



AYUNTAMIENTO DE  
ROQUETAS DE MAR



Junta de Andalucía  
Consejería de Turismo  
y Andalucía Exterior

# PLAN TURÍSTICO DE GRANDES CIUDADES ROQUETAS DE MAR



<b>1. Diagnóstico de la situación turística de la ciudad, tendencias y escenarios previsibles.</b>	<b>4</b>
1.1. El municipio de Roquetas de Mar	4
1.2. La evolución turística de Roquetas de Mar	12
1.2.1. Los orígenes	12
1.2.2. El desarrollo de los CITN	14
1.2.3. La maduración del modelo territorial	16
1.2.4. La Urbanización “Playa Serena”	18
1.2.5.- La situación actual	19
1.3. Caracterización de la actividad turística en Roquetas de Mar	21
1.3.1. Los recursos generadores	21
1.3.2. La oferta básica: la planta hotelera	22
1.3.3. La demanda	39
1.3.4. Nuevas formas de contratación y distribución turística	42
1.3.5. Productos y servicios	43
1.3.6. Creación de empleo estable y de calidad y corrección de las desigualdades	48
1.4. Análisis de coyuntura turística	49
1.5. Nuevas tendencias turísticas	51
1.5.1. Cambios económicos globales	51
1.5.2. Cambios demográficos	53
1.5.3. Cambios motivados por las nuevas tecnologías	54
1.5.4. Cambios en las necesidades de los turistas	55

<b>2. Necesidades y objetivos básicos del turismo en la ciudad, definición del modelo con las orientaciones estratégicas generales .....</b>	<b>56</b>
2.1 Adecuación a las especificaciones y directrices que se contemplen en el PLAN META 2027 .....	56
2.2. Coherencia estratégica.....	62
2.2.1. Identificación de Necesidades y Objetivos: DAFO y CAME .....	62
2.2.2. Coherencia estratégica del análisis- diagnóstico con los objetivos del Plan.....	66
<b>3. Recursos urbanos, culturales y paisajísticos susceptibles de conformar productos turísticos .....</b>	<b>69</b>
<b>4. Descripción de las Iniciativas de Contenido Turístico .....</b>	<b>91</b>
4.1. Líneas estratégicas del Plan .....	91
4.2. Objetivos generales en el Plan .....	92
4.3. Definición de iniciativas.....	93
4.4. Cronograma .....	105
<b>5. Marco financiero .....</b>	<b>106</b>
<b>6. Causas y procedimiento de modificación y extinción del Plan .....</b>	<b>107</b>
6.1. Procedimiento.....	107
6.2. Causas de modificación del Plan .....	108
6.3. Causas de extinción del Plan .....	109
<b>7. Gestión del plan.....</b>	<b>109</b>
<b>8. Fórmulas de coordinación, cooperación y colaboración entre las Administraciones Públicas implicadas y entre éstas y el sector turístico .....</b>	<b>110</b>
<b>9. Mecanismos de evaluación del Plan .....</b>	<b>110</b>
<b>10. Acciones para la difusión y conocimiento del Plan .....</b>	<b>111</b>
<b>11. Período de vigencia del Plan.....</b>	<b>112</b>

## ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS, MAPAS Y FOTOS.

TABLA 1. Núcleos de población en Roquetas de Mar.....	5
GRÁFICO 1. Los núcleos de población en el municipio de Roquetas de Mar.....	5
GRÁFICO 2. Evolución demográfica en Roquetas de Mar (1900 – 2017).....	6
GRÁFICO 3. La intervención pública en el origen de las transformaciones territoriales. Roquetas de Mar. ....	8
TABLA 2. Afiliación a la Seguridad Social en los municipios del Poniente.....	9
GRÁFICO 4. Densidad de afiliación a la Seguridad Social en el ámbito del Poniente.....	10
GRÁFICO 5. Pirámide de población de Roquetas de Mar (2019).....	10
FOTOS 3 Y 4. Máximo Cuervo y Fernando Cassinello.....	12
GRÁFICO 6. Diseño original del CITN de Aguadulce, y modificaciones sufridas. Extraído del blog “Consultoría técnica de obras”. Publicado por Pedro Javier Bértiz en 2016, en el artículo “Ius variandi” Urbanización de Aguadulce (Almería).....	13
MAPA 2. El CITN de Aguadulce en el contexto actual.....	14
MAPA 3. El CITN de Roquetas de Mar en el contexto actual.....	15
FOTO 5. Panel sobre la ampliación de Roquetas de Mar, de la exposición sobre los poblados de Colonización.....	16
FOTOS 6 Y 7. Transformaciones territoriales en Aguadulce y Roquetas de Mar. Paneles de la Exposición “50 años de transformaciones territoriales en Almería. 50 aniversario del vuelo americano”.....	17
FOTO 8. Urbanización “Playa Serena”. Vista aérea.....	18
MAPA 5. Plazas en hoteles en Andalucía 2022.....	24
TABLA 3. Plazas en hoteles en Andalucía 2022.....	25
MAPA 7. Plazas en apartamentos en Andalucía 2022.....	25
MAPA 8. “Mapa de calor” de las plazas en apartamentos en Andalucía 2022.....	26
TABLA 4. Plazas en apartamentos en Andalucía 2022.....	26
MAPA 9. Plazas en camping en Andalucía 2022.....	27
MAPA 10. “Mapa de calor” de las plazas en camping en Andalucía 2022.....	27
TABLA 5. Plazas en campings en Andalucía 2022.....	28
MAPA 11. “Mapa de calor” de viviendas turísticas en Andalucía 2022.....	28
MAPA 12. “Mapas de calor” por tipo de alojamiento, en Andalucía 2022.....	29
MAPA 13. Plazas hoteleras provincia de Almería, por municipios.....	30
MAPA 14. Plazas en apartamentos provincia de Almería, por municipios.....	31
MAPA 15. Plazas en camping provincia de Almería, por municipios.....	32
MAPAS 16 y 17. Establecimientos hoteleros en Roquetas de Mar, y mapa de calor.....	33
TABLA 6. Establecimientos hoteleros, en Roquetas de Mar.....	34
MAPA 18. Alojamiento en Aguadulce.....	36
MAPA 19. Alojamiento en la localidad de Roquetas de Mar.....	37
MAPA 20. Alojamiento en la zona Urbanización – Playa Serena.....	38
GRÁFICO 7. Número de viajeros registrados en Roquetas de Mar periodo 2007-2022.....	39
GRÁFICO 8. Número de viajeros registrados, por meses, en Roquetas de Mar periodo 2007-2022.....	40
GRÁFICO 9. Número total de pernотaciones en Roquetas de Mar. Comparativa 2007/2022.....	41

## 1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD, TENDENCIAS Y ESCENARIOS PREVISIBLES.

### 1.1. EL MUNICIPIO DE ROQUETAS DE MAR

El Municipio de Roquetas de Mar se sitúa en el sur de la provincia de Almería, ocupando el sector occidental de la Bahía de Almería. Cuenta con una extensión de 59,77 km<sup>2</sup> y una población en 2022 de 105.000 habitantes. De estas cifras, resulta una densidad de población de 1.556,05 hbt/km<sup>2</sup>, lo que nos habla de un municipio fuertemente urbanizado.

El municipio se extiende en una dirección dominante norte-sur. En la zona más septentrional, el municipio ocupa el piedemonte sureste de la Sierra de Gádor. El resto del municipio se extiende por una zona sedimentaria junto a la costa, de topografía llana, por donde discurre la red hidrográfica que desagua el sector meridional de la sierra. El extremo meridional forma parte del conjunto de humedales del Paraje y Reserva natural Punta Entinas-Sabinar.

Plenamente integrado en el ámbito mediterráneo del mar de Alborán, el municipio cuenta con una climatología suave, caracterizado por la escasez de las precipitaciones, compensada en parte por la cercanía de la sierra de Gádor, y el elevado número de días soleados (más de 3.000 horas de sol al año). La distribución de temperaturas se caracteriza por su suavidad, con una amplitud térmica moderada tanto anual como estacional y diariamente. Los máximos pluviométricos se sitúan en otoño y primavera, mientras que inviernos y veranos presentan mínimos pluviométricos, especialmente en verano.

