



**FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**GRADO EN TURISMO**

**PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO DE  
SAN JUAN DE AZNALFARACHE**

Trabajo Fin de Grado presentado por Álvaro Navas Córdoba, siendo la tutora del mismo Pilar Moreno Pacheco.

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

Dña. Pilar Moreno Pacheco

D. Álvaro Navas Córdoba

Sevilla. Junio de 2016





**GRADO EN TURISMO  
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO  
CURSO ACADÉMICO [2015-2016]**

**TÍTULO:  
PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO PARA EL MUNICIPIO  
DE SAN JUAN DE AZNALFARACHE**

**AUTOR:  
ÁLVARO NAVAS CÓRDOBA**

**TUTOR:  
DRA. PILAR MORENO PACHECHO**

**DEPARTAMENTO:  
ECONOMÍA APLICADA I**

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:  
ECONOMÍA APLICADA**

**RESUMEN:**

Desde hace décadas multitud de localidades se han lanzado a la carrera por buscar sus orígenes. De esta manera varios pueblos del Aljarafe han invertido esfuerzos y medios para poner en valor todo el patrimonio del que disponen y que tristemente en muchos casos se encontraba abandonado. Los Ayuntamientos y Diputación de Sevilla han querido sacar a la luz cualquier vestigio de población antigua y remontar los orígenes de nuestros municipios.

San Juan de Aznalfarache no ha mantenido este ritmo, y no dispone en estos momentos de obras de rigor histórico actualizada, siendo la última obra publicada de este emblemático pueblo de la cornisa del Aljarafe de 1980, de Daniel Pineda Novo.

El estudio y el vínculo con las instituciones competentes en materia de patrimonio, constituyen un trabajo que supondrá un nuevo impulso para el pueblo de San Juan de Aznalfarache con el que se dispone de espacios que ayudarán a poner en valor su patrimonio y animar el turismo en la zona y fomentar el conocimiento de su propio pasado antiguo tanto entre sus habitantes como ante sus visitantes.

Ante esta situación, la finalidad de este estudio de investigación es realizar una propuesta de planeamiento del municipio, centrada en la planificación y gestión de los recursos turísticos.

**PALABRAS CLAVE:**  
Política turística; municipio; análisis DAFO; patrimonio; ejes estratégicos y medidas.



## ÍNDICE

CAPÍTULO 1: CONSIDERACIONES PREVIAS .....	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	2
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.4. METODOLOGÍA Y FUENTES UTILIZADAS .....	3
CAPÍTULO 2: ESTUDIO SOCIO DEMOGRÁFICO Y ECONÓMICO DE SAN JUAN AZNALFARACHE.....	5
2.1. ESTUDIO SOCIO-DEMOGRÁFICO Y LABORAL .....	5
2.1.1. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE SAN JUAN.....	5
2.1.2. EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN .....	6
2.1.3. MERCADO LABORAL .....	8
2.2. MODELO PRODUCTIVO.....	10
2.2.1. SECTOR SERVICIOS - COMERCIAL .....	10
2.2.2. SERCTOR TURÍSTICO .....	11
CAPÍTULO 3: DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE SAN JUAN AZNALFARACHE .....	14
CAPÍTULO 4: PROPUESTAS DE UN PLAN DE ACTUACIÓN .....	23
4.1. OBJETIVOS.....	23
4.2. MEDIDAS Y ESTRATEGIAS DE ACCIÓN .....	24
4.3. PRIORIZACIÓN DE LAS ACTUACIONES .....	28
4.3.1. CRITERIOS A SEGUIR PARA REALIZAR LA PRIORIZACIÓN. 28	
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES .....	32
BIBLIOGRAFÍA .....	33
ANEXO 1: ENTREVISTA MARÍA JOSÉ DÍAZ, RRHH HOTEL TRH ALCORA .....	36
ANEXO 2: ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE SAN JUAN AZNALFARACHE.....	38



# CAPÍTULO 1

## Consideraciones Previas

### 1.1. Introducción

Desde hace 3000 años el Guadalquivir ha sido vía de entrada en la provincia de Sevilla, pasando por tartesos, fenicios y romanos, el río ha visto como ha crecido el cristianismo para años después llegar la religión islámica. Fue testigo de la reconquista, apareciendo reyes y nobles, y el gran protagonista de la llegada de la aventura hacia un nuevo mundo con el cargamento de oro americano.

El Guadalquivir abraza en su orilla al pueblo de San Juan de Aznalfarache, un pueblo milenario que, como el propio río, ha sido testigo de la historia de Sevilla, siendo la suya tan particular y peculiar como la de la capital. Con el fin de desarrollar y potenciar los recursos turísticos que hay en el pueblo, mejorar la competitividad turística, y consolidar su posición en el mercado turístico de la provincia y de Andalucía, se trata de incorporar a la provincia de Sevilla recursos turísticos y complementarios a los ya existentes, dicha incorporación será de recursos artísticos y culturales que aún no gozan de admiración, además es aconsejable crear una agenda eventos con transcendencia a nivel provincial. Todo ello deberá incurrir en un aumento del número de visitantes al pueblo con lo que se correspondería a un aumento de pernoctaciones en la ciudad de Sevilla e incluso en el propio pueblo.

Aunque más adelante se hará mención de todas las actuaciones que deben ponerse en marcha se puede subrayar los siguientes objetivos como los más relevantes en este estudio de investigación.

Uno de los proyectos más destacados sería el potenciar y dar uso más amplio al Centro de Interpretación del Patrimonio Arqueológico, creando, al mismo tiempo del uso de museo arqueológico, un centro temático para el visitante. Además funcionará como el punto de partida hacia los distintos itinerarios y rutas a crear en el municipio, y como un gran centro de interpretación que dará a conocer los valores de las distintas culturas que han pasado por la villa.

Al río, siendo este motor de actividades y eventos turísticos, se le dará al visitante la información que le permita conocer el patrimonio cultural que puebla su orilla sanjuanera. El primer paso en su puesta de valor será la mejora de la fachada fluvial, ya que a orillas del río se encuentra la ruta turdetana. Facilitar y mejorar esta vía para uso y disfrute de un turismo rural y activo.

Otra actividad que incluye esta propuesta será el crear itinerarios turísticos tematizados, entorno a recursos hasta ahora desconocidos, jugando con las leyendas e historias que San Juan tiene, haciendo partícipes a los propios ciudadanos del pueblo. Cada itinerario tendría su información correspondiente para que el turista, sin recurrir al uso de un guía, pueda tener toda la información necesaria.

Uno de los itinerarios recorrerá el barrio bajo y el monumento, siendo ambos lugares cuna de la historia sanjuanera. Incentivando la gastronomía y el conocer más detalladamente la zona histórica. Además de la apertura al turismo del recinto del Sagrado Corazón, estando a escasos metros del centro de interpretación, y así cobrando vida el barrio del Monumento. Haciendo notar la historia que esconde el propio barrio y del propio recinto, muy vinculado a la propia historia sevillana.

Juntos a estos itinerarios, se propone crear una oficina permanente que permitirá gestionar una agenda de eventos, exposiciones y conciertos con la repercusión turística necesaria. Así se trabajará en ampliar la visión temporal de la oferta.

Como conclusión sobre este estudio de investigación y propuesta de actuaciones turísticas decimos que es un ambicioso proyecto que para canalizar su éxito deberá recibir el apoyo de la iniciativa privada. De este modo se plantea una propuesta diferente y nueva para visitar San Juan, un nuevo camino con un punto de partida desde el río y la mirada del Sagrado Corazón que permitirá al turista ampliar su visión sobre los atractivos de la provincia. Una oferta abierta a nuevos itinerarios que profundizarán en los aspectos menos conocidos de nuestro pueblo. Con la propuesta planteada pensamos que es una nueva oportunidad hacia la evolución y la puesta en valor del municipio de San Juan de Aznalfarache.

## 1.2. Justificación

Se presenta un primer modelo de elaboración turística presentado para el Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache, sobre la utilización de una herramienta planificadora para así implantar un sistema de gestión turística en la localidad. Un asunto de gran relevancia ya que no existe una planificación y gestión previa a este proyecto turístico.

Otra motivación de este proyecto es apoyar y dar a conocer los recursos turísticos del municipio. Se espera que sea igualmente útil para otros grupos de acción local de la provincia de Sevilla o incluso de otras provincias. También va dirigido a organizaciones de interés turístico (Instituto Andaluz de Instituciones Culturales, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, etc.) que estén interesados en promocionar el turismo de San Juan como una forma apropiada de desarrollo local.

Es relevante para la justificación de este estudio de investigación, aclarar mi condición de sanjuanero y que este trabajo se hace por y para la localidad de San Juan. El haber podido realizar las prácticas del Grado en Turismo en el ayuntamiento de la localidad ha facilitado en gran medida la preparación de este estudio, no obstante, dificultosa al mismo tiempo ya que San Juan carece de información científica del sector turístico. Por medio de este trabajo el Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache, a través de su concejala de Turismo, María José Quesada, presenta en pleno ordinario del mes de abril el primer plan estratégico de Turismo para el municipio, siendo aprobado por mayoría. Ciertos objetivos de los nombrados en esta propuesta de plan estratégico ya están ejecutándose con gran aceptación en el sector y con la financiación de PRODETUR.

Intentando introducir al sector turístico en el municipio es oportuno realizar una aproximación a los conceptos de turismo y de turista.

El Turismo, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), son "*las actividades de personas que viajan a lugares fuera de su medio normal, o permanecen en ellos, durante un período no superior a un año consecutivo por motivos de ocio, negocios y otros propósitos*" y por turista "*visitante que está al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado*".

Analizando ambas definiciones según el marco turístico de San Juan, se verifica que la localidad está preparada, por méritos y recursos propios, para recibir a un sector turístico, ya que encontramos una amplia gama de bienes culturales e históricos que pueden llegar a ser de interés turístico, como se podrá demostrar a lo largo de este estudio.



Podemos también contar con un turista que vaya a pernoctar en el municipio, ya que el municipio tiene el mayor número de plazas hoteleras, después de Sevilla, dentro de la provincia. No obstante, esta definición no podría ser considerada exacta, ya que el requisito de la pernoctación es considerado por muchos autores como no relevante, respecto a las acciones del turismo de ocio. Estaríamos ante la distinción del visitante, turista que visita un determinado municipio pero no realiza pernoctación, y el turista vacacional que si llega a realizar una pernoctación en un alojamiento turístico reglado.

Siguiendo a la OMT, define el turismo de cultura como "*movimientos de personas hacia atractivos culturales con objeto de adquirir una nueva información y experiencias por satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros*". Ante esta situación podemos seguir dando motivos que San Juan está capacitado tanto históricamente como culturalmente de entrar en este espacio turístico. Al contar con restos históricos turdetanos únicos en la península, con una perfecta conservación de la muralla Almohade (también única en el territorio del antiguo Al-Ándalus) y un fantástico recurso cultural, histórico y religioso dentro del recinto de los Sagrados Corazones, incluyendo la espléndida pinacoteca.

En conclusión, consideramos que el destino San Juan cuenta con una oferta diferenciadora y comercializable. Este plan presenta las bases de un nuevo destino turístico.

### **1.3. Objetivos de la investigación**

La finalidad del trabajo es realizar una propuesta de planeamiento del municipio, así como la planificación y gestión de los recursos turísticos, y establecer la priorización de esta y cuál sería el orden a seguir. Concretamos los siguientes objetivos que se han marcado para la investigación y se plantean de la siguiente manera:

- ✓ Evaluar el potencial turístico de San Juan en cuanto a su oferta, la demanda, la competencia, y las propias características del municipio.
- ✓ Definir cuál van a ser las bases de la estrategia del desarrollo turístico, para que esta sea el fruto de la cooperación y el diálogo entre la población y los agentes locales. De esta forma este trabajo también resume cual es la visión del propio sanjuanero. Por medio de encuestas y en un muestreo de cerca de 1000 personas, conocemos cuales son las inquietudes y las demandas que los habitantes del pueblos desean ante un mercado turístico en el pueblo.
- ✓ Facilitar la elección de las actuaciones propuestas. Por medio de un análisis de priorización se considerará aquellas medidas prioritarias.

