



**MODELO DE  
SEGUIMIENTO Y  
GOBERNANZA**

## 6. SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y GOBERNANZA

El desarrollo del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Almedinilla se fundamenta en un marco de gobernanza colaborativa y un sistema de seguimiento riguroso. La participación ciudadana se configura como un pilar fundamental en la construcción e implementación del plan, colocándose en el núcleo de la gobernanza territorial. Esta participación responde directamente a las demandas y aspiraciones de la comunidad, fomentando una cultura de transparencia y compromiso cívico.

El proceso de desarrollo ha sido estructurado y dinámico, incluyendo reuniones técnicas con funcionarios municipales y sesiones grupales presenciales con personas del sector turístico y empresarial. Además, se han implementado estrategias de difusión a través de múltiples canales de comunicación del municipio, incluyendo redes sociales y plataformas como WhatsApp. Estos métodos participativos garantizan que las intervenciones planificadas beneficien no solo a los visitantes sino que, sobre todo, prioricen el bienestar de los residentes locales.

Por otro lado, el éxito del Plan Estratégico de Turismo Sostenible también se basa en la implementación de un sistema de seguimiento integral que asegura la ejecución eficiente de cada proyecto dentro de las líneas de acción establecidas. Este mecanismo de seguimiento incluye tres elementos clave: la definición de Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs), la utilización del "Semáforo de Prioridades" y un mecanismo de mejora continua.

### 6.1 Definición de Indicadores Clave de Rendimiento

Se han establecido KPIs específicos que están alineados con los objetivos del plan, asignando responsables y definiendo metas y plazos para su monitoreo efectivo.

**Implementación del Semáforo de Prioridades.** Este sistema emplea una codificación de colores para clasificar las acciones según su urgencia: rojo para las acciones de alta prioridad, amarillo para las de prioridad media y verde para las de baja prioridad. La asignación de





estos colores se ha realizado según criterios preestablecidos, garantizando que el 100% de las tareas críticas, el 75% de las de importancia intermedia y el 25% de las menos urgentes sean atendidas adecuadamente.

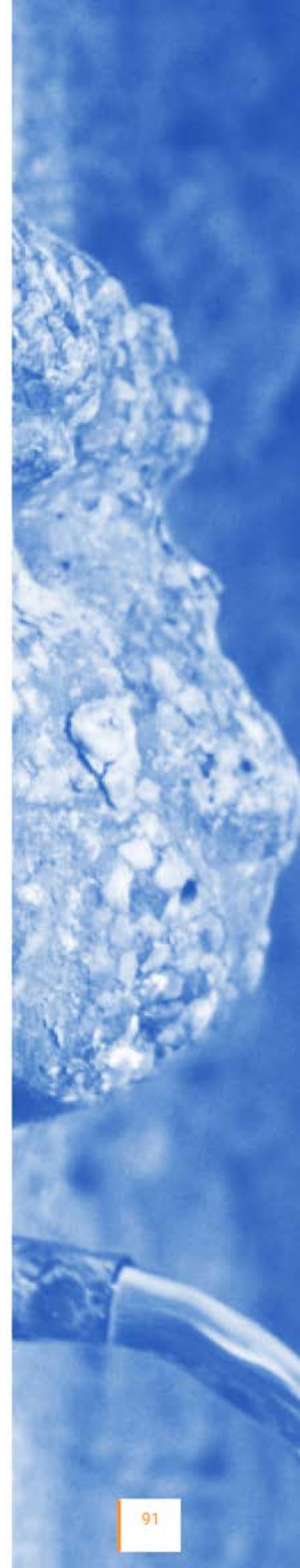
**Evaluación y mejora continua.** Se realizarán evaluaciones regulares del sistema de seguimiento para detectar áreas de mejora y efectuar los ajustes necesarios. De este modo, se adoptará una aproximación que se ajuste de manera flexible a las necesidades evolutivas del plan, contribuyendo significativamente a su éxito y viabilidad a largo plazo.

