

## PLAN ESTRATÉGICO DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA: TÍJOLA, LA PERLA DEL ALMANZORA

### 1.0 INTRODUCCIÓN: TÍJOLA ANTE LA OPORTUNIDAD DEL TURISMO SOSTENIBLE

#### 1.1 Presentación del plan estratégico

El presente Plan Estratégico de Dinamización Turística constituye el documento técnico fundamental que articula la visión del Excmo. Ayuntamiento de Tíjola para el desarrollo sostenible de su sector turístico. Se presenta como la base para la solicitud de financiación pública, con el objetivo de transformar el vasto, pero aún infrautilizado, potencial del municipio en un destino turístico estructurado, de alta calidad y competitivo. La visión que impulsa este plan es clara: aprovechar el turismo como un motor de desarrollo económico local, un generador de empleo cualificado y una herramienta eficaz contra la despoblación rural, garantizando al mismo tiempo la preservación de nuestro invaluable patrimonio natural y cultural para las generaciones futuras.

Este documento no parte de cero. Se inspira en modelos de éxito de otros municipios rurales españoles que han demostrado cómo una planificación estratégica rigurosa puede revitalizar economías locales. Se han tomado como referencia las buenas prácticas y las metodologías aplicadas en los planes estratégicos de destinos de la zona como La Mancomunidad de Municipios y de otras zonas de España como los de Soria y Aguilar de Campo, adaptando sus enfoques a la singularidad y las necesidades específicas de Tíjola. El propósito es, por tanto, presentar un proyecto maduro, viable y con un alto potencial de retorno social y económico, que justifique la inversión pública solicitada y posicione a Tíjola como un caso de éxito en la gestión turística del interior de Andalucía.

#### 1.2 Tíjola en el contexto del Valle del Almanzora y la Provincia de Almería

Tíjola se enclava en un entorno geográfico privilegiado, en el corazón de la comarca del Alto Almanzora, a los pies de la Sierra de los Filabres y la Sierra de las Estancias. Esta ubicación estratégica le confiere una riqueza paisajística y una diversidad de ecosistemas notables. El municipio abarca una extensión de 70 kilómetros cuadrados, con una altitud que oscila entre los 650 metros en el lecho del río Almanzora y los 1476 metros en el Cerrón de Baza, situándose el núcleo urbano a 685 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a una distancia de 94,8 kilómetros de la capital provincial, Almería, comunicado principalmente a través de la carretera A-1178.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	1/15	
<b>Uri De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

Históricamente, Tíjola ha sido reconocida por su belleza y riqueza, como atestiguan sus apelativos de "Granada la Chica" o "La Perla de Almanzora". Estos nombres evocan un legado patrimonial que se detallará en profundidad en este plan y que constituye uno de los pilares de su atractivo. Desde el punto de vista administrativo, el Excmo. Ayuntamiento de Tíjola, con sede en la Plaza de España, 1, se erige como la entidad promotora de esta iniciativa, asumiendo el liderazgo en la articulación de un futuro próspero para el municipio a través del turismo.

## 2.0 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO

Este apartado realiza un análisis exhaustivo de la situación actual del turismo en Tíjola, identificando sus recursos, infraestructuras, demanda y posicionamiento. El objetivo es obtener una comprensión profunda de las fortalezas que se deben potenciar, las debilidades que se han de corregir, las oportunidades de mercado que se pueden aprovechar y las amenazas a las que es preciso hacer frente.

### 2.1 Análisis de recursos turísticos endógenos

Tíjola posee un conjunto de recursos propios de gran valor, que constituyen la materia prima sobre la que edificar una oferta turística diferenciada y atractiva.