### **1.4. Metodología y fuentes utilizadas**

Para realizar este estudio de gestión turística del municipio sevillano de San Juan de Aznalfarache e implantar este posible plan estratégico de turismo, se van a estudiar las siguientes variables:

Al haber realizado las prácticas del Grado en Turismo en el Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache, se ha podido contar diversa documentación de los distintos departamentos que lo constituye, de difícil acceso para el público: información estadística, comercial e industrial. La Concejala de Turismo, María José Quesada, ha colaborado para la búsqueda de información.

Dado teniendo en cuenta que no se ha trabajado en un estudio de planeamiento turístico previamente a este estudio, nos basamos en información directa y en los diferentes planes turísticos nacionales, regionales y locales.

- Entrevista a M<sup>a</sup> José Díaz, responsable del departamento de Recursos Humano del Hotel TRH Alcora. *Anexo 1.*
- Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (IAPH). José Pérez del Campo.
- Muy importante ha sido la aportación de los cerca 1000 habitantes que han cedido para realizar la encuesta para la investigación. Con ello se ha realizado gran parte del trabajo de las acciones a tener en cuenta en un corto plazo. *Anexo 2.*
- Planes Estratégico como el Plan Nacional Integral de Turismo, el Plan General de Turismo Sostenible (recientemente aprobado) y el Plan de Calidad Turística de Andalucía, han sido los grandes ejes en los cuales este proyecto se ha fijado. Son las bases por las cuales cualquier estudio de planificación y gestión turística seguir.
- Ley 16/1985, de 25 de Junio, de Patrimonio Histórico Español.
- Decreto 19/1995 de 7 de Febrero para el Fomento y Protección del Patrimonio.
- Ley de 14/2007, de 26 de Noviembre, de Patrimonio Histórico de Andalucía, con su desarrollo vigente, Reglamento de Actividades Arqueológicas, aprobado en el decreto 168/2003 de 17 de Junio por el que se aprueba el.
- Análisis socio-demográfico y laboral del municipio: en el cual se ha utilizado fundamentalmente la base de datos del Ayuntamiento y los datos facilitados por el Instituto de Estadísticas y Cartografía de Andalucía.
- Para el estudio sobre el modelo productivo del pueblo se ha trabajado con la propia Asociación de Comerciantes de San Juan y con el Servicio Andaluz de Empleo.
- Otras fuentes como el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) o el Registro de Turismo de Andalucía (RTA), están muy presentes a lo largo del trabajo, así como el Consorcio de Turismo de Sevilla o Turismo de la Provincia (Prodetur).
- Análisis del diagnóstico de la situación por medio del método DAFO. Se considera este método el más relevante para este estudio ya que consideramos que es la herramienta que mejor "proporciona información detallada de los factores internos y externos que pueden influir en el éxito o el fracaso" (Manual de Dirección Estratégica de empresas turísticas).
- Destacar la escasa información habida sobre el estudio en el que se ha trabajado, y la dificultad que conlleva haber realizado dicho estudio de investigación. Nunca se ha llegado a realizar un planeamiento desde el ayuntamiento de la localidad, y a día de hoy tampoco hay contratado personal técnico preparado para la elaboración de ello y la gestión de los recursos.
- El estudio presente carece de datos presupuestarios a causa de que no existe presupuesto actualmente para el sector turístico de San Juan de Aznalfarache. En abril de 2016 se aprueba el primer Plan Estratégico de Turismo de San Juan, con ello se presiente la ayuda y financiación de PRODETUR para las labores a realizar, posteriormente se tiene que aprobar una partida presupuestaría por parte de ayuntamiento. No ha dado tiempo conseguir esta información ya que se debe aprobar en el pleno del mes de mayo.

## CAPÍTULO 2

### Estudio socio-demográfico y económico de San Juan Aznalf.

#### 2.1. Estudio socio-demográfico y laboral.

##### 2.1.1. Características básicas de San Juan.

El municipio de San Juan de Aznalfarache se localiza a orillas del Guadalquivir, junto a la Ciudad de Sevilla, estando muy bien conectado con la capital, tanto por la comunicación de la línea 1 de metro y el acceso a la ciudad por la SE-30. Se encuentra situada a una altitud de 49 metros y a 4 kilómetros de Sevilla. San Juan tiene un clima más fresco que Sevilla en verano debido a su altitud y a la influencia reguladora de las temperaturas que ejerce el Guadalquivir. El municipio se encuentra a una altitud máxima de 9 metros sobre el nivel del mar, siendo este punto la barriada de Nuestra Señora del Loreto, coloquialmente conocido como el cerro del Monumento, conformándose una altura con panorámicas excepcionales sobre la capital.



**Ilustración 1 Plano del territorio del municipio de San Juan de Aznalfarache. Fuente: SIMA**

La localidad se encuentra localizada dentro de la comarca del Aljarafe, en una posición intermedia entre la capital y la comarca, siendo San Juan el municipio más próximo a la capital. Su extensión de 4,1 km<sup>2</sup> y su población de 22850 habitantes marca la característica de esta comarca, municipios de pequeñas dimensiones y con un gran número de población, en línea con otros municipios limítrofes. Este volumen de población sitúa a San Juan en unos de los principales núcleos demográficos de la provincia (la décimo cuarta posición de 105 municipios) y de la mancomunidad del Aljarafe.

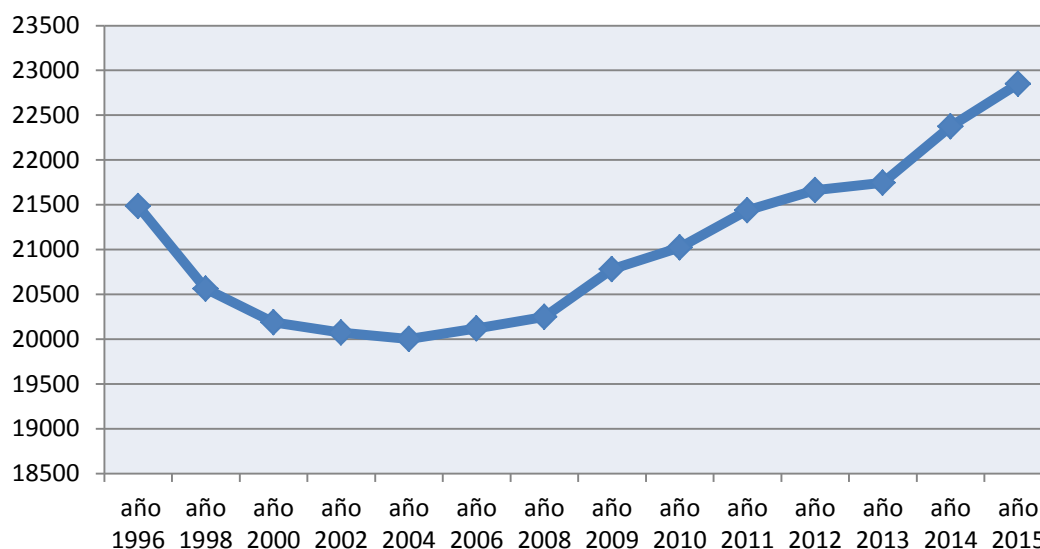
MUNICIPIO DEL ALJARAFE	POBLACIÓN
<b>Mairena del Aljarafe</b>	43.723 hab.
<b>Tomares</b>	24.501 hab.
<b>San Juan de Aznlf.</b>	22.850 hab.
<b>Bormujos</b>	20.947 hab.

**Tabla 1 Ranking poblacional de los municipios del Aljarafe. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SIMA.**

### 2.1.2. Evolución y características de la población.

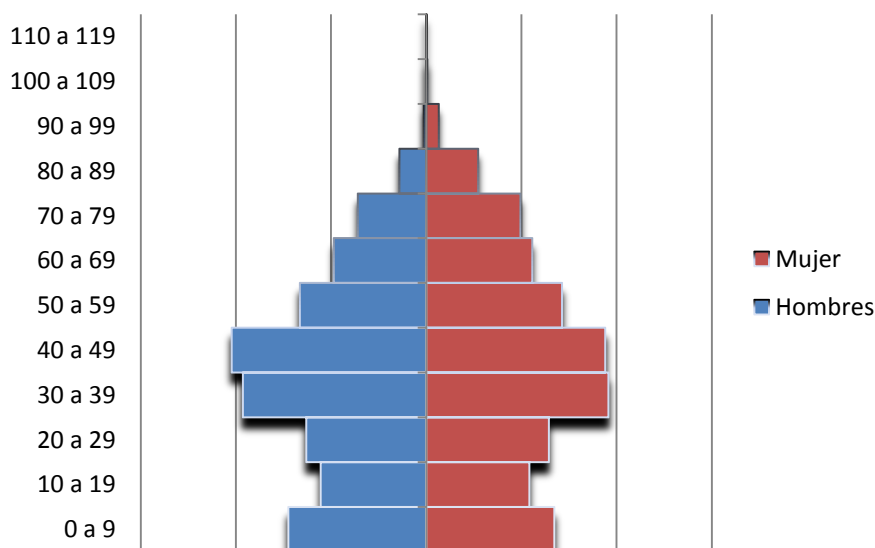
La evolución registrada que está notando el municipio en términos de población es tan notable que podemos encontrar barrios de este que están en lugares más lejanos al antiguo pueblo y cuentan con un gran número de habitantes.

Atendiendo al siguiente gráfico de la evolución de la población de San Juan podemos destacar la consolidación del municipio como pueblo dormitorio de Sevilla, favoreciendo a este hecho la inauguración y estreno del Metro de Sevilla en el año 2009.



**Ilustración 2 Evolución de la población de San Juan de Aznalfarache. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.**

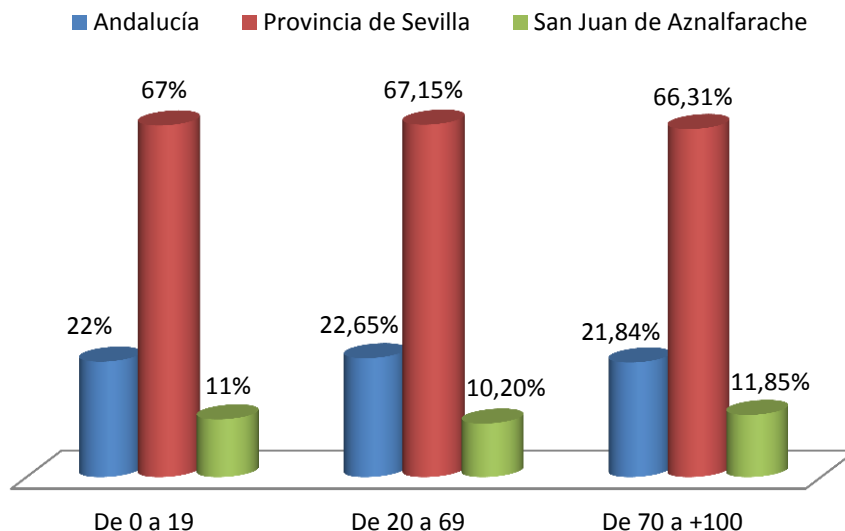
Si hacemos referencia al sexo, podemos notar el pequeño aumento que tiene el sexo femenino ante el masculino.



**Ilustración 3 Pirámide poblacional de San Juan de Aznalfarache año 2015. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Ayuntamiento.**

Por otra parte, la pirámide poblacional presenta la estructura típica de una sociedad demográficamente avanzada, con una base reducida en un grupo ancho procedente de épocas de alta natalidad en los años sesenta y una cúspide algo más ancha, especialmente en el lado femenino.