Las actividades económicas tradicionales han sido las agropecuarias, con agricultura en huertas junto a la red hidrográfica y cereal y pastos en los secanos, gran importancia de la ganadería, tanto trashumante como estante, pesca y actividades salineras.

Por su posición, comparte características con la comarca del Poniente almeriense, en la que se integra físicamente, y con la zona metropolitana de la ciudad de Almería, con la que mantiene fuertes vínculos. La distancia del núcleo principal de Roquetas con la ciudad de Almería es de 18 kms.

La población del municipio se distribuye en distintos núcleos. Los datos del padrón municipal de 2019 ofrecen el siguiente reparto:

Roquetas de Mar	46.342
Aguadulce	17.044
Campillo Moro	12.946
El Parador	9.874
Las Marinas	4.188
Urbanización	4.190
Cortijos de Marín	2.553
El Solanillo	461

TABLA 1. Núcleos de población en Roquetas de Mar

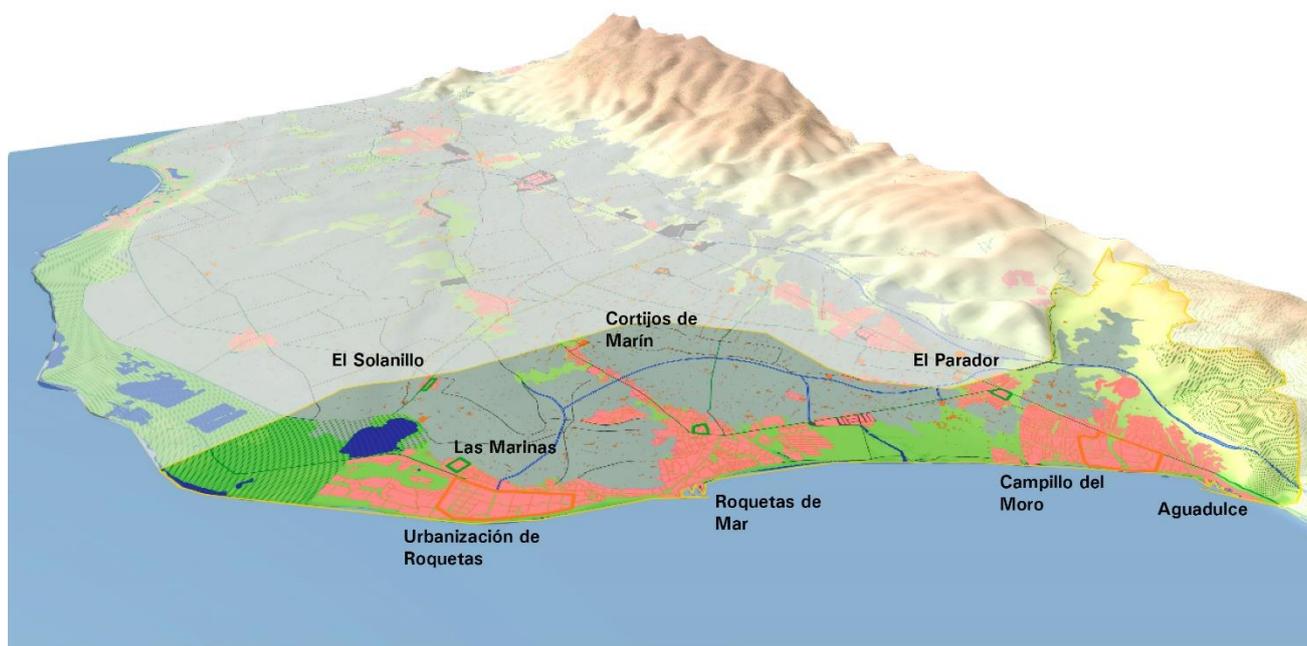


GRÁFICO 1. Los núcleos de población en el municipio de Roquetas de Mar

La principal característica del municipio es el vertiginoso crecimiento demográfico experimentado durante las últimas décadas.