#### 2.1.1 Patrimonio Natural y Paisajístico: La Cerrá como Eje Vertebrador

- La Cerrá de Tíjola:** Este paraje es el monumento natural por excelencia del municipio. Se trata de un impresionante desfiladero o cañón fluvial excavado por el río Bacares, caracterizado por altos y verticales cortados de piedra que crean un paisaje espectacular, más propio de cordilleras norteñas que del interior de Almería. Su singularidad geológica ha motivado su inclusión en el Inventario Andaluz de la Geodiversidad como Recurso Geológico de Andalucía. El principal punto de acceso para su visita es un sendero que parte desde la Ermita de El Salvador, permitiendo un recorrido a lo largo del río.
- Balsa de Cela:** A 3,5 kilómetros del núcleo urbano, en el límite con el municipio de Lúcar, se encuentra este manantial de aguas termales, un recurso recreativo de primer orden. Sus aguas emergen de forma natural con un caudal constante de 42 litros por segundo y mantienen una temperatura estable durante todo el año de entre 22 y 24 grados Celsius, lo que la convierte en una zona de baño muy concurrida, especialmente en los meses de verano.
- Red de Senderos y Rutas BTT:** Tíjola cuenta con una base para el desarrollo del turismo activo. Existen varias rutas documentadas, como el sendero circular de "La Cerrá de Tíjola", de 4 kilómetros, y la más completa "Ruta Tíjola-Cueva de la Paloma-Tíjola la Vieja", un recorrido de 7,28 kilómetros de dificultad fácil que combina patrimonio natural y arqueológico. Para los aficionados al ciclismo de montaña, destaca la ruta circular de 52,12 kilómetros hacia el Puerto de Lúcar, de dificultad técnica moderada. La popularidad de estas rutas se ve reflejada en la disponibilidad de

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	2/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

numerosos tracks en plataformas digitales como Wikiloc, que facilitan su recorrido por parte de los visitantes.

- **Entorno de Sierras:** El municipio se enmarca en las majestuosas Sierra de los Filabres y Sierra de las Estancias, lo que proporciona un telón de fondo ideal para la práctica de actividades en la naturaleza y la contemplación de paisajes de gran belleza.

### 2.1.2 Patrimonio Histórico-Cultural: Un Legado Milenario por Descubrir

- **Orígenes y Legado Prehistórico y Antiguo:** La presencia humana en el término municipal se remonta al IV milenio a. C.. El hallazgo más emblemático de este periodo es el "Ídolo de Tíjola", una estatuilla de esteatita perteneciente a la cultura megalítica, encontrada en la Muela del Ajo y que actualmente se exhibe en el Museo Arqueológico Nacional. Posteriormente, la zona fue un enclave fenicio conocido como Tagilit, y más tarde fue colonizada por cartagineses y romanos, atraídos por la riqueza minera de la región.
- **Yacimiento Arqueológico de "Tíjola la Vieja":** Este es, potencialmente, el recurso histórico-cultural más importante del municipio, aunque actualmente se encuentra en un estado de abandono preocupante. Fue una ciudad fortificada de origen andalusí (Madinat Tágila), fundada entre los siglos VIII y IX, que desempeñó un papel estratégico fundamental en el control del Valle del Almanzora. A pesar de su estado ruinoso, todavía son visibles restos de sus murallas, dos torreones, un aljibe y vestigios de la zona palaciega. Su relevancia histórica y su potencial turístico son inmensos, pero requieren una intervención urgente para su consolidación y puesta en valor. Es crucial destacar que el yacimiento está declarado Bien de Interés Cultural (BIC) con categoría de Monumento, lo que subraya su importancia y facilita el acceso a vías de financiación para su recuperación.
- **Arquitectura Religiosa:** El patrimonio religioso de Tíjola es rico y variado:
  - **Iglesia Parroquial de Santa María:** Construida en el siglo XVII (1640-1665), es el principal templo de la localidad. Su arquitectura es una fascinante síntesis de estilos, con una fachada principal renacentista, elementos barrocos, un coro neomudéjar y un magnífico artesonado. Su planta de cruz latina y los escudos nobiliarios que alberga en su interior y exterior la dotan de una gran monumentalidad, catalogada como BIC.
  - **Ermita-Santuario de la Virgen del Socorro:** Es el segundo templo en importancia y el hogar de la patrona de Tíjola. Datada en 1650, presenta una arquitectura con reminiscencias mudéjares en su exterior y un interior de estilo renacentista tardío. Su principal tesoro es la venerada imagen de la Virgen del Socorro, cuya tradición se remonta a finales del siglo XV.
  - **Otras Ermitas y Monumentos:** El tejido monumental se completa con una red de ermitas de gran valor devocional y arquitectónico, como la Ermita de San Sebastián, la Ermita de San Cayetano (antigua parroquia del siglo XVI), la Ermita de El Salvador (punto de partida de rutas), y la Ermita de María

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	3/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

Auxiliadora en la barriada de Cela. A estos se suman monumentos como la Cruz Blanca y la Fuente del Cañillo de Donato.