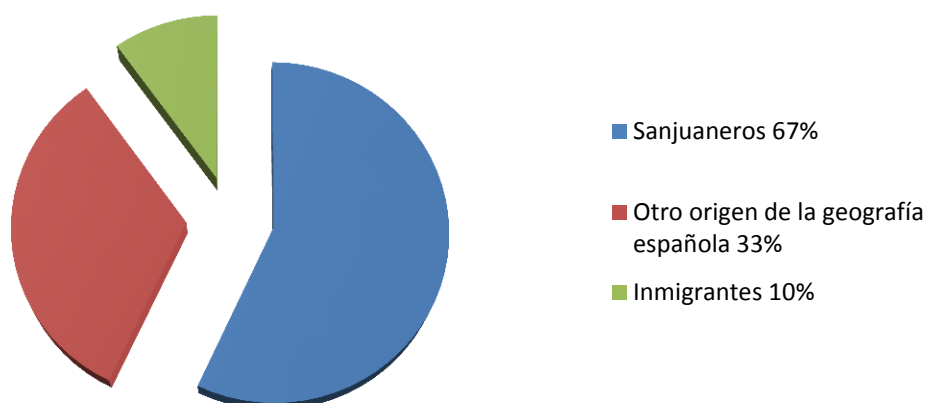
La estructura por edades de la población presenta una proporción más equilibrada en San Juan que en los ámbitos de referencia provincial y regional, y aunque la referencias son escasas, el municipio presenta proporciones superiores en los colectivos más jóvenes y algo inferiores en los de mayor edad.



**Ilustración 4 Datos de la población de Andalucía, la provincia de Sevilla y San Juan. Fuente: Elaboración propia.**

Con respecto a la referencia de la población, se observa que el 57% del total (22850 habitantes en el final del 2015) de la población pertenecen a las personas que han nacido en el pueblo o propias del municipio. De ese total de la población el 33% pertenece a otros lugares de la geografía española.

El 10% del total de la población son personas inmigrantes que residen en el pueblo.



**Ilustración 5 Origen de la población de San Juan. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache.**

Más concretamente, el análisis de la población inmigrante revela que la mayor parte de la población extranjera procede del continente latino-americano (39.29%), porcentaje superior a la media regional (19%). Esta tasa ha ido creciendo en los últimos años. Salvo los ciudadanos de origen asiático, el resto de los continentes ha ido disminuyendo su peso en el porcentaje con relación a la población total.

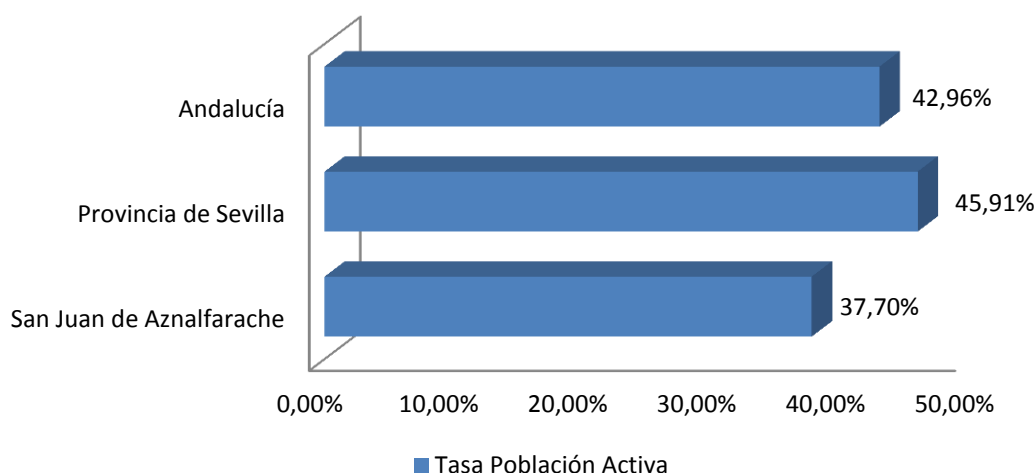


**Ilustración 6 Origen de la población emigrante. Fuente: Elaboración propia a partir de las estadísticas del Ayuntamiento.**

La nacionalidad más representada actualmente (enero del 2016) es la marroquí, con 329 habitantes, suponiendo un 14.38% del total de la tasa de inmigración en San Juan, seguida de la nacionalidad rumana con 236 habitantes, un 10.31% del total. Los hábitos de consumo y las demandas de servicios municipales de estos dos colectivos son claramente diferentes.

### 2.1.3. Mercado laboral.

La población activa (ocupados y parados) de San Juan de Aznalfarache, según los datos obtenidos en el SIMA y verificándolos en el último Censo de Población (2015) asciende a las 8616 personas, lo que supone un incremento del 10,58% respecto de las 7704 (2011) personas que se mostraba en los últimos datos.



**Ilustración 7 Comparativa porcentual de la tasa de población activa entre Andalucía, la provincia de Sevilla y San Juan de Aznalfarache. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del ayuntamiento y del INE.**

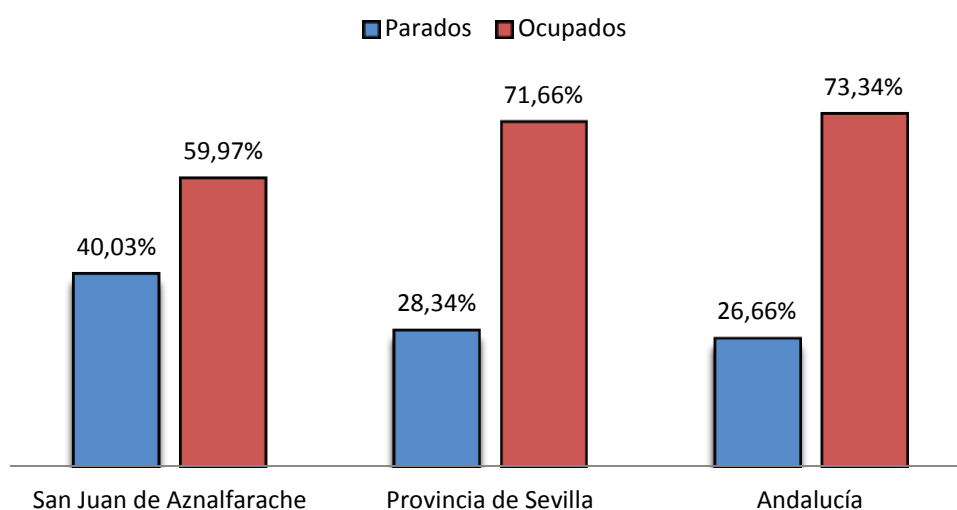
Este incremento está relacionado con lo sucedido en la provincia y el conjunto de Andalucía. Sin embargo, la evolución de los componentes de la población activa no ha sido igual en el municipio que en el resto de ámbitos. Mientras que en San Juan la población ocupada se sitúa en torno al 59.97%, en la provincia de Sevilla se encuentra al 71.66% y en Andalucía al 73.34%.

Cabe destacar esta diferencia en la tasa de ocupación del municipio con la de Sevilla y Andalucía, que están en cierto modo equilibradas. San Juan es un municipio que presenta actualmente graves deficiencias, como es la alta tasa de fracaso escolar. Según los datos facilitados por el Ayuntamiento de la localidad el 57,7% de la población no ha obtenido ningún título académico y están en situación de búsqueda de empleo. Empresas de este municipio, como El Corte Inglés, buscan personal preparado y contratan a personas de otras localidades.

Otras empresas que necesitan personal poco cualificado se encuentra con un elevado número de personas que buscan trabajo y que no tienen graduado de escolaridad. Esta realidad es uno de los temas que más llega a preocupar al equipo de gobierno de la localidad, y es así como nos lo hacen reflejar.

A finales del 2015 estaban inscritas en las oficinas del Servicio Andaluz de Empleo de San Juan de Aznalfarache un total de 8616 personas como demandantes de empleo, lo que supone el 37.70% de la población entre 16 y 64 años de edad. De estas, 3449 personas pueden considerarse como demandantes de empleo no ocupados.

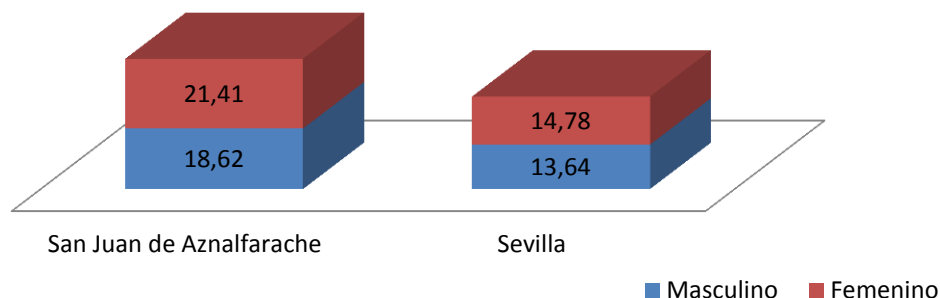
Apostar por mayor diversificación del sector servicios, como es apostar por el sector turístico, es una apuesta segura para reducir este número de parados en el municipio.



**Ilustración 8** Gráfico porcentual de las personas paradas y ocupadas en San Juan de Aznalfarache. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SIMA, facilitados por el Ayuntamiento (datos 2015).

La población parada se distribuye de forma más o menos equilibrada por sexos, aunque con mayor peso de mujeres (21.41%) frente a hombres (18.62%), al igual que en la provincia aunque el desequilibrio es menor, un 14.78% para el sector femenino y el 13.65% para el masculino.

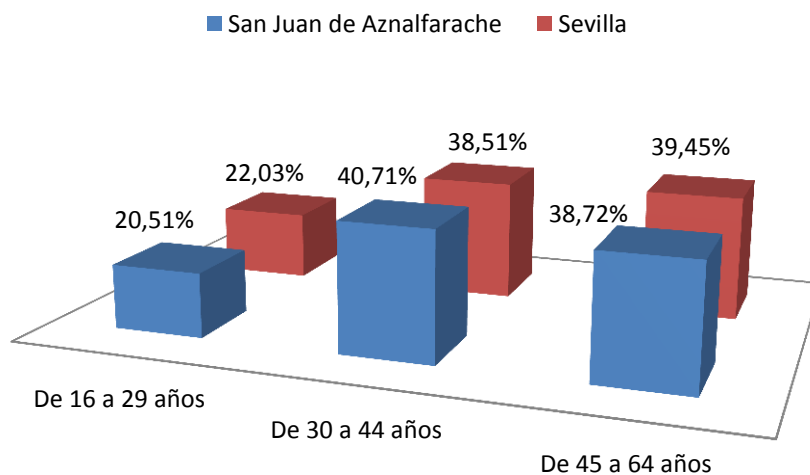
## Diferencia de la tasa de paro por sexos



**Ilustración 9 Comparativa de la tasa de paro entre el sexo femenino y masculino. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SIMA.**

Por edades, aunque las diferencias no son muy significativas, cabe señalar que la situación de San Juan es algo peor para los colectivos jóvenes, al igual que pasa en la provincia.

## Diferencia por edades de la tasa de paro



**Ilustración 10 Comparativa porcentual de la tasa de paro por grupos de edades entre la ciudad de Sevilla y San Juan de Aznalfarache. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SIMA.**

## 2.2. Modelo Productivo.

### 2.2.1. Sector Servicios - Comercial de San Juan de Aznalfarache.

El municipio de San Juan de Aznalfarache basa su desarrollo económico y el bienestar de su población en un modelo productivo que se sustenta en las actividades comerciales. Numerosas empresas nacionales e internacionales se localizan en el pueblo, así como las pymes que han sido las grandes luchadoras para dar fuerza al mercado del municipio.

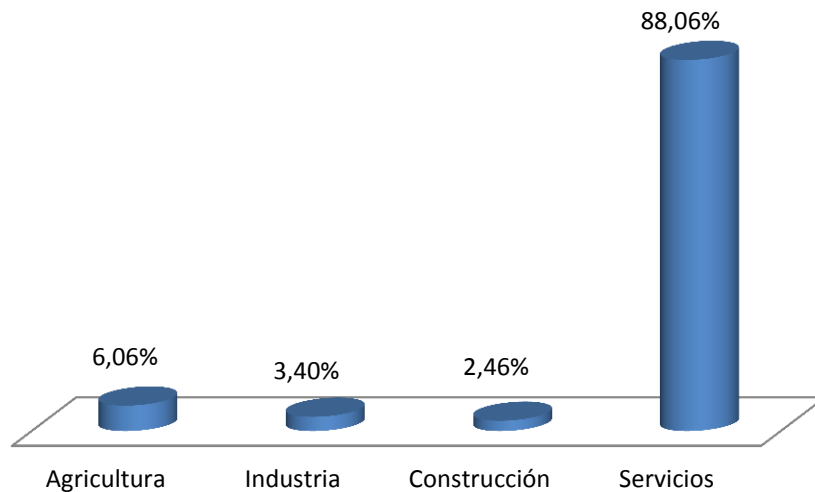
San Juan, al igual que la comarca y otras zonas de Andalucía, había iniciado a mediados de los 80 un proceso de cambio y evolución de una sociedad agraria a otra con mayor peso de los servicios comerciales.