## 6.2 Modelo de gobernanza turística

En el marco del **Plan Estratégico para el Turismo Sostenible de Almedinilla**, la implementación de un sólido **modelo de gobernanza turística** se revela como un pilar fundamental para la gestión eficiente del municipio como destino turístico. Este enfoque promueve la **co-gestión, establece redes de colaboración público-privada y fomenta la participación activa y el compromiso de la sociedad** en la dirección del destino. Involucra a una amplia variedad de actores, abarcando la transversalidad de múltiples sectores económicos, lo que contribuye a la **resolución participativa de posibles conflictos** y favorece la colaboración efectiva entre entidades públicas y privadas.

A través de esta estrategia de gobernanza turística, el **Ayuntamiento de Almedinilla** liderará la creación de una **Mesa Sectorial** que, junto a la Concejalía de Patrimonio y Turismo, y en colaboración con áreas relevantes como deportes, bienestar social, medio ambiente, igualdad y juventud, definirá estrategias y prioridades para el Plan Estratégico. Esta mesa, compuesta por **representantes municipales y diversos agentes socioeconómicos**, coordinará acciones entre diferentes áreas municipales y propondrá medidas específicas para **promover el turismo sostenible y fomentar el emprendimiento local**.

La **participación ciudadana** será un aspecto central, invitando a la ciudadanía a integrarse activamente en comisiones de trabajo especializadas que aborden aspectos como **promoción turística, desarrollo sostenible e igualdad de género** en el ámbito turístico.



Este enfoque participativo garantizará la transparencia en la gestión de recursos y promoverá una comunicación abierta y continua sobre los avances y resultados del Plan Estratégico de Turismo Sostenible. El objetivo principal de este modelo de gobernanza es impulsar el desarrollo económico local, fortalecer el entramado empresarial y comercial, y mejorar la calidad de vida en el municipio a través de una colaboración participativa y colaborativa entre el sector público y privado.



Figura X. Agentes implicados en el modelo de gobernanza de Almedinilla como destino turístico.



The background of the page is a photograph of a stone wall. In the upper right, several white buoys are visible. A dark silhouette of a boat is overlaid on the left side of the image. The text 'ANEXO I' is centered in a black rectangular box on the left side.

# ANEXO I

RETOS ESTRATÉGICOS	ACTUACIÓN	INDICADORES
<b>L1. Diversificación de la oferta y mejora de la competitividad de Almedinilla</b>	<b>A1</b> Turismo familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de rutas y circuitos temáticos diseñados específicamente para familias.</li> <li>• Grado de accesibilidad de las rutas y circuitos diseñados para familias con niños.</li> <li>• Número de actividades educativas diseñadas para enriquecer la experiencia turística.</li> <li>• Porcentaje de espacios recreativos familiares equipados con infraestructura adecuada, como áreas de juego, zonas de picnic, senderos accesibles y servicios higiénicos adaptados.</li> </ul>
	<b>A2</b> Turismo accesible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de accesibilidad del destino.</li> <li>• Número de instalaciones y servicios turísticos adaptados, segregando por año.</li> <li>• Grado de capacitación del personal turístico en materia de accesibilidad.</li> <li>• Número de visitantes que buscan específicamente destinos inclusivos y accesibles.</li> </ul>
	<b>A3</b> Oleoturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número y variedad de actividades vinculadas al oleoturismo diseñadas.</li> <li>• Total de sesiones de formación impartidas al personal involucrado en el producto.</li> <li>• Número de campañas promocionales lanzadas.</li> <li>• Estadísticas de alcance y participación en campañas de marketing.</li> </ul>
	<b>A4</b> Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de turistas interesados en actividades agroturísticas.</li> <li>• Variedad de actividades ofrecidas, como recolección de aceitunas, catas de aceite...</li> <li>• Porcentaje de productores locales participando en la oferta agroturística.</li> <li>• Porcentaje de personal capacitado en temas relacionados con el agroturismo.</li> </ul>