- **Patrimonio Industrial y Civil:** Destaca la antigua estación de ferrocarril, un recuerdo de la importancia de las comunicaciones en el pasado, que hoy forma parte de una "Vía Verde-Camino Natural" y ofrece potencial para el turismo activo. El propio edificio del Ayuntamiento, con su escudo en la fachada, es también un elemento de interés arquitectónico.

### 2.1.3 Patrimonio Etnográfico e Inmaterial: Fiestas y Tradiciones como Elemento Diferenciador

- **Fiestas de San Sebastián (20 de Enero):** Es la fiesta más singular y conocida de Tíjola. Durante la procesión del santo patrón, los vecinos arrojan desde los balcones miles de "roscos" (panecillos) y otros productos como panes o incluso jamones, que la multitud recoge en un ambiente de algarabía. El origen de la festividad se vincula a la figura de Don Juan de Austria y la Rebelión de los Moriscos, mientras que la tradición del lanzamiento del pan podría derivar de antiguos ritos de agradecimiento por las cosechas o de actos de caridad de los terratenientes locales.
- **Fiestas de la Virgen de Fátima (13 de Mayo):** Esta celebración ha ganado una enorme notoriedad, culminando con su declaración como "Fiesta de Interés Turístico de Andalucía" en 2023. Su principal atractivo es la confección de espectaculares y efímeras alfombras de serrín teñido de múltiples colores, que cubren las calles por donde pasa la procesión, creando una manifestación de arte popular de gran belleza.
- **Fiestas de la Virgen del Socorro (15 de Septiembre):** Como patrona de la ciudad de Tíjola, la Virgen del Socorro representa una de las fechas más importantes para la localidad, que realiza esa semana de celebración la semana cultural más importante del año con actividades y conciertos. Que a su vez son previamente acompañadas por otra semana cultural en Agosto. Las Fiestas de Agosto se crearon específicamente para que los emigrantes tijoleños pudieran disfrutar de celebraciones en su pueblo durante el periodo vacacional y ya son unas de las importantes del año.
- **Otras Celebraciones:** El calendario festivo de Tíjola es muy completo. Carnaval, la Semana Santa cuenta con numerosas procesiones de gran solemnidad y arraigo popular, como la del Jueves Santo, Entierro de Cristo o Cristo del Amor, San Isidro en Villegas, San Marcos, las Castañas y las Hogueras de Santa Lucía. Otras festividades relevantes son la Romería de Higueral, Moros y Cristianos, el Corpus Christi y las Fiestas de la Estación en honor a la Virgen del Carmen.
- **Gastronomía y Productos Locales:** La cocina tijoleña es rica y tradicional, basada en los productos de la tierra. Platos como el potaje de Cuaresma con bacalao, las migas, las gachas o los gurullos con liebre son representativos de su identidad culinaria que se pueden aprender en el libro de cocina "Cocina Popular de Tíjola". La repostería es igualmente variada, con especialidades como los roscos fritos, los mantecados y los suspiros. A esta oferta se suma la presencia de productores artesanales locales, como

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	4/15	
<b>Uri De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

"Patatas La Tíjoleña", y la proximidad a productos de renombre comarcal como los Jamones de Serón, que enriquecen la experiencia gastronómica del visitante.

## 2.2 Análisis de la infraestructura y la oferta turística actual

La capacidad de un destino para acoger visitantes depende directamente de su planta de servicios e infraestructuras.

### 2.2.1 Planta de Alojamiento y Restauración

- **Alojamiento:** El análisis de la oferta de alojamiento revela una estructura muy específica. El mercado está predominantemente compuesto por viviendas de uso turístico y casas rurales. Se constata una notable ausencia de establecimientos hoteleros tradicionales; las opciones más cercanas se encuentran en municipios vecinos como Bayarque, Bacares, Lucar, Serón u Olula del Río. Esta debilidad estructural limita la capacidad de Tíjola para atraer a ciertos segmentos de la demanda y para alojar a grupos organizados. El precio medio de las casas rurales se sitúa en torno a los 24 euros por persona y noche, un dato competitivo para el turismo rural. Es relevante señalar que el propio Ayuntamiento dispone de algunos alojamientos rurales en proceso de reforma, como el Albergue "El Moroc", el Cortijo del Horno y las Casas Rurales de Higueral, lo que demuestra una implicación directa en la provisión de servicios.
- **Restauración:** La oferta de restauración es más diversa y robusta. Conviven establecimientos tradicionales y bares de tapas con restaurantes de mayor envergadura que ofrecen una cocina mediterránea moderna y cuentan con instalaciones para la celebración de grandes eventos. Esta base sólida permite articular una oferta de turismo gastronómico coherente.