Empresas tan importantes como la sede central de Canal Sur Televisión y la Agencia Pública Empresarial Radio Televisión de Andalucía, dan nombre al pueblo por medio de sus emisiones dotándolo a este de una gran importancia. Otra empresa relevante con un aspecto más industrial es Arrocerías Herba, del grupo Ebro Foods, la mayor envasadora de arroz andaluza y ofreciendo al pueblo un gran número de puestos de trabajo.

En la localidad existen un total de 528 empresas registradas, en su gran mayoría dedicadas al sector servicio, un 88.06% del total, correspondiendo este porcentaje a un número de 465 empresas, y de estas solo 6 relacionadas directamente con el sector turístico, 5 agencias de viajes y un solo hotel.

La distribución por sectores se muestra en el siguiente gráfico:

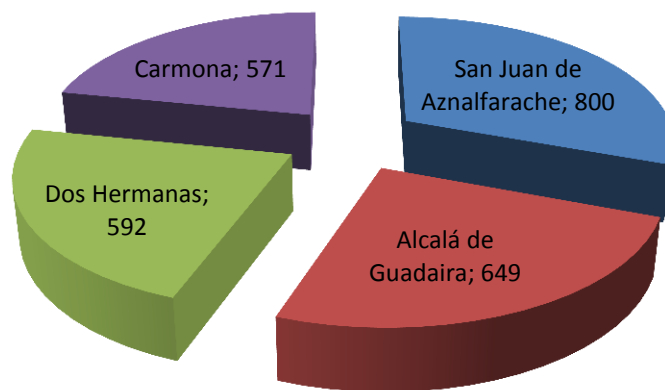


**Ilustración 11** Gráfico ilustrativo haciendo referencia a los porcentajes de las distintas actividades del pueblo. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del Ayuntamiento.

### 2.2.2. Sector Turístico.

Claramente se puede comprobar que un gran bloque de la actividad se concentra en las actividades comerciales y de servicios. La buena situación de San Juan ha hecho un gran referente en la capital, en gran parte este enriquecimiento se debe al metro de Sevilla, ya que el pueblo es afortunado de contar con dos paradas de metro, una de ellas situada perfectamente en el foco principal de los recursos turísticos de San Juan.

El sector del alojamiento presenta una situación única, ya que solo una sola empresa hotelera es la que se encuentra registrada, el Hotel Alcora, teniendo capacidad de 800 plazas. Este número coloca a San Juan como el primer municipio de la provincia con mayor número de plazas en establecimientos hoteleros.



**Ilustración 12** Gráfico explicativo del número de plazas de los 3 municipios que preceden a San Juan en el ranking. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera.

Este número hace que la hostelería presente una mejor situación respecto a otras actividades comerciales e incluso dentro del propio sector turístico. El importante trabajo desarrollado por los empresarios del hotel y el apoyo recibido desde el ayuntamiento ha conseguido que el Hotel Alcora sea un referente provincial en lo que se refiere el sector del alojamiento.

Esta empresa de alojamiento ha trabajado duramente a lo largo de su historia para conseguir esta situación óptima. Sus comienzos fueron a causa de la EXPO 92 de Sevilla, y con el fin de esta la dirección del hotel tuvo que replantearse su visión de negocio y reorientarlo, y así fue, dirigiendo al Hotel Alcora hacia lo Congresos y Convenciones. Como nos dice M<sup>a</sup> José Díaz, encargada del departamento de Recursos Humanos del TRH Alcora "el hotel tuvo que adaptarse a las necesidades del mercado creando un Salón de Convenciones con capacidad para 1200 personas, el Salón Alcora, inaugurado en 1994. Esta decisión fue muy acertada ya que convirtió al hotel en uno de los más idóneos para acoger este tipo de eventos y supuso una importante fuente de ingresos".

El hotel está acondicionado para recibir a unos turistas muy exquisitos, y también, como nos hace saber la señora Díaz, "estamos deseando de participar en propuestas y desarrollo turístico para el pueblo. Desde la comitiva del hotel pensamos que San Juan tiene un fuerte potencial en recursos turísticos con lo que puede atraer a nuevos turistas. Nuestro hotel, dada la ubicación, tiene a disposición de los clientes un servicio de minibús que realiza el itinerario a Sevilla y viceversa, podemos disponer, si fuese el caso, de este servicio a la zona turística de San Juan. Asimismo si el cliente lo solicita se le traslada de la estación de Santa Justa al hotel y su regreso".

El Hotel TRH Alcora se puede llegar a convertir en un fuerte foco de atracción para las propuestas turísticas que se van a plantear más adelante. Dicho hotel cuenta con una media anual de pernoctaciones de un 3.75%, y nos comentan que las perspectivas del sector es el aumento. "El año pasado España recibió 475000 turistas japoneses, 289000 chinos y 167000 surcoreanos, y en el año 2030 se prevé que sean 535 millones de turistas asiáticos, por lo que el hotel y San Juan tendrán que estar preparados para atraer y fidelizar a este tipo de clientes, aunque, tal como viene reclamando el sector turístico, es imprescindible aumentar las conexiones aéreas y la tramitación de los visados debe ser más ágil si queremos acoger a dichos turistas".

El turismo podría ser un gran motor para la actividad económica del municipio. Es por todos reconocido lo importante de su patrimonio cultural, la belleza de su entorno y la calidad de los recursos, no es menos cierto, que la explotación turística de estos

recursos no ha empezado a despegar, y actualmente no está a la altura de lo que se merece.

Los recursos turísticos con los que cuenta San Juan son de calidad y variados. "No solo es suficiente con disponer de recursos, sino que estos deben transformarse en productos atractivos para la demanda objetiva, y como tal ofrece experiencias únicas de máxima calidad que hagan del turista el principal promotor del municipio." (Vicente, C. (2000): La presentación del Patrimonio).

Para hacer que el turismo sea un motor del desarrollo del municipio, es muy importante "reforzar las estructura asociativas y de gestión, para poder organizar y estructurar una oferta privada de calidad". (Vicente, C. (2000): La presentación del Patrimonio).

En definitiva, San Juan cuenta con recursos propios suficientes en cantidad y calidad como para abordar estrategias de desarrollo basadas en la valorización de dichos recursos.

## CAPÍTULO 3

### DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

El diagnóstico sobre la situación actual del sector turístico en San Juan que se va a realizar en esta propuesta de actuación no pretende ser exhaustivo, ya que no existen datos oficiales sobre la demanda y oferta turística. Más bien se pretende crear unas competencias cuyas funciones sean favorecer la coordinación entre las diferentes administraciones públicas, prestar servicios públicos para incentivar la iniciativa privada y promocionar San Juan como destino a nivel provincial y regional.

Actualmente existen distintas herramientas para realizar un diagnóstico claro y certero, como son el análisis de la matriz BCG, la matriz de McKinsey, el análisis de las fuerzas de Porter o el análisis DAFO. De todas se ha optado por trabajar con el sistema aportado por la matriz DAFO, ya que como afirma los profesores Casanueva Rocha y Gallego Águeda (2009) "es el instrumento de análisis más simple y conocido, que consiste en analizar, por un lado, los recursos y la estructura con que se cuenta y, por otro, del entorno". El análisis se divide en dos partes, la parte interna (fortalezas y debilidades) y la parte externa (amenazas y oportunidades).

El enfoque se inspira en el concepto de San Juan como destino en competencia con otros núcleos turísticos similares (Santiponce, Valencina, Carmona, entre otros), y en el que tanto la estrategia como todos sus recursos se alinean para generar una propuesta de valor diferencial al turista.

El diagnóstico de la situación turística sanjuanera ha sido diseñado comparando distintos planes estratégicos existentes, entre los que cabe destacar el Plan Nacional e Integral de Turismo, el Plan de General de Turismo Sostenible de Andalucía, Plan Estratégico sobre la Estacionalidad de Andalucía, Plan Director de Promoción Turística de Andalucía, Plan de Turismo Estratégico de Córdoba y Plan de Turismo de Castilla y León.

El presente estudio de investigación lleva los esquemas de cada uno de los planes estratégicos nombrados, aunque en mayor medida nos vamos a ceñir al esquema que sigue el Plan Nacional e Integral de Turismo (en adelante PNIT), ya que consideramos que el esquema que marca es el más acertado de acuerdo con los objetivos estudiados y planteados desde el inicio.

En el diagnóstico, fundamentado por una amplia muestra de sanjuaneros, entrevistas personales, y con la colaboración de las agencias de viajes, se analizan los siguientes ámbitos:

- Las oportunidades y amenazas, que pueden afectar al destino San Juan como a otros municipios, e incluso a la capital.
- Las fortalezas y debilidades, del destino San Juan con los que compite con otras localidades citadas previamente: recursos y estrategias.

#### **Oportunidades y Amenazas**

Analizando la evolución del sector turístico a nivel provincial a lo largo de los últimos años, y observando las principales tendencias, se puede apreciar un cambio en el modelo del sector turístico.

El turista ha evolucionado hacia un perfil más exigente y crítico, donde el uso de Internet y las redes sociales le permiten acceder a una gran cantidad de información y

opiniones sobre los destinos turísticos, lo que le posiciona con un mayor poder de decisión.

Bajo este marco, San Juan con la intención de albergar el sector turístico puede aprender y evolucionar con situación actual turística.

Ante este escenario, el contexto actual permite observar diferentes amenazas y oportunidades para el sector turístico sanjuanero.

**Amenazas:** se trata de los factores externos al pueblo que le afectan negativamente.

- Incremento de la competencia de otros destinos turísticos similares: La provincia de Sevilla es muy rica en municipios con grandes recursos turísticos. Recursos que cada vez más los turistas van visitando, conformándose con una marca consolidada y muy particular. Esto es un atractivo para la provincia pero una gran amenaza para el pueblo, ya que San Juan parte de cero y estos municipios tienen un gran número de visitantes.
- Inestabilidad política en el país. La ausencia de gobierno por la situación actual provoca cierta incertidumbre para poner en marcha esta propuesta de plan estratégico, ya que el posible cambio de gobierno puede provocar cambios en el sector e incluso un nuevo plan turístico para el país.

**Oportunidades:** son elementos externos al municipio que pueden afectarle positivamente. En su procedimiento hemos decidido organizarlos según el marco político, económico, geográfico y tecnológico.

- Inestabilidad política del norte de África y los Balcanes: Sevilla se beneficia claramente del desequilibrio social que está sufriendo la zona de Oriente Medio. Los datos lo muestran claramente, el 2015 se ha cerrado con una crecida de 8.1% más del año pasado (datos extraídos de la base de datos de Frontur). San Juan de debe aprovechar de esta oportunidad que se está dando en la ciudad.
- Proximidad de AVE: Otras de las oportunidades de las que el pueblo puede beneficiarse es de la proximidad que hay con la estación de tren y con ello de la parada del AVE. Según los datos extraídos desde RENFE, el 14% de los viajeros de AVE Madrid - Sevilla son turistas que pernoctan en la capital andaluza. De ello la oportunidad de beneficiarse para una posible pernoctación en San Juan.
- Mejora de las infraestructuras y servicios, y revalorización del patrimonio arqueológico: Al poner en pie este proyecto turístico, hay una gran oportunidad de rehabilitar zonas y edificios que no se le daban el uso apropiado o directamente no se le daba el uso. Claros son los casos de:
  - Los dos lagares turdetanos, hasta ahora sin utilizar y sin conocimiento de existencia para muchos sanjuaneros.

- El Centro de Interpretación, que existiendo ya una estructura clara se puede utilizar, aparte de museo arqueológico, de centro de información a los turistas. Para ello hay que mejorar las infraestructuras que ya existen e incluso añadir un ascensor para las personas con discapacidad.
- La casa Otto Engelhardt, en su estado de deficiencia, urge la rehabilitación y restauración. Con la denominación de lugar de memoria histórica y también la de Bien de Interés Cultural, esta casa puede convertirse en uno de los mayores tesoros que puede albergar el pueblo.