RETOS ESTRATÉGICOS	ACTUACIÓN	INDICADORES
<b>L1. Diversificación de la oferta y mejora de la competitividad de Almedinilla</b>	<b>A5</b> Turismo slow	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de actores locales y organizaciones participantes en el desarrollo del proyecto.</li> <li>• Grado de compromiso y colaboración de los actores locales</li> <li>• Número de experiencias turísticas slow diseñadas, incluyendo itinerarios, actividades y paquetes temáticos adaptados al concepto de turismo slow.</li> <li>• Número de sesiones de capacitación realizadas.</li> <li>• Índice de adopción de buenas prácticas.</li> </ul>
	<b>A6</b> Plan de Atracción de Nómadas Digitales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de espacios de trabajo y alojamiento creados para nómadas digitales.</li> <li>• Tasa anual de ocupación de los espacios de coworking.</li> <li>• Índice de ocupación de los alojamientos de coliving.</li> <li>• Número de actividades organizadas para nómadas digitales.</li> <li>• Porcentaje de agentes locales involucrados en las iniciativas.</li> </ul>
	<b>A7</b> Turismo activo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción del sector con la puesta en valor de los recursos locales en la creación de recursos turísticos relacionados con la naturaleza.</li> <li>• Grado en el que el turista de "naturaleza" completa su estancia a través de otros segmentos turísticos.</li> <li>• Número de rutas integradas en la red de rutas de senderismo.</li> </ul>
	<b>A8</b> Turismo cultural y arqueológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento anual en el número de visitantes tras las actuaciones.</li> <li>• Número de intervenciones realizadas.</li> <li>• Porcentaje de mejora del estado de conservación de los sitios arqueológicos y culturales.</li> <li>• Retorno de la inversión (ROI) en términos de beneficios económicos, culturales y sociales para la comunidad.</li> </ul>



RETOS ESTRATÉGICOS	ACTUACIÓN	INDICADORES
<b>L2. Posicionamiento y comercialización del sector</b>	<b>A1</b> Plan de Comercialización y Fidelización del destino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de objetivos estratégicos establecidos para el plan.</li> <li>• Índice de fidelización de turistas antes y después de la implementación del plan.</li> <li>• Ingresos totales esperados de un cliente durante su estancia con Almedinilla.</li> </ul>
	<b>A2</b> Estrategia de marca: posicionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de asistentes al evento de lanzamiento.</li> <li>• Alcance y engagement en redes sociales.</li> <li>• Tráfico del sitio web y tiempo de permanencia.</li> <li>• Comparativa de visitantes antes y después del lanzamiento.</li> </ul>
	<b>A3</b> Plan de Marketing Turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de objetivos definidos.</li> <li>• Número de estrategias diferenciadas.</li> <li>• Porcentaje de implementación de acciones según cronograma.</li> <li>• Porcentaje de aumento de interacciones en plataformas digitales.</li> </ul>
	<b>A4</b> Rediseño web y mejora de la usabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de aumento en el número total de visitantes al sitio web comparado con el periodo anterior al rediseño.</li> <li>• Porcentaje de visitantes que realizan una reserva después de visitar el sitio web.</li> <li>• Reducción en la tasa de rebote.</li> <li>• Aumento en el tráfico orgánico proveniente de motores de búsqueda.</li> </ul>
	<b>A5</b> Organización de Fam Trips para prescriptores turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número total de prescriptores turísticos que participan en los Fam Trips organizados.</li> <li>• Cantidad y calidad de la cobertura mediática generada por los prescriptores turísticos después de su visita a Almedinilla.</li> </ul>



RETOS ESTRATÉGICOS	ACTUACIÓN	INDICADORES
<b>L3. Resiliencia frente al Cambio Climático</b>	<b>A1</b> Plan de Actuación de Eficiencia Energética en infraestructuras turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de acciones de rehabilitación previstas vs. ejecutadas</li> <li>• Grado de consecución de los objetivos del plan</li> <li>• Inversión realizada en actuaciones de rehabilitación y construcción (€)</li> </ul>
	<b>A2</b> Mejora y restauración del ecosistema del entorno del río.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie restaurada en metros cuadrados.</li> <li>• Número de actuaciones ejecutadas.</li> </ul>
	<b>A3</b> Sistema de transporte a demanda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado de satisfacción de las personas usuarias.</li> <li>• Ingresos generados.</li> <li>• Número de viajes semanales.</li> </ul>
	<b>A4</b> Implantación de medidas de economía circular en servicios públicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de reducción en el consumo de recursos clave (agua, energía, materiales) por unidad de servicio proporcionado.</li> <li>• Porcentaje de productos adquiridos localmente en la cadena de suministro.</li> <li>• Reducción en el consumo de energía por unidad de servicio prestado (en kilovatios-hora o porcentaje).</li> <li>• Porcentaje de energía renovable utilizada en las operaciones de los servicios públicos.</li> <li>• Retorno de la inversión (ROI) calculado sobre los ahorros y beneficios económicos derivados de las medidas de economía circular.</li> </ul>