### 2.2.2 Servicios de Información, Acogida y Actividades

- **Información:** Actualmente, no existe una oficina de turismo municipal dedicada y con personal específico. Las funciones de información al visitante son asumidas por el personal general del Ayuntamiento. Si bien existe una agencia de viajes privada en la localidad y un centro Punto Vuela Guadalinfo que proporciona acceso público a internet, la ausencia de un punto de información turística centralizado es una carencia significativa que dificulta la experiencia del visitante.
- **Acogida:** Tíjola cuenta con los servicios públicos básicos (Policía Local, Guardia Civil, Centro de Salud) que garantizan la seguridad y el bienestar. Sin embargo, se echan en falta infraestructuras de acogida específicas para turistas, como un centro de recepción de visitantes bien señalizado o un área regulada y equipada para autocaravanas, un segmento de demanda en claro crecimiento.
- **Actividades:** La oferta de actividades organizadas es limitada. Las principales actividades que realizan los visitantes están directamente ligadas a los recursos

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	5/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

inventariados (senderismo, BTT, asistencia a fiestas), pero se desarrollan de manera autónoma. Existe una carencia de empresas de turismo activo que ofrezcan experiencias estructuradas y comercializables, como visitas guiadas al patrimonio, talleres de artesanía o gastronomía, o alquiler de equipamiento.

### 2.2.3 Accesibilidad, Movilidad y Conectividad

- **Acceso:** El principal modo de acceso a Tíjola es por carretera. La antigua línea de ferrocarril ha sido reconvertida en una Vía Verde, lo que, si bien es un activo para el cicloturismo, confirma la inexistencia de transporte ferroviario de pasajeros.
- **Movilidad Interna:** Un aspecto crucial a evaluar, y que se identifica como una necesidad, es la calidad de la señalización turística dentro del casco urbano. La facilidad con la que un visitante puede encontrar los monumentos, servicios y puntos de inicio de rutas es fundamental. Del mismo modo, es imperativo analizar y mejorar la accesibilidad de los espacios y recursos turísticos para personas con movilidad reducida.
- **Conectividad Digital:** La existencia de un centro Punto Vuela Guadalinfo es un punto a favor. No obstante, la eficacia de la presencia digital del destino, que se analizará a continuación, es un factor determinante en la era del turismo 4.0.

## 2.3 Análisis de la demanda y la imagen proyectada

Comprender quién visita Tíjola y cómo se percibe el municipio desde el exterior es vital para orientar la estrategia.

### 2.3.1 Perfil del Visitante Actual

El análisis de la documentación disponible revela una de las debilidades más críticas del sistema turístico actual de Tíjola: la ausencia casi total de datos estructurados sobre la demanda. No se dispone de estadísticas fiables sobre el número de visitantes, su procedencia, su perfil sociodemográfico, su gasto medio, la duración de su estancia o sus motivaciones.

Esta carencia de información constituye un verdadero "agujero negro" en la planificación. Sin una línea de base cuantitativa, es imposible medir el éxito de las actuaciones que se propongan en este plan, evaluar el retorno de la inversión o tomar decisiones de marketing informadas. Por este motivo, una de las actuaciones más urgentes y prioritarias de este plan deberá ser, necesariamente, la creación de un sistema de inteligencia turística con la página web.

### 2.3.2 Presencia Digital y Posicionamiento de Marca

La visibilidad online de Tíjola se articula a través de varios canales, como el nuevo sitio web del Ayuntamiento y el portal de la mancomunidad "Turismo Almanzora".