Por ello este proyecto turístico da la oportunidad de mejorar el espacio y zonas de interés, siempre ante la sostenibilidad y el buen hacer de los usos turísticos.

- Turismo como elemento de diversificación productiva y generador de empleo: Según los datos del SIMA San Juan tiene 3449 personas en situación de paro. Con este plan turístico el crecimiento de empleo será notable teniendo en cuenta la evolución que ha existido en otras localidades.
- Cercanía a destinos como el de la Costa de la Luz con gran flujo de visitantes: San Juan se encuentra situada a 80 kilómetros de la Costa de la Luz, destino turístico por excelencia para muchos. La oportunidad que existe es la de ofrecer posibles paquetes turísticos de visitar el municipio e incluir transporte para los turistas hacia los destinos de sol y playa.
- Incremento en la demanda de viajes cortos, “city break”, ya que los turistas tienen nuevas preferencias y necesidades en su forma de hacer turismo: el auge de los principales destinos del sur de Europa y el norte de África ha hecho que los turistas europeos realicen esta forma de turismo de moda. Ya no interesa el viajar con el coche y pernoctar un fin de semana fuera de tu entorno, ahora las preferencias son tomar un avión y conocer una zona de otro país durante un fin de semana. Y así lo demuestra los datos estadísticos del Aeropuerto de San Pablo de Sevilla, el balance anual de 2015 muestra un incremento del 10.3% de los turistas internacionales realizando viajes de cortos.
- Desarrollo del turismo de nicho por parte de Turismo de la Provincia: ante el eslogan de “Hay otra Sevilla... llena de sensaciones” Prodetur intenta mostrar nuevos nichos turísticos. Cultura, patrimonio, naturaleza y turismo activo son los espacios que se pretenden valorizar dentro de la provincia. Desde el Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache ya se está trabajando de forma conjunta para beneficiarnos de este proyecto que se está llevando a cabo.
- Próximas aperturas de los espacios turísticos y bienes con valor artístico, cultural e histórico: la reapertura del Centro de Interpretación Arqueológico con los yacimientos turdetanos, la inauguración de los aljibes romanos y la posibilidad de realizar visitas a la zona monumental del Sagrado Corazón, dan a San Juan una oportunidad turística muy valiosa para su incorporación en el sector turístico.

- El pantalán se recuperará para potenciar el turismo fluvial: la alianza creada con Prodetur está permitiendo que se encuentre la solución ante el problema creado hace 3 años por las inundaciones, provocando graves daños en el pantalán. Con esto tendríamos un nuevo reclamo turístico, incluyendo a San Juan en la ruta en barco que se realiza desde Puerto Gelves.
- Celebración de un congreso en el Hotel TRH Alcora cada 2 meses: como ya nos había comentado la encargada del departamento de RRHH, María José Díaz, el Hotel viene realizando congresos y conferencias cada dos meses en sus instalaciones.

### Fortalezas y Debilidades

Antes de penetrar en el análisis sería conveniente que se describa lo que es una fortaleza y una debilidad. Para ello tomamos las definiciones marcadas por los profesores C. Casanueva Rocha y M. Gallego Águeda (2009) “las fortalezas son aspectos internos y positivos de la empresa turística, que hacen que la misma se encuentre en una posición favorable respecto a otras empresas similares, y las debilidades son aspectos internos y negativos que la hacen inferior a las demás empresas o que son un impedimento para que la empresa turística alcance sus objetivos”.

Adentrándonos en el análisis interno vamos a clasificar cada una de las fortalezas y debilidades en diferentes ejes. Como se ha dicho previamente, en esta parte de la investigación nos hemos basado en el análisis de varios estudios, y que de todos ellos el PNIT es el más aclarativo para presentar el siguiente apartado.

Se ha procedido a abordar las fortalezas y debilidades atendiendo 4 ejes importantes:



Ilustración 13. Esquema de ejes de fortalezas y debilidades. Fuente: Elaboración propia a partir del PNIT.

### *Promocionar y comercializar San Juan como destino*

Para el buen desarrollo de la actividad turística en San Juan se tiene que crear una marca especial en el sector turístico, para que así se convierta en un activo clave de la economía que requiera una gestión eficaz y coordinada entre todos los que ayuden a construirla (administraciones públicas, sector privado y sociedad civil).

#### **Fortalezas:**

- Calidad y diversidad de la oferta turística: Río – Sagrado Corazón – Centro de Interpretación.

Con los avances que se han realizado en los últimos años en las excavaciones en la barriada de Nuestra Señora de Loreto (zona clave para el turismo de San Juan), podemos presumir de alta calidad histórica por los restos encontrados:

- Único lugar turdetano existente con las características típicas de su estilo en perfecto estado.
- Aljibes romanos encontrados en las inmediaciones del antiguo poblado turdetano.

A esto hay que sumarle el gran potencial turístico que tiene el recinto del Sagrado Corazón, lugar emblemático y skyline del pueblo. Dentro del recinto podemos encontrar la Parroquia de los Sagrados Corazones que alberga uno de los conjuntos protobarrocos de mayor calidad del patrimonio histórico sevillano del autor Juan del Castillo. Dicha parroquia fue construida en el interior del palacio de Yaqub Al-Mansur (de dicho palacio no se conserva ningún resto). A parte de la parroquia, en el interior del recinto también encontramos la valiosa torre del Sagrado Corazón, con detalles neomudéjares y barrocos en su composición y coronada por la imagen de mármol del Sagrado Corazón de Jesús. En el subsuelo de la torre se encuentra la cripta que alberga la Capilla de San Pío X con los restos de la familia Sánchez Dalp, la Capilla de Urcola, y el panteón del cardenal Segura. Este monumento, en su conjunto, contiene mucha emotividad entre los sanjuaneros, ya que en este lugar es donde radica la historia del pueblo.

A parte de estos dos puntos clave en la actividad turística, no debemos olvidarnos de la importancia del río Guadalquivir y la viabilidad que tiene en el sector. En la ribera del río se sitúa el paseo de Nuestra Señora del Carmen y en el pantalán de gran importancia en la historia de San Juan.

Este triángulo es por lo que podemos demostrar que San Juan tiene calidad y diversificación turística, y junto a él, sumar la muralla de Hins-al Faray, una de las pocas murallas árabes que se conserva en perfectas condiciones y el único Bien de Interés Cultural (de aquí en adelante BIC) que se encuentra en el pueblo.

- Situación geográfica estratégica: Es innegable pensar que San Juan no está situado en un punto estratégico inmejorable. Situado a 6 kilómetros del centro de Sevilla, con dos bocas de metro, estando una de ellas en la misma zona turística de San Juan.

El mirador del Sagrado Corazón con vistas a la capital lo convierte en un atractivo turístico muy interesante.



### **Debilidades:**

- Ausencia de una marca consolidada que lo distinga del resto de las ofertas de turismo interior: San Juan no tiene una marca turística para darse a conocer, pero si tiene importantes recursos que le puede ayudar, por ello elaborar una lista inventariada con los posibles bienes patrimoniales y que sean de interés para que se pueda solicitar la declaración de cada uno de los títulos.

Bienes tan importantes y únicos como pueden ser:

- la recuperación del Lagar Turdetano de Osset.
- la Casa de Otto Engelhardt.
- el desarrollo urbanístico y paisajístico (miradores, ribera del río...)
- la apertura del recinto al Sagrado Corazón, con visitas al subsuelo.

### *Gestión de la Demanda*

En este apartado se analizan las principales características de la posible demanda del destino turístico San Juan.

### **Fortalezas:**

- Nivel de precios asequible: Según el informe elaborado por la Junta de Andalucía (Encuesta de Coyuntura Económica de Andalucía), el turista en Sevilla tiene un gasto medio diario de 78.16€ en el último trimestre del 2015, siendo este un 2.2% superior al del último trimestre del 2014. Estos datos reflejan la asequibilidad que tenemos en los precios para un visitante de San Juan.
- Aprovechamiento del crecimiento turístico de la provincia: en este sentido, la provincia de Sevilla cuenta con buenos resultados, el año 2015 se ha cerrado con un incremento global del 6.2%. San Juan como nuevo destino y sector turístico emergente puede ayudar a mejorar e incrementar aún más este resultado, ya que, como se viene diciendo, existe ese potencial turístico que anima al turista a visitar.

### **Debilidades:**

- Crecimiento de la demanda débil y oscilante, así como baja permanencia media del viajero: San Juan al ser un municipio que no cuenta actualmente con una demanda turística, es normal que los turistas no tengan presente al pueblo como destino de interés a visitar, aun estando a escasos kilómetros de la capital. También hay que añadirle que sólo contamos con 1 establecimiento hotelero para la recogida de los turistas. Por ello se entiende que el crecimiento de la demanda sea débil. Al tener tan cerca municipios de gran importancia en el sector turístico como Santiponce, la demanda puede oscilar entre unos y otros. El trabajo común y potenciar como previamente se ha anunciado la marca San Juan es uno de los requisitos indispensable para la activación turística y el enclave que nos diferencien entre otros municipios.

- Acusada estacionalidad: La provincia de Sevilla cuenta con el problema de la estacionalidad, la sufre la capital y la sufre los municipios de sus comarcas. La disminución del turismo en épocas veraniegas en la capital, hace que los municipios también cuenten con este grave problema en el sector. Colaborar con entidades como PRODETUR para intentar subsanar este problema conllevaría y facilitaría que San Juan se introduzca en el sector turístico. Nuestro objetivo ante todo es hacer alianzas de colaboración con las entidades turísticas.

### *Gestión de los Productos*

En este apartado se analizan las principales características de la oferta turística de destino San Juan desde un punto de vista de producto y de recursos turísticos.

#### **Fortalezas:**

- Aprovechamiento de la oferta consolidada y contrastada en turismo de naturaleza y cultural: San Juan se encuentra, como ya se ha dicho, a 6 kilómetros del centro de Sevilla, con fantásticos medios de transportes públicos, con paradas en la zona histórica de la capital. Existe este perfecto funcionamiento de los transportes públicos que se puede aprovechar como un gran potencial para publicitar el sector turístico del municipio. Exportar turistas de Sevilla a San Juan no llega a ser una labor ardua, ya que se puede contar con las colaboraciones y alianzas del Consorcio de Turismo de Sevilla (Concejalía de Turismo de Sevilla) y Prodetur.

Así como en una alianza de ayuda entre el Hotel Alcora y el municipio, ya que podemos aprovechar las 800 plazas hoteleras que el hotel abarca. Tenemos en nuestro municipio capacidad suficiente con ese número de plazas en acoger a más turistas que Carmona, ya que este cuenta con una capacidad de 671 plazas hoteleras.

- Posible incremento constante de plazas turísticas: Barajando los datos de la tasa de ocupación media anual del Hotel Alcora podemos comprobar que el sector turístico en San Juan puede tener un buen fin, ya que en el 2014 la tasa de ocupación media anual de este hotel fue de 72.3%, aumentando en 2015 a un 76.7%. Si miramos el número de pernoctaciones podemos corroborar este mismo aumento siendo en 2014 del 3.15% y en 2015 siendo un 3.75%.

Con estos datos verificamos que existen unos turistas que pernoctan en el pueblo. Con la futura alianza entre el hotel y el Ayuntamiento se puede aumentar aún más el número medio de ocupación y conseguir la entrada de turistas en el municipio.

- Mercado turístico aún no explotado: Al no haberse trabajado nunca en un posible sector turístico, existe la posibilidad de crear el turismo según la actualidad, teniendo en cuenta cual ha sido el error de otros municipios e imitando el trabajo que ha dado el éxito, o diferenciándonos ante las demás localidades creando una ventaja competitiva fuerte y sostenible.