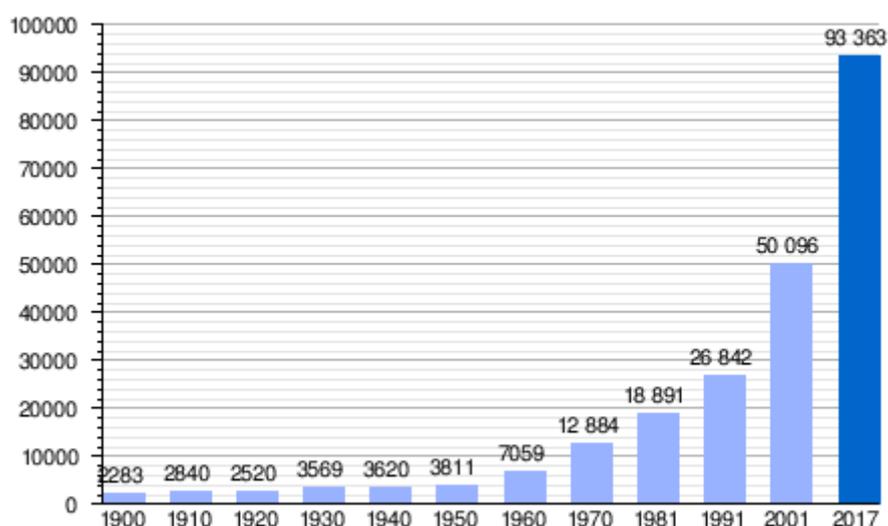


GRÁFICO 2. Evolución demográfica en Roquetas de Mar (1900 – 2017)

La población se ha multiplicado por 14 entre 1960 y 2019. El dato más relevante, en todo caso, es que el municipio ha duplicado su población en la década de 1991 a 2001, y ha vuelto a doblarla entre 2001 y 2019. Un crecimiento de esta naturaleza tiene múltiples efectos, no solo demográficos.

Roquetas de Mar puede considerarse el municipio donde el cambio de modelo territorial almeriense se manifiesta de forma más intensa. Esto es así, porque aquí se superpone el efecto de los tres procesos territoriales activos, las transformaciones agrarias, las turístico-vacacionales y las de la dinámica de la aglomeración urbana de Almería, en la que parte del municipio está integrada.

Además, podemos situar en el municipio el epicentro de esas grandes transformaciones, que hunden sus raíces en la década de los '50 y los '60 del siglo XX. Especialmente, aquellas que guardan relación con intervenciones públicas singulares.

En junio de 1941 se declara la comarca del Campo de Dalías como Zona de Interés Nacional para acciones de colonización agrícola.

En abril de 1949 se promulga la Ley de colonización y distribución de la propiedad en las zonas regables.

En septiembre de 1953, se promulga el Decreto por el que se aprueba el Plan General de Colonización del sector I del Campo de Dalías, que se extiende entre Aguadulce y Roquetas de Mar.

En 1954, se convoca el primer concurso de selección de colonos para el Campo de Dalías en los municipios de Roquetas y Enix.

La acción colonizadora se concreta en las redes y sistemas de riego, a partir de sondeos, en la organización territorial en seis sectores de colonización, y en la construcción de distintos poblados de colonización.

Los primeros en construirse en la provincia de Almería se sitúan en Roquetas de Mar. La ampliación de Roquetas y el poblado de El Parador (1954) suponen el inicio de la transformación territorial. Esa labor colonizadora continuaría en 1958, con el poblado de Las Marinas, y en 1968, con el del Solanillo (1968).

La actividad turística se origina unos años después.

En octubre de 1964, se declaran los cuatro primeros Centros de Interés Turístico Nacional: Isla Canela (Ayamonte, Huelva), Acanalado de los Gigantes (Santiago del Teide, Tenerife), Dominio Residencial Giverola (Tossa de Mar, Gerona) y Aguadulce (Roquetas de Mar, Almería). En marzo de 1967, se declara el de Roquetas de Mar.

A partir de este marco institucional, presidido por la iniciativa pública, y rápidamente continuado por las iniciativas privadas, empieza a construirse el cambio de modelo territorial.

En una década (1954-1964) se sientan las bases de esas transformaciones. Las acciones iniciales han dejado un legado urbanístico y arquitectónico, tanto de la colonización agraria como del incipiente desarrollo turístico, con gran capacidad explicativa de estos procesos.