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	6/15	
<b>Uri De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

A pesar de esta presencia, no se identifica una estrategia de marca unificada ni un plan de marketing digital proactivo. La comunicación actual es fundamentalmente informativa y reactiva, más que persuasiva y segmentada. No existe un relato de marca (storytelling) definido que conecte emocionalmente con el viajero potencial, ni se están aprovechando plenamente las herramientas del marketing digital para llegar de forma eficaz a los mercados objetivo. Tíjola tiene presencia, pero carece de un posicionamiento de marca turístico definido y potente que potencia su eslogan “Tíjola, la Perla del Almanzora”.

## 2.4 Síntesis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)

La siguiente matriz DAFO sintetiza el diagnóstico estratégico, sentando las bases para la formulación de los objetivos y el plan de actuaciones.

<b>FORTALEZAS (Internas, Positivas)</b>	<b>DEBILIDADES (Internas, Negativas)</b>
<b>F1.</b> Recursos naturales singulares y de alto valor (La Cerrá, Balsa de Cela).	<b>D1.</b> Planta de alojamiento insuficiente y desequilibrada (escasez de hoteles y casas).
<b>F2.</b> Patrimonio histórico-cultural milenario con un recurso excepcional (Tíjola la Vieja - BIC).	<b>D2.</b> Carencia de una oficina de turismo profesionalizada y de un centro de recepción de visitantes.
<b>F3.</b> Patrimonio inmaterial único y potente (Fiestas de San Sebastián y Virgen de Fátima - Interés Turístico de Andalucía).	<b>D3.</b> Infraestructuras de acogida turística deficientes (señalización interna, área de autocaravanas).
<b>F4.</b> Base gastronómica sólida y productos locales de calidad.	<b>D4.</b> Oferta de productos y experiencias turísticas poco estructurada y comercializada.
<b>F5.</b> Red de senderos y rutas BTT con potencial para el turismo activo.	<b>D5.</b> Ausencia crítica de datos y estadísticas de demanda turística (el "agujero negro").
<b>F6.</b> Carácter abierto y festivo de la población local, que facilita la acogida.	<b>D6.</b> Estrategia de marketing digital pasiva y falta de una marca turística definida.
<b>F7.</b> Implicación directa del Ayuntamiento en la gestión de algunos alojamientos.	<b>D7.</b> Escasa colaboración estructurada entre los agentes del sector privado.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	7/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

<b>OPORTUNIDADES (Externas, Positivas)</b>	<b>AMENAZAS (Externas, Negativas)</b>
<p><b>O1.</b> Acceso a fondos públicos para el desarrollo turístico (Next Generation , Planes de Sostenibilidad Turística en Destino).</p> <p><b>O2.</b> Crecimiento de la demanda de turismo rural, de naturaleza, cultural y de experiencias auténticas.</p> <p><b>O3.</b> Posibilidad de establecer sinergias y productos comarcales con otros municipios del Valle del Almanzora.</p> <p><b>O4.</b> La declaración de Interés Turístico de la Fiesta de la Virgen de Fátima como palanca de promoción nacional.</p> <p><b>O5.</b> Desarrollo de nuevas tecnologías (AR, VR, apps) para enriquecer la visita turística.</p> <p><b>O6.</b> Proximidad a ferias turísticas nacionales clave (Madrid y resto de Andalucía).</p>	<p><b>A1.</b> Fuerte competencia de otros destinos rurales ya consolidados en Andalucía y España.</p> <p><b>A2.</b> Riesgo de despoblación y envejecimiento, que debilita el tejido social y empresarial.</p> <p><b>A3.</b> Alta dependencia de eventos estacionales, con riesgo de una marcada estacionalidad de la demanda.</p> <p><b>A4.</b> Riesgo de degradación del patrimonio natural y cultural por un turismo no planificado.</p> <p><b>A5.</b> Vulnerabilidad a crisis económicas o sanitarias que afecten a la movilidad y al turismo.</p> <p><b>A6.</b> Cambio climático y sus posibles efectos sobre los recursos hídricos y paisajísticos.</p>

### 3.0 EJES ESTRATÉGICOS Y OBJETIVOS DE ACTUACIÓN

A partir del diagnóstico DAFO, se definen la visión de futuro para el turismo en Tíjola y los cuatro ejes estratégicos que guiarán todas las actuaciones del plan. Estos ejes están diseñados para potenciar las fortalezas, corregir las debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas identificadas.