San Juan cuenta con un amplio número de recursos turísticos inutilizables, y otros que se les puede dar un mejor uso:

Lugares de interés	Edificios y zonas verdes
Muralla Almohade	Casa Otto Engelhardt
Restos arqueológicos	Parque Osset
Puente de hierro	Paseo fluvial Virgen del Carmen
Frontal del antiguo Convento de San Cayetano	Hacienda Vista Hermosa
Artesonados de Aníbal González	Sagrado Corazón de Jesús
Mirador de Sevilla	Antigua Casa Minas de Cala
Casa de Bote	Capilla Ntra. Sra. Del Rosario
	Iglesia de San Juan Bautista

**Ilustración 14. Tabla resumen de los recursos turísticos del pueblo inutilizables. Fuente: elaboración propia.**

Al encontrarnos sin ningún tipo de evento relacionado con el sector, se pueden preparar ciertos eventos sociales utilizando los espacios turísticos:

- Concurso de prácticas innovadoras en el turismo municipal.
- Visitas guiadas.
- Rutas de tapas turdetanas.
- Eventos de recreación histórica.
- Semanas culturales.
- Senderismo por las rutas turdetanas, romanas y almohades en nuestra localidad.
- Rutas entre los pueblos del Aljarafe.
- Museos y exposiciones permanentes e itinerantes.

El resultado de potenciar estos recursos y crear eventos a lo largo del año será indiscutiblemente novedoso en la provincia, diferenciándonos ante otros municipios de gran envergadura turística. Este es el fin del plan estratégico de turismo de San Juan: innovar, diferenciarse y conseguir una ventaja que nos sitúe ante otros pueblos.

#### **Debilidades:**

- Ausencia de canales de comercialización que adecuen la oferta y la demanda: Al no tener creado nada en materia de turismo, no existe tampoco ningún canal comercial para dirigir la oferta y la demanda. Por ello crear canales de comercialización homogéneos para toda la oferta turística tanto para los recursos turísticos como el sector hotelero sería el aporte inicial para comenzar la comercialización de esta materia.

La idea parte de estimular al comercio local a la participación en los eventos y la economía local, así como formar parte de la guía turística que elabora Prodetur.

### Formación adecuada

El último de los ejes corresponde al fomento de la innovación en la gestión a través del talento. Para ello, es imprescindible disponer de un nivel de formación suficiente, que permitan profesionalizar el sector.

### Fortalezas:

- San Juan se puede beneficiar de la amplia oferta de formación profesional y universitaria en turismo. Es muy alto el número de graduados que anualmente en la provincia de Sevilla y el entorno de San Juan consiguen el título profesional en el sector. Con este proyecto se puede incentivar la demanda de empleo en la industria turística.

### Debilidades:

- Carencia de personal del ayuntamiento formado e instruido en el sector turístico para gestionar los recursos y la planificación.
- Falta de coordinación entre el personal técnico del ayuntamiento.

A modo de conclusión el siguiente esquema refleja todos los apartados que se han explicado de la matriz DAFO:

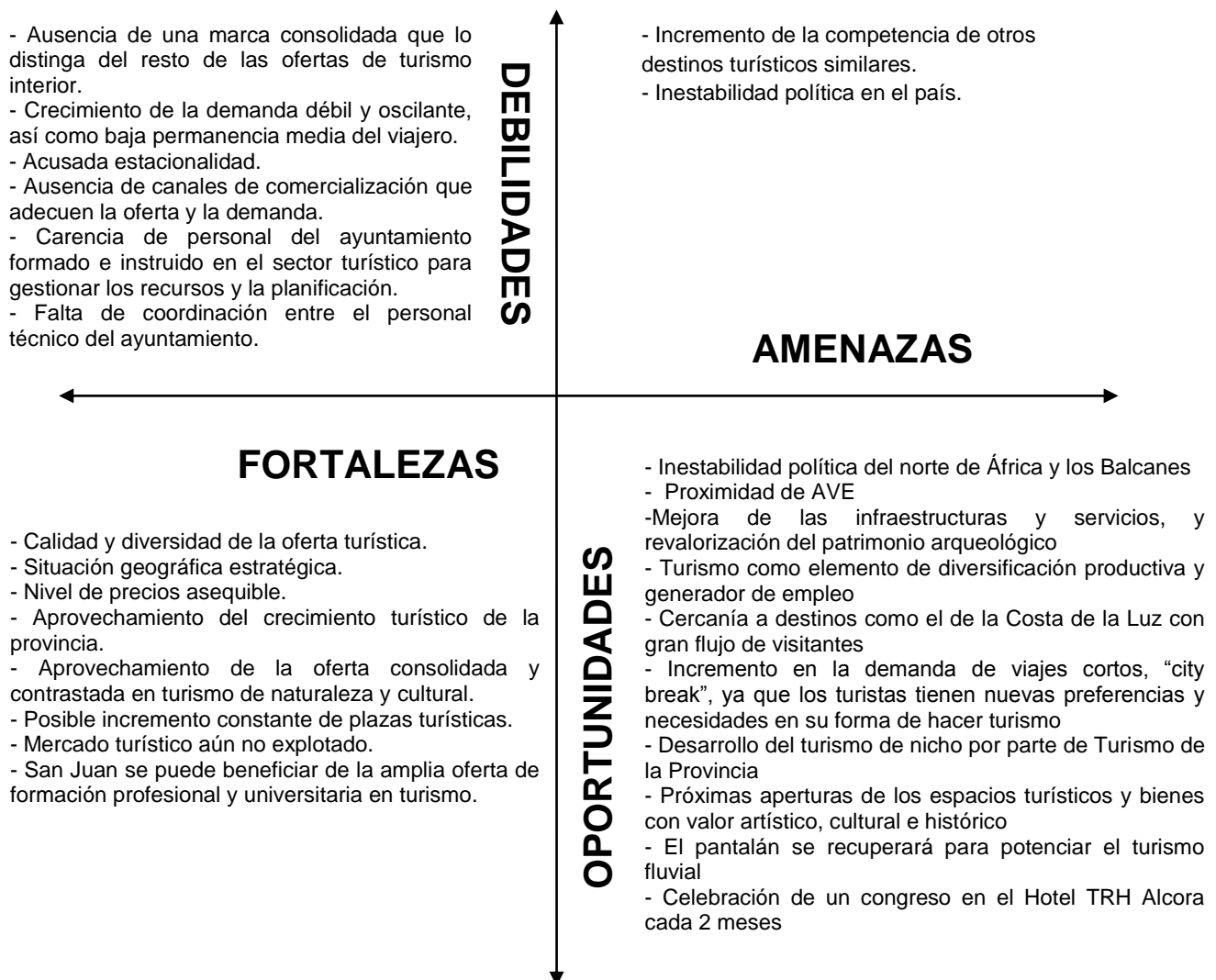


Ilustración 15. Esquema - resumen DAFO. Fuente: elaboración propia.

## CAPÍTULO 4

### PROPUESTA DE UN PLAN DE ACTUACIONES

A partir del diagnóstico realizado, a continuación, vamos a esbozar los siguientes objetivos, siguiendo la finalidad marcada desde un principio y siguiendo las líneas de los planes que previamente se han mencionado.

La estrategia propuesta establece un modelo de destino turístico para San Juan con el horizonte 2016 - 2019 en busca de la puesta en valor de los recursos turísticos y de crear competitividad como destino. Se ha decidido tomar este horizonte temporal ya que en el 2019 finaliza la legislatura del actual gobierno del ayuntamiento. Si bien, es cierto que atendiendo a otras razones, el horizonte más adecuado es hasta el año 2020.

Seguidamente, se exponen los objetivos del Plan Estratégico de Turismo de San Juan, así como el conjunto de medidas que constituyen un posible plan estratégico. Parte de los objetivos a corto plazo que se enumeran a continuación se han puesto ya en marcha. Esto es debido, como previamente ya se ha comentado, a que este estudio de investigación coincidió con mi periodo de prácticas curriculares, utilizándose como documento político para presentarse en pleno y conseguir que se aprobase.

Estos objetivos que se van a presentar están divididos en un corto plazo (2016) y un medio/largo plazo (2017/2019). Se considera oportuna esta separación ya que parte de los objetivos no solo dependen del Ayuntamiento sino también del Arzobispado de Sevilla, la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir y el Ministerio de Defensa.

#### 4.1. Objetivos.

##### *Objetivos a C/P*

- Formación y aprendizaje para dotar al personal de los contenidos históricos y artísticos del pueblo.
- Rehabilitación de los dos aljibes romanos y del lagar turdetano, tan importantes ambos recursos por su singularidad y por ser únicos en su estilo.
- Dotar de contenidos culturales y de actividades a los bienes de interés para dar a conocer su valor artístico e histórico, siempre desde el punto de la sostenibilidad.
- La difusión de estos contenidos debe considerarse muy relevante, ya que el éxito de este plan, así como estos objetivos a corto plazo, se lograría por una parte del buen uso de cada objetivo y por otra de la forma que se divulgue y se dé a conocer.

##### *Objetivos a M/P*

- Conseguir que San Juan sea lugar turístico con referencia a nivel provincial.
- Crear alianzas con el Arzobispado para llegar a posibles acuerdos de uso del Recinto del Sagrado Corazón.
- Mejora de la asistencia y atención al turista.
- Crear alianzas con la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir.

Cada objetivo mencionado se traducirá en una o varias actuaciones a realizar para que así la desempeño de cada objetivo llegue a su buen fin.

El Plan Estratégico de Turismo de San Juan de Aznalfarache que se esboza pretende situar al municipio en un lugar destacado en el mercado turístico de la provincia de Sevilla. Consideramos que el destino San Juan cuenta con una oferta diferenciadora y comercializable. Este plan presenta las bases de un nuevo destino turístico.

El siguiente cuadro gráfico dibuja las bases de este destino turístico por el que apostamos:



**Ilustración 16. Cuadro resumen de las distintas tipologías turísticas de San Juan de Aznalfarache. Fuente: elaboración propia.**

#### **4.2. Medidas y estrategias de acción.**

En este apartado se va a definir el paquete de medidas que debería implementar la Concejalía de Turismo de San Juan de Aznalfarache para la consecución de los objetivos planteados. Dichas acciones pueden clasificarse en 4 ejes turísticos, en línea con los que se distinguieron en el análisis DAFO.



**Ilustración 17. Diferentes medidas que se proponen a partir de los 4 ejes turísticos planteados.**  
Fuente: elaboración propia.

### Promocionar y comercializar San Juan como destino

- Mejora de la accesibilidad interna e interpretación de los recursos culturales.

La gestión de los recursos turísticos es predominantemente tratada por la administración pública y por el Ayuntamiento, y no debe reflejar las exigencias de un turismo individual. Potenciar la accesibilidad interna o dentro del pueblo y la comprensión e interpretación de nuestros recursos naturales, para que, de esta manera, la marca de San Juan como destino se forme y potencie entre sus ciudadanos y sean ellos los primeros en promocionar los recursos turísticos que existen.

- Imagen, logotipo y transformación en destino (de turismo cultural) de San Juan.

Actualmente el pueblo no cuenta con una marca como destino, no existe una imagen consolidada en el sector turístico. Se debe crear la imagen de San Juan como destino único, en el que radican recursos muy valiosos y potenciales. Para ello se debe tener fuertes apoyos de gestión, comercialización y venta del producto cultural. Así como elaborar un logotipo e incorporarlo a la imagen de San

Juan, para reconocimiento en las comunicaciones del sector público y privado relacionado con el turismo (TTOO, AAVV, hoteles, etc.).

- Generar el material de comunicación necesario para promocionar San Juan en los mercados de interés.

Definido y acordados tanto los productos turísticos como el calendario de eventos es fundamental elaborar un material básico de comunicación que permita informar a los clientes/turistas.

Elaborar un primer folleto donde se promocionan algunos de los productos turísticos definidos, complementándose con otros asociados a dicho calendario de eventos.

En paralelo a esto es fundamental crear una página web municipal para que contenga información de calidad, actualizada y de interés, vinculándose así a perfiles en redes sociales.

- Promocionar San Juan en los establecimientos y oficinas de turismo de Sevilla y de la provincia.

Aprovechar todas las posibilidades que ofrecen los diferentes instrumentos de promoción de destinos actuales, tanto online como presencial para hacer llegar a los diferentes mercados de interés la puesta de San Juan por un turismo sostenible, lleno de actividades y propuestas culturales auténtica y de calidad, apoyadas en su patrimonio cultural.

- Difusión de los contenidos en redes sociales, y crear un espacio web.