RETOS ESTRATÉGICOS	ACTUACIÓN	INDICADORES
<b>L4. Regeneración y adecuación urbana del destino turístico</b>	<b>A1</b> Plan de mejora de la accesibilidad en el entorno urbano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de propuestas para la mejora de infraestructura</li> <li>• Número de solicitudes de subvención solicitadas</li> <li>• Porcentaje de obras realizadas</li> </ul>
	<b>A2</b> Adecuación de itinerarios no motorizados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de visitantes que utilizan los senderos cada mes o temporada.</li> <li>• Frecuencia de uso de diferentes rutas dentro de la red de senderos.</li> <li>• Incremento en el número de visitantes debido a la presencia de la red de senderos.</li> <li>• Número de consultas o solicitudes de información relacionadas con los senderos.</li> </ul>
	<b>A3</b> Diseño de pavimentos y mobiliario urbano para la creación de una imagen de paisaje urbano sólida y coherente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado de satisfacción de la comunidad.</li> <li>• Número de obras planificadas.</li> </ul>
	<b>A4</b> Creación de espacios públicos habilitados para la realización de eventos socio-culturales amables en el casco histórico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de propuestas presentadas.</li> <li>• Número de espacios creados.</li> </ul>



RETOS ESTRATÉGICOS	ACTUACIÓN	INDICADORES
<b>L5. Gobernanza y digitalización de Almedinilla</b>	<b>A1</b> Informe diagnóstico y plan de acción DTI de Almedinilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Porcentaje de deficiencias identificadas que están documentadas y priorizadas en el informe final.</li> <li>● Número de conexiones de alta velocidad disponibles en áreas turísticas clave.</li> <li>● Número de instalaciones turísticas accesibles para personas con discapacidad.</li> <li>● Porcentaje de mejoras realizadas en la infraestructura física para facilitar la accesibilidad universal</li> </ul>
	<b>A2</b> Mesa Sectorial de Turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Número total de actores identificados y convocados a participar en la mesa sectorial.</li> <li>● Porcentaje de representación de diferentes sectores turísticos.</li> <li>● Número de objetivos estratégicos definidos para la mesa sectorial del turismo.</li> <li>● Áreas prioritarias de trabajo identificadas y acordadas por consenso entre los participantes.</li> <li>● Frecuencia y regularidad de las reuniones de seguimiento y evaluación.</li> </ul>
	<b>A3</b> Campaña de sensibilización social hacia el turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Número de actividades educativas y de sensibilización anuales planificadas e implementadas.</li> <li>● Porcentaje de alcance de la campaña, medido por la participación y asistencia en eventos y la difusión en medios de comunicación.</li> <li>● Número de personas alcanzadas directamente a través de actividades educativas y eventos de la campaña.</li> </ul>
	<b>A4</b> Smart Office.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Número de roles identificados y definidos dentro de la Smart Office.</li> <li>● Grado de alineación de la estructura organizativa con los objetivos y la visión de la oficina.</li> <li>● Número de funcionalidades implementadas en el sitio web de la Smart Office.</li> <li>● Número de colaboraciones y alianzas estratégicas establecidas con actores clave del sector turístico y tecnológico.</li> <li>● Ayudas para proyectos de digitalización de Última Milla en empresas del sector turístico.</li> </ul>
	<b>A5</b> Análisis de la coordinación y colaboración del destino con entidades públicas e institucionales, incluyendo su participación en redes turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Número de deficiencias en la coordinación identificadas</li> <li>● Porcentaje de reuniones realizadas en relación a las posibles según el mapeo de agentes.</li> <li>● Número de acuerdos de colaboración establecidos.</li> </ul>