#### 3.1 Visión

*"Consolidar a Tíjola como un destino de referencia en turismo rural, cultural y de naturaleza en el interior de Andalucía, reconocido por la autenticidad de sus experiencias, la calidad de su acogida y su compromiso con la sostenibilidad, generando desarrollo económico y fijando población en el Valle del Almanzora."*

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	8/15	
<b>Uri De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

### 3.2 Eje Estratégico 1: ESTRUCTURACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Este eje responde directamente a la debilidad de tener recursos brutos pero pocos productos turísticos desarrollados (D4). El objetivo es transformar el patrimonio natural, cultural y etnográfico de Tíjola en un catálogo de experiencias turísticas estructuradas, tematizadas, interpretadas y preparadas para su comercialización.

- **Objetivo General:** Transformar los recursos brutos en experiencias turísticas estructuradas, comercializables y memorables.
- **Objetivos Específicos:**
  - OE 1.1: Recuperar y hacer visitable el yacimiento arqueológico de Tíjola la Vieja.
  - OE 1.2: Consolidar una red de senderos homologada y señalizada para la práctica del turismo activo.
  - OE 1.3: Diseñar y paquetizar productos turísticos en torno a las festividades más emblemáticas.
  - OE 1.4: Articular una oferta de turismo gastronómico basada en los productos y la cocina local.

### 3.3 Eje Estratégico 2: MEJORA DE LA CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO

Este eje aborda las debilidades relacionadas con las infraestructuras de acogida y la calidad de los servicios (D1, D2, D3), al tiempo que aprovecha la oportunidad de posicionarse en el creciente mercado del turismo sostenible. El fin es mejorar cada punto de contacto del visitante con el destino, asegurando una experiencia satisfactoria y minimizando el impacto ambiental y social.

- **Objetivo General:** Elevar la calidad de la experiencia del visitante a través de la mejora de infraestructuras, servicios y la implementación de prácticas sostenibles.
- **Objetivos Específicos:**
  - OE 2.1: Crear infraestructuras de acogida e información centralizadas y profesionales.
  - OE 2.2: Implementar un sistema de señalización turística integral, homogéneo y accesible.
  - OE 2.3: Fomentar la mejora de la calidad y la profesionalización del sector privado local.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	9/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

- OE 2.4: Desarrollar un modelo de gestión turística basado en los principios de la sostenibilidad.

### 3.4 Eje Estratégico 3: PROMOCIÓN, MARKETING Y DIGITALIZACIÓN

Este eje se centra en solucionar la debilidad de una promoción pasiva y la falta de una marca definida (D6), aprovechando las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías (O5) y la necesidad de llegar a mercados específicos (O2, O6). El objetivo es construir una identidad turística para Tíjola que sea potente, reconocible y atractiva, y comunicarla de manera eficaz.

- **Objetivo General:** Construir una marca turística potente para Tíjola y comunicarla eficazmente a los mercados objetivo a través de canales digitales y tradicionales.
- **Objetivos Específicos:**
  - OE 3.1: Desarrollar la marca turística de Tíjola.
  - OE 3.2: Construir un ecosistema digital propio (portal web y app) que sea el centro de la estrategia de comunicación.
  - OE 3.3: Ejecutar un plan de marketing digital proactivo y segmentado para incrementar la notoriedad y atraer visitantes.
  - OE 3.4: Establecer relaciones con medios de comunicación y operadores turísticos.

### 3.5 Eje Estratégico 4: GOBERNANZA Y COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Este eje es transversal y fundamental para el éxito de los tres anteriores. Aborda la debilidad de la escasa colaboración estructurada (D7) y la falta de datos (D5). Su objetivo es crear un modelo de gestión turística eficiente, participativo y basado en la inteligencia de mercado, donde la colaboración entre el Ayuntamiento y el tejido empresarial y asociativo sea la clave.