La difusión de estos contenidos ha de considerarse de manera muy importante, ya que el éxito de este plan, así como estos objetivos a corto plazo, se lograría por una parte del buen uso de cada medida y por otra de la forma que se divulgue y se dé a conocer. Por ello trabajar en tecnología 2.0 puede ser la mejor forma para que todo los interesados lleguen a conocer nuestros puntos de interés turístico.

Desarrollar el eslogan #SanJuanCorazónDelAljarafe para campañas turísticas y para dar a conocer el turismo de San Juan en redes sociales.

Además se deberá crear un nuevo espacio web para diseñar y publicitar todas las rutas posibles por y para hacer, toda la agenda de actividades a realizar, los eventos de importancia que estén involucrados con el sector...

### Gestión de la demanda

- Mejorar el calendario de eventos y fiestas locales para posibilitar su promoción turística.

Uno de los instrumentos fundamentales para la promoción del destino es poder disponer con la suficiente antelación del calendario de eventos y actividades previstos en San Juan de manera que puedan ser promocionados. Esta iniciativa debe ser impulsada fundamentalmente desde el Ayuntamiento, y contar con la colaboración de los agentes comerciales que vayan a participar en dichos eventos, proponiendo iniciativas y organización desde cada una de ellas.

- Dotar de contenidos culturales a los bienes de interés para dar a conocer su valor artístico e histórico, siempre desde el punto de la sostenibilidad.



- Ser lugar de interés turístico a nivel provincial.  
Conseguir que PRODETUR nos incluya en la "guía de municipios a visitar" y presente el valor turístico de San Juan en ferias nacionales e internacionales de turismo, como FITUR.

- Conseguir acuerdos de alianzas.

Conseguir un acuerdo con el Arzobispado para poder realizar rutas y visitas guiadas por el interior del recinto del Sagrado Corazón, uno de los lugares más característicos y singulares del municipio. De gran importancia este objetivo ya que el Sagrado Corazón de Jesús es un fantástico escaparate turístico para el destino de San Juan.

Conseguir las autorizaciones de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir para poder realizar actividades en el río, siempre desde la sostenibilidad del medio.

- Definir productos turísticos adaptados a las necesidades de los diferentes perfiles de demanda.

Diseñar y acordar productos a las demandas y preferencias de los turistas de la capital. Estos productos deberían integrar tanto la visita a la zona turística del municipio, como otros lugares de interés turístico. Toda esta gestión se debe ofrecer en un período determinado, en unas condiciones de calidad acordadas y a un precio determinado.

Entre los productos a definir debe ser prioritario el ofrecer una visita guiada en determinados días y horas de la semana, previamente conocido. Esta iniciativa debería contar con el apoyo del sector comercial contribuyendo a garantizar su rentabilidad global.

#### Gestión de los productos

- Elaboración de productos culturales.

Existen productos turísticos que están bajo la supervisión de entidades fuera del alcance de la gestión del Ayuntamiento. Tal es el caso como el Ministerio de Defensa, con la Muralla Almohade, el Arzobispado, con el recinto del Sagrado Corazón de Jesús, y el río Guadalquivir, con la Confederación Hidrológica del Guadalquivir.

Es necesario, para el buen fin de este proyecto, conseguir los permisos necesarios por parte de las diferentes entidades para potenciar estos productos para un turismo organizado e independiente para que constituya la demanda principal del destino, y ser un centro de mayor atracción.

- Elaboración de productos de congresos y convenciones.

Este segmento no depende plenamente del Ayuntamiento y de su gestión. El Hotel Alcora, la única empresa hotelera en la localidad y con un número de 800 plazas, como ya se ha dicho, realiza cada dos meses aproximadamente un congreso en sus instalaciones. Dicha empresa estaría dispuesta a trabajar en este apartado con la gestión del Ayuntamiento, de esta forma se abarcaría un segmento que cada vez más está siendo muy relevante en el sector turístico.

Para ello es necesario realizar un plan de acción y gestión con la empresa Hotel Alcora y poner en común las laborales a realizar en el área de los congresos y convenciones.

- Elaboración de productos para la Tercera Edad.

San Juan puede disponer del segmento de "tranquilidad y descanso", que supone entre un 22 y 28% de la motivación del viaje, a través de la Casa de Ejercicio de Betania, situado justo al lado del recinto del Sagrado Corazón de Jesús y llevada su gestión y mantenimiento por las Misioneras Cruzadas de la Iglesia y dispuestas a ofrecer alojamiento.

Aprovechar esta oportunidad y gestionar este segmento en el sector de la tercera edad, de alto poder adquisitivo y con una disposición temporal más alta que cualquier otro turista.

- Limpieza y rehabilitación de los aljibes romanos y lagar turdetano, tan importantes ambos recursos por su singularidad y por ser únicos en su estilo.
- Elaborar actividades culturales, como recitales e interpretaciones a nivel andaluz, conciertos culturales o certamen de música que concuerden con el lugar, excursiones y explicaciones para los alumnos de los colegios (con el fin de conocer desde la educación primaria la historia y evolución del pueblo), visualizaciones y explicaciones a los ciudadanos del antiguo pueblo.

#### Formación adecuada

- Curso de formación Cicerones de San Juan.

Teniendo en cuenta la importancia que tiene y alberga el Centro de Interpretación a nivel cultural, se realizará un curso de formación para instruir al personal sobre la historia del municipio, para ser encargados de ser Cicerones de San Juan.

Al no haber ningún documento escrito y publicado sobre la historia del municipio, se aprovechará estos recursos de formación para también poder documentarla, con el fin de darla a conocer a los ciudadanos de la localidad. Así como elaborar videos interactivos que faciliten la explicación y el aprendizaje sobre la historia sanjuanera.

### **4.3. Priorización de las actuaciones.**

Las medidas que se han abordado en el Plan Estratégico de Turismo tienen diferentes horizontes temporales, ya se ha hecho alusión que se requiere una implicación distinta por cada agente.

Esto nos ha llevado a dar un paso más en esta estrategia estableciendo unos criterios de priorización para que permita determinar el orden en el que trabajar cada una de ellas. La matriz de priorización es *"una herramienta que permite orientar la priorización en la toma de decisiones en aquellas estrategias que se busca enfocar los recursos para el ejercicio de su misión"* (Universidad del Valle, 2010).

#### **4.3.1. Criterios a seguir para realizar la priorización de las medidas.**

Para realizar la priorización de las medidas es necesario aclarar cuáles van hacer los criterios a seguir para cada medida propuesta en este estudio. Siguiendo las bases del PNIT se van a definir dos criterios de priorización, la facilidad de implantación y el impacto de cada medida.

Facilidad: en él se trataría la dificultad de cada objetivo y estrategia, es decir, como de difícil resulta realizar cada una de ellas.

Impacto: con él se va a analizar la capacidad de cada estrategia para favorecer al sector turístico de la localidad.

Estos dos criterios sirven para priorizar cada una de las estrategias que previamente se han analizado en la propuesta del plan estratégico de turismo. Por medio de estos criterios vamos a confeccionar priorización de las medidas, que es la que va a visualizar la importancia que va a conllevar cada estrategia.

Siguiendo ambos criterios, procedemos a un estudio individual de las estrategias o medidas que se han marcado previamente, para así poder visualizar cada una de estas en el cuadro que a continuación se elabora.

MEDIDAS	FACILIDAD	IMPACTO
Mejora de la accesibilidad interna e interpretación de los recursos culturales	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Imagen, logotipo y transformación en destino San Juan	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Generar el material de comunicación necesario para promocionar San Juan en los mercados de interés	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Promocionar San Juan de Aznalfarache en los establecimientos y oficinas de turismo	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Difusión de los contenidos en redes sociales, y crear un espacio web.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Mejorar el calendario de eventos y fiestas locales para posibilitar su promoción turística	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
Dotar de contenidos culturales a los bienes.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
Ser lugar de interés turístico a nivel provincial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Conseguir acuerdos de alianzas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Definir productos turísticos adaptados a las necesidades de los diferentes perfiles de demanda	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Elaboración de productos culturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Elaboración de productos de congresos y convenciones	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Elaboración de productos para la Tercera Edad	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
Limpieza y rehabilitación de los aljibes romanos y lagar turdetano	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Elaborar actividades culturales	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Curso de formación de Cicerones	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>

**Ilustración 18. Cuadro explicativo de la priorización de las medidas.**

Evaluadas cada una de ellas, según los criterios de facilidad e impacto, podemos tomar la decisión de cuál entre ellas es la más conveniente de realizar a un corto plazo o a un medio plazo, y también saber qué estrategia es la que urge realizar por su importancia en el sector turístico.

Por ejemplo, queda claro las medidas que más urgen son las que mayor impacto van a producir en el sector, como son las relacionadas con la imagen, logotipo y transformación del destino, promocionar San Juan en oficinas de turismo, difundir los contenidos por Internet, conseguir los acuerdos de alianzas y elaborar productos culturales.

Entendiendo que mejorar el calendario de eventos y fiestas locales, dotar de contenidos culturales a los bienes y la puesta en marcha del curso de Cicerones, son medidas que no tienen tanta urgencia para ponerlas en marcha.

## CAPÍTULO 5

### CONCLUSIONES

Una vez realizado este estudio de investigación sobre una propuesta de plan estratégico para el municipio de San Juan de Aznalfarache podemos verificar la necesidad que tiene la localidad para encontrar un nuevo sector para sacar a luz un nuevo recurso del que se pueden beneficiar. La alta tasa de paro que tiene San Juan puede reducirse si las actuaciones presentadas en este trabajo se organizan y preparan desde la Delegación de Turismo. El haber podido realizar las prácticas del Grado en Turismo en el Ayuntamiento se ha podido comprobar la carencia que hay sobre los conocimientos hacia el sector turístico, por tanto existe la necesidad de formar al personal y de contratar a personas cualificadas para el buen fin de cada una de las actuaciones presentadas o de otras posibles. Recalcar una vez más que este trabajo de investigación se ha utilizado como documento político para presentarse en pleno el primer Plan Estratégico de Turismo de San Juan, y fue aprobado en el pleno ordinario de abril, poniéndose en marcha varias de las actuaciones que se han mencionado y preparando las restantes.

La importancia del turismo en Andalucía como fuente de riqueza y prosperidad es una realidad que se constata del análisis de los datos económicos. Respecto al caso concreto de San Juan actualmente no existe pero puede resultar muy acentuada. La principal actividad es el sector servicios y hay suficiente espacio turístico para que este sector resurja y se coloque en una posición muy considerada con respecto a los demás municipios de la provincia.

La oferta turística de San Juan se encuadra dentro del segmento turístico cultural, incluso se podría abordar otros sectores y relacionarse con este. Este tipo de turismo se empezó a desarrollar a mediados del siglo pasado y seguido hasta la actual crisis económica de los pasados años.

Uno de los principales elementos diferenciadores de la situación de la oferta turística de San Juan respecto a otros destinos turísticos de la provincia, e incluso de Andalucía, es la escasa proporción de alojamientos reglados y el gran número de plazas hoteleras que existe en el municipio.

Haciendo referencia a los recursos turísticos que existen en San Juan, no olvidar la importancia de la muralla almohade, único Bien de Interés Cultural, el recinto de los Sagrados Corazones, el barrio de Loreto (Bien DCOMOMO de la arquitectura modernista de posguerra), los valiosos restos arqueológicos turdetanos, únicos en su estilo, y el río Guadalquivir. Entre estos la elaboración de circuitos para los turistas es uno de los atractivos turísticos más valioso para nuestra incorporación de San Juan en la industria turística.

Para finalizar la elaboración de este apartado y de esta propuesta de Plan Estratégico de Turismo de San Juan de Aznalfarache, recordar que el horizonte temporal de este es de 2016 a 2019, ejecutando y elaborando las estrategias con sus objetivos en dicho horizonte. Posteriormente a esta fecha, se recomienda un nuevo diagnóstico de la situación y redactar nuevos objetivos con sus nuevas estrategias para el buen funcionamiento del sector turístico de San Juan como un destino fuerte e innovador.

## Bibliografía

---

Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache (2015): Indicadores Estadísticos de Andalucía. Departamento de Estadísticas.

