.- ESTUDIOS DEL SECTOR TURISMO.

- **Estudio “OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE TITULARIDAD PÚBLICA LOCAL”:** Este trabajo ha consistido en el estudio de la situación de los establecimientos turísticos (fundamentalmente hoteles, hostales, campings y casas rurales), analizando principalmente los siguientes criterios: antigüedad, gestión, datos sobre la actividad que desarrollan, promoción, innovaciones, censo de establecimientos (datos básicos), etc. A partir del análisis se han determinado una serie de conclusiones (incoherencias, duplicidades, complementariedad, etc.) para finalmente recoger las recomendaciones que se considerasen oportunas.
- **Estudio “ESTRATEGIAS DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA”.** Este estudio ha realizado un análisis de las actuaciones de promoción turística que las entidades e instituciones públicas (Turismo Andaluz, Patronatos, Ayuntamientos, Grupos de Desarrollo Rural, CIT, etc.) realizan sobre todo o parte del territorio de la provincia de Málaga. Entre los elementos destacables a tener en cuenta se han encontrado los instrumentos utilizados para la promoción, los mercados, los segmentos turísticos, los territorios promovidos, etc. Al igual que en el caso anterior a partir de su análisis se han determinado una serie de conclusiones para finalmente recoger las recomendaciones que se considerasen oportunas.
- **Estudio "TURISMO ACTIVO Y OTRAS ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA".** Se ha estudiado las empresas turísticas de este subsector que están prestando sus servicios en la provincia. Además de un inventario con los datos más relevantes, se determina qué productos están ofreciendo (clasificación funcional), su ámbito de actuación (clasificación territorial), cómo se comercializan y promocionan, etc. Junto a las empresas de turismo activo se analizan también otras actividades

complementarias que pueden desempeñar un papel importante, tales como guías turísticos, interpretación de patrimonio, ocio turístico-deportivo, etc.

- **Estudio “DESARROLLO DE MODELOS SOSTENIBLES DE TURISMO RESIDENCIAL EN EL MEDIO RURAL DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA”.** Se ha creado una carta de recomendaciones que sirva para orientar la compatibilización de los actuales desarrollos de turismo residencial con la sostenibilidad, a diferencia de otros desarrollos turístico residenciales en el litoral costero de la provincia. Entre sus contenidos cuenta con la identificación de modelos turísticos sostenibles basados en desarrollos urbanísticos en el medio rural; el análisis de casos (revisión de la sostenibilidad de desarrollos urbanísticos con vocación turística en destinos rurales de la provincia de Málaga: PGOU Archidona; PGOU Algatocín; y PGOU Sedella); conclusiones y recomendaciones, que serán específicas para los análisis de casos, y genéricas para distintas áreas de gestión claves (Gestión Urbanística, Gestión Turística Municipal, Gestión Privada y Otros)
- **Estudio “ESTADÍSTICAS HISTÓRICAS SOBRE EL SECTOR TURÍSTICO EN MÁLAGA (SIGLO XX)”.** El objetivo de este estudio ha sido recopilar y poner a disposición de investigadores, profesores, estudiantes e interesados en general, una amplia batería de datos estadísticos oficiales referentes a la actividad turística en la provincia de Málaga a lo largo del siglo XX. Del mismo modo se ofrece un breve análisis de las cifras disponibles, y proporciona una información que permite conocer los rasgos fundamentales de la evolución turística de la provincia durante la última centuria.

Todos los documentos resultantes de este proyecto están disponibles en:

- <http://www.alkantara.org>.
- <http://www.tourismetangertetouan.org>.
- <http://www.malaga.es/provincia>