Cód.	Actuación	Descripción y Justificación	Eje	Prioridad	Presupuesto (€)	Cronograma	KPIs
<b>EJE 1: ESTRUCTURACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PRODUCTO TURÍSTICO</b>							
A.1.1	<b>Puesta en Valor "Paraje La Cerrá"</b>	Redacción del proyecto y Ruta del Agua. Donde se encuentra incluida "La Cerrá"	1	Alta	247.933	A1-A5	Nº de visitantes al paraje.
A.1.2	<b>Programa "Naturaleza"</b>	Creación de Red de Senderos Locales	1	Media	20.000	A2-A4	Kms de sendero

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	10/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

Cód.	Actuación	Descripción y Justificación	Eje	Prioridad	Presupuesto (€)	Cronograma	KPIs
	<b>Viva": Acondicionamiento y Homologación de la Red de Senderos.</b>	“Tíjola Histórica”, “Tíjola Saludable” y “Tíjola Termal”					homologado; N° de usuarios en Wikiloc.
A.1.3	<b>Puesta en Valor de la Festividad de la Virgen de Fátima</b>	Realización de un espacio conmemorativo de la Festividad de la Virgen de Fátima mencionando su reconocimiento como fiesta de Interés Turístico de Andalucía	1	Alta	22.000	A1-A2	N° de visitantes durante los meses previos a la festividad.
<b>EJE 2: MEJORA DE LA CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO</b>							
A.2.1	<b>Plan de Mejora de Infraestructuras de Acogida al Visitante.</b>	Creación de una oficina para la puesta en valor turismo y la lucha contra la despoblación	2	Alta	113.305	A1-A2	N° de consultas atendidas
A.2.2	<b>Mejora de Bienes de Interés Cultural (BIC)</b>	Mejora del campanario y protección del templo y retablos contra plagas de termitas	2	Media	16.000	A1-A5	N° de visitantes
<b>EJE 3: PROMOCIÓN, MARKETING Y DIGITALIZACIÓN</b>							
A.3.1	<b>Formación para el Emprendimiento.</b>	Lucha contra despoblación joven, con la atracción del talento	3	Alta	15.000	A1-A2	Implantación de empresas turísticas
A3.2	<b>Fomento del comercio local.</b>	Recuperación de oficios y la actividad cultural	3	Alta	7.000	A1-A2	Aumento de ventas en los comercios

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	11/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

Cód.	Actuación	Descripción y Justificación	Eje	Prioridad	Presupuesto (€)	Cronograma	KPIs
		rural de Tíjola					locales
A3.3	<b>Fomento del turismo de Tíjola</b>	Munitic "Municipios Inteligentes Turísticos" con Web y Audioguía	3	Alta	79.695	A1-A2	Acercar la tecnología con el turismo
<b>EJE 4: GOBERNANZA</b>							
A.4.1	<b>Desarrollo de Eventos Culturales y Deportivos</b>	Eventos que fomenten el turismo y la desestacionalización de Tíjola como destino turístico a través de eventos culturales y deportivos cada año	4	Alta	300.000	A1-A5	Nº de actuaciones realizadas
<b>TOTAL</b>					<b>820.933</b>		

- **Objetivo General:** Crear un modelo de gestión turística colaborativo, profesionalizado y basado en datos, que involucre a todos los agentes locales.
- **Objetivos Específicos:**
  - OE 4.1: Establecer órganos de gobernanza estables para la coordinación público-privada.
  - OE 4.2: Implementar un sistema de inteligencia turística (Observatorio Turístico) para la toma de decisiones.
  - OE 4.3: Capacitar y formar a los agentes locales para mejorar la competitividad del destino en su conjunto.

#### 4.0 PLAN DE ACTUACIONES, PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA

Este capítulo constituye el núcleo operativo del Plan Estratégico. Traduce los objetivos definidos en el apartado anterior en un conjunto de actuaciones concretas, priorizadas,

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	12/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

presupuestadas y calendarizadas. La ejecución de este plan se proyecta en un horizonte temporal de cinco años.

## 5.0 ANÁLISIS FINANCIERO Y SOSTENIBILIDAD DEL PLAN

Este apartado final detalla la estructura financiera del plan, justifica la necesidad de la financiación solicitada y establece los mecanismos que garantizarán no solo su correcta ejecución, sino también su viabilidad y continuidad a largo plazo. La siguiente tabla resume la inversión prevista:

Eje Estratégico	Año 1 (€)	Año 2 (€)	Año 3 (€)	Año 4 (€)	Año 5 (€)	Total por Eje (€)	% del Total
<b>1. Estructuración y Producto</b>	52.188	86.980	57.987	46.389	46.389	289.933	35,31%
<b>2. Calidad y Sostenibilidad</b>	23.275	38.792	25.861	20.689	20.689	129.305	15,75%
<b>3. Promoción y Digitalización</b>	18.305	30.509	20.339	16.271	16.271	101.695	12,39%
<b>4. Gobernanza</b>	54.000	90.000	60.000	48.000	48.000	300.000	36,55%
<b>Total Anual (€)</b>	<b>147.768</b>	<b>246.281</b>	<b>164.187</b>	<b>131.349</b>	<b>131.349</b>	<b>820.933</b>	<b>100%</b>

Como se observa, la mayor inversión se concentra en el Año 2, coincidiendo con la ejecución de las obras de mayor envergadura, como la creación del Punto de Recepción de Visitantes (Eje 2).