Asociación de Comerciantes de San Juan de Aznalfarache (2015): Relación de los distintos comercios existentes en San Juan de Aznalfarache.

Casanueva Rocha, C.; Gallego Agueda M.A. (2009). "Dirección y Organización de las Empresas Turísticas". Ediciones Pirámide. Madrid.

Concejalía de Turismo de Córdoba (2015). Plan Estratégico de Turismo de Córdoba. Ayuntamiento de Córdoba. Córdoba.

Concejalía de Turismo de Medina Sidonia (2014). Plan Estratégica de Turismo de Medina Sidonia. Ayuntamiento de Medina Sidonia. Cádiz.

Concejalía de Turismo de Ronda (2007). Plan Estratégico de Turismo de Ronda. Ayuntamiento de Ronda. Málaga.

Conserjería de Turismo de Castilla y León (2009). Plan Estratégico de Turismo de la CCAA de Castilla y León. Junta de Castilla y León. Valladolid.

Consejería de Turismo y Deporte (2012): "Balance Turístico de Andalucía". Sevilla. Turismo Andaluz. <http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/node/20>

Consejería de Turismo y Deporte (2013): "Balance Turístico de Andalucía". Sevilla. Turismo Andaluz. <http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/node/20>

Consejería de Turismo y Deporte (2014): "Balance Turístico de Andalucía". Sevilla. Turismo Andaluz. <http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/node/20>

Consejería de Turismo y Deporte (2015). Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía. Junta de Andalucía. Sevilla.

Consejería de Turismo y Deporte (2000): Plan SENDA. Desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo integrado en el espacio rural andaluz. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía. Sevilla.

Consejería de Turismo y Deporte (2014): "Guía de Hoteles y Apartamentos de Andalucía" (edición 2014). Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía. Málaga.

Conserjería de Turismo y Deporte (2014). Plan de Calidad Turística de Andalucía. Junta de Andalucía. Sevilla.

Consortio de Turismo de Sevilla (2015): Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Sevilla. Ayuntamiento de Sevilla. Sevilla.

Diputación de Jaén (2012). Plan Estratégico de Turismo de la provincia de Jaén. Jaén.

Fernández Tabales, A. (2002): "Evaluación de necesidades y potencialidades tecnológicas del sector turístico en Sevilla". Consorcio de Turismo de Sevilla, Plan Estratégico de Sevilla 2010. Ayuntamiento de Sevilla. Sevilla.

Hotel TRH Alcora (2015): Entrevista a María José Díaz, encargada del Departamento de Recursos Humanos del Hotel TRH Alcora. San Juan de Aznalfarache. Sevilla.

Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (2015): Entrevista a Lorenzo Pérez del Campo, Jefe del Centro de intervención del IAPH. Junta de Andalucía. Sevilla.

Instituto de Estadísticas y Cartografía de Andalucía: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía. Junta de Andalucía. Sevilla. Extraído de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia./turismo/index>.

Instituto de Estadísticas y Cartografía de Andalucía (2014): Indicadores Estadísticos de Andalucía. Sevilla. Extraído de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia./turismo/index>.

Instituto Nacional de Estadísticas (2015): "Cuenta Satélite del Turismo de España". Madrid. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t35/p011&file=inebase>

Instituto Nacional de Estadísticas (2015): Encuesta de Ocupación Hotelera. Madrid. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t35/p011&file=inebase>

J. Beeho, A.; C. Prentise, R. (1997): "Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village". Ediciones Elsevir. Edimburgo.

Ley de 14/2007, de 26 de Noviembre, de Patrimonio Histórico de Andalucía, con su desarrollo vigente, Reglamento de Actividades Arqueológicas, aprobado en el decreto 168/2003 de 17 de Junio por el que se aprueba el. Junta de Andalucía. Sevilla.

Ley 16/1985, de 25 de Junio, de Patrimonio Histórico Español. Ministerio de Turismo. Madrid.

López Olivares, D. (1998): "La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos". Publicaciones de la Universidad Jaime I. Castellón.

Michael Hall, C. (2008): "Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships". Ediciones Pearson. Edimburgo.

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2012). Plan Nacional e Integral de Turismo. Madrid.

O.M.T. (1997): "Lo que todo gestor debe saber. Guía para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible". Organización Mundial de Turismo. Madrid.

O.M.T. (1999): "Código ético mundial del turismo". Organización Mundial del Turismo. Madrid.

O.M.T. (1999): "Agenda para planificadoras locales: turismo sostenible y gestión municipal". Organización Mundial del turismo. Madrid.

O.M.T. (2001): "Turismo: panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado". Organización Mundial del Turismo. Madrid.

Turespaña (2012): Movimiento de Gasto Turístico para el año 2012. Encuesta de Gasto Turístico, EGATUR. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España. <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/egatur/paginas/default.aspx>



Turespaña (2015): Nota de coyuntura de Frontur para los meses del 2015. Encuesta de Movimiento Turístico en Fronteras, FRONTUR. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España. <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>

Turespaña (2012): Movimiento Turístico en Fronteras para el año 2012. Encuesta de Movimiento Turístico en Fronteras, FRONTUR. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España. <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>

Turespaña (2014): Nota de coyuntura de Familitur para el período del 2014. Encuesta de Movimiento Turístico de los Españoles, FAMILITUR. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España. <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>

Turespaña (2012): Informe anual de Familitur. Encuesta de Movimiento Turístico de los Españoles, FAMILITUR. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España. <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>

Turismo de la Provincia de Sevilla (2012): Balance turístico de la provincia de Sevilla. Prodetur. Diputación Provincial de Sevilla. Sevilla.

Turismo de la Provincia de Sevilla (2004): "Manual de Gestión Local del Turismo". Diputación Provincial de Sevilla. Sevilla.

Universidad del Valle (2010): Matriz de priorización para la toma de decisiones. Santiago de Cali. Colombia.

Vicente, C. (2000): La presentación del Patrimonio. Madrid.

## Anexos

---

Anexo 1. Entrevista a María José Díaz, encargada del Departamento de Recursos Humanos del Hotel TRH Alcora.

1. El Hotel Alcora es la única empresa hotelera que radica en San Juan, inaugurado en el 1991 por motivos de la EXPO 92, para albergar a la masa turística que se esperaba por aquel entonces. Me imagino que se elige como lugar de crear este hotel en San Juan por cercanía al recinto de la EXPO, pero el evento solo iba a durar unos meses ¿Cuál era las perspectivas que por aquel entonces se tenía para construir un hotel de 4 estrellas en este punto? Ya que se sabía que la EXPO iba a terminar ¿Se esperaba una situación de cambio turístico que cosechara un grato porvenir en el hotel?
2. Seguimos hablando de la situación, porque sin duda alguna es curiosa la localización. Por los años 90 el hotel se encontraba en mitad de un descampado entre Tomares y San Juan, sin comunicaciones de medios de transporte públicos, y al lado de una autovía. Hoy en día esa situación ha cambiado un poco, ya no está en mitad de un descampado, pero las comunicaciones (bajo mi punto de vista) no son buenas, solo un autobús procedente de Sevilla Plaza de Armas tiene una parada cerca, no en la puerta, y también existe esa ruptura entre San Juan y el hotel por medio de la autovía. Ante esta situación ¿Cómo se percibe que sea la evolución del hotel en un horizonte de 10 años? ¿Se considera posible algunos cambios en este asunto?
3. Tratando otros asuntos referidos ya al municipio. San Juan es un pueblo que recoge mucho patrimonio cultural y natural aún sin explotar, por ello desde el ayuntamiento y desde mi TFG queremos empezar a trabajar en ello. Su hotel está basado mayormente, si no me equivoco, al turismo de congresos. Pero si se llegará a realizar este plan y, finalmente, el turismo de San Juan sale a flote ¿Cómo se podrían crear los vínculos para que el turista tenga la posibilidad de pernoctar en su hotel?

¿Estaríais dispuestos a participar y colaborar en el Plan Estratégico para conseguir ponerlo en marcha?

¿Creéis necesario este Plan Turístico para mejorar su situación hotelera albergando otro tipo de turistas o en cambio pensáis que dicho plan no os va a aportar nada?

4. Vamos a tratar la posible situación turística del municipio. Si se llegara a conseguir ese cambio turístico en San Juan y empieza a existir ese interés por el destino ¿Qué medios podría facilitar el hotel para trabajar con “Turismo de San Juan”?

¿Se intentaría solventar el problema de la autovía por medio de algunos medios de transportes que el hotel facilitara?

¿Existiría la posibilidad de que Hotel Alcora trabajara conjuntamente con “Turismo de San Juan” para posibles programas turísticos?

5. Para ir finalizando les hago preguntas sobre la actualidad del hotel y sus clientes:
  - a. ¿Cuál es la procedencia u origen que más se repite en los turistas que visitan el hotel?
  - b. ¿El turista internacional es un turista que se encuentra presente en vuestra estancia, o es más el turista nacional?
  - c. ¿Cuál es el número medio de pernотaciones por turista?
  - d. ¿Cuáles son los congresos que más turistas llegáis a captar?
  - e. ¿Cada cuánto tiempo hacéis un congreso en vuestras instalaciones?
  - f. ¿Cuál es el congreso más importante a lo largo del año para Hotel Alcora?
  - g. A parte del turismo de congresos, ¿Qué otro tipo de turismo tenéis presente en vuestros programas? (turismo familiar, vacacional, cultural, de salud, religioso, etc.).

Anexo 2. Encuesta a la población de San Juan de Aznalfarache sobre la propuesta de Plan Estratégico de Turismo para el municipio.

**1. ¿Cuál es su categoría de edad?**

- 17 o menos
- 18-20
- 21-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 o más

**2. ¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha recibido?**

- Escuela primaria
- Escuela secundaria
- Bachillerato
- Formación Profesional (media o superior)
- Título Universitario (Grado, Master o Doctor)
- Ninguno

**3. En su opinión, ¿Considera que San Juan de Aznalfarache tiene las infraestructuras acordes para acoger al sector turístico?**

- Sí, pero tendría que restaurar y rehabilitar parte de los recursos
- No, San Juan no tiene capacidad turística

**4. De los siguientes, ¿Cuál consideraría el mejor recurso de San Juan de Aznalfarache?**

- Recinto del Sagrado Corazón de Jesús.
- Centro de Interpretación Arqueológico
- Río Guadalquivir
- Otro (especifique)

**5. Según sus conocimientos de San Juan, ¿Considera posible la puesta en marcha de un proyecto turístico en la localidad?**

Si, San Juan tiene mucha historia y puede ser interesante preparar este proyecto

No, en San Juan no hay cavidad para el sector turístico

NS / NC

**6. Si le preguntamos por el Centro de Interpretación Arqueológico, ¿Considera que se le está dando el uso más apropiado?**

Si, es un espacio que recoge actividades del pueblo

No, habría que cambiar el formato que se le está dando a dicho centro.

**7. En general, ¿Cuál sería para usted el uso más apropiado para el Centro de Interpretación Arqueológico?**



**8. El recinto del Sagrado Corazón de Jesús es nuestra mayor señal de identidad. Bajo su punto de vista, ¿Lo considera como el recurso que se debe utilizar para San Juan destino turístico?**

Sí, es el escaparate de nuestro pueblo.

Sí, pero siempre y cuando se haga con el respeto hacia un lugar sagrado.

No, el Sagrado Corazón debe ser únicamente para uso religioso.

Considero otros recursos más interesantes.

**9. El río Guadalquivir podría ser el foco hacia un turismo activo. En general, ¿Cuál considera que es el uso adecuado para usar este recurso natural?**



10. Valore de 1 a 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la mayor puntuación, los siguientes recursos turísticos.

	1	2	3	4	5
Recinto del Sagrado Corazón de Jesús					
Centro de Interpretación					
Río del Guadalquivir					
Muralla Almohade					
Aljibes Árabes					
Lagar Turdetano					
Antigua Casa Minas de Cala					
Capilla Nuestra Señora del Rosario					
Parque Osset					
Casa Otto Engelhardt					

11. Para finalizar, ¿Cree usted importante implantar este proyecto turístico en San Juan de Aznalfarache?

- Si, el pueblo necesita un cambio de imagen.
- No, creo que hay otros asuntos más importantes en los que trabajar.