### 5.1 Desglose presupuestario por ejes y anualidades

El presupuesto total estimado para la ejecución completa del Plan Estratégico de Dinamización Turística de Tíjola asciende a **820.933 euros**, distribuido a lo largo de un horizonte de cinco años.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	13/15	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

## 5.2 Fuentes de financiación y efecto palanca de la subvención solicitada

Para la ejecución de este ambicioso plan, el Ayuntamiento de Tíjola solicitará una subvención que cubra un porcentaje significativo del presupuesto total, en el marco de las convocatorias de ayudas públicas para el desarrollo turístico.

La financiación solicitada no debe ser vista como un gasto, sino como una inversión con un potente **efecto palanca**. La inversión pública en la mejora de infraestructuras, la puesta en valor de recursos y la promoción del destino actuará como un catalizador para la inversión privada, generando un círculo virtuoso de inversión, creación de empleo y aumento de la actividad económica que superará con creces la cuantía inicial aportada. El Ayuntamiento de Tíjola cofinanciará parte del plan con cargo a sus presupuestos municipales y buscará activamente la colaboración de otras administraciones.

## 5.3 Indicadores de seguimiento y evaluación del impacto

Para garantizar la correcta implementación del plan y medir su eficacia, se establecerá un sistema de seguimiento y evaluación riguroso, gestionado por el Observatorio Turístico de Tíjola (actuación A.4.2).

Se creará un **Cuadro de Mando de Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs)** que permitirá evaluar el progreso hacia los objetivos del plan. Estos indicadores se agruparán en varias categorías:

- **Indicadores de Demanda:** Número de pernотaciones anuales, estancia media del visitante, gasto medio diario por turista, procedencia de los visitantes.
- **Indicadores de Oferta:** Tasa de ocupación media de los alojamientos, número de plazas de alojamiento turístico, número de empresas turísticas registradas.
- **Indicadores de Marketing y Presencia Online:** Número de visitas y usuarios únicos al portal web de turismo, número de seguidores e interacciones en redes sociales y posicionamiento en buscadores.
- **Indicadores de Calidad y Satisfacción:** Índice de satisfacción del visitante (obtenido a través de encuestas), Índice de Reputación Online (IRO) del destino, número de consultas y quejas en el Punto de Recepción de Visitantes.

La monitorización continua de estos KPIs permitirá no solo justificar la inversión realizada ante la entidad financiadora, sino también reorientar las estrategias en tiempo real, optimizar los recursos y asegurar que el desarrollo turístico de Tíjola se consolide sobre una base sólida, sostenible y verdaderamente estratégica.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicación y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	14/15	
<b>Uri De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			

## 6.0 CONCLUSIÓN

Tíjola, la “Perla del Almanzora”, ofrece un patrimonio cultural e histórico notable, una naturaleza atractiva y una rica tradición gastronómica. Este plan estratégico resalta los beneficios de combinar turismo arqueológico, rural, cultural y gastronómico.

Con este enfoque moderno y bien estructurado, Tíjola puede destacar como destino turístico rural de primer orden en Almería.

**El Concejal de Deportes, Juventud, Turismo,  
Comunicación y Redes Sociales  
D. Juan Manuel Gómez Ruiz**

<b>Código Seguro De Verificación</b>	9QEAKG/8Sx4A2KVofpeOtQ==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Juan Manuel Gomez Ruiz - Concejal de Deportes Juventud Turismo Comunicacion y Redes Sociales Ayuntamiento de Tíjola	Firmado	30/07/2025 14:07:21	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	15/15	
<b>Uri De Verificación</b>	<a href="https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D">https://ov.dipalme.org/verifirma/code/9QEAKG%2F8Sx4A2KVofpeOtQ%3D%3D</a>			
<b>Normativa</b>	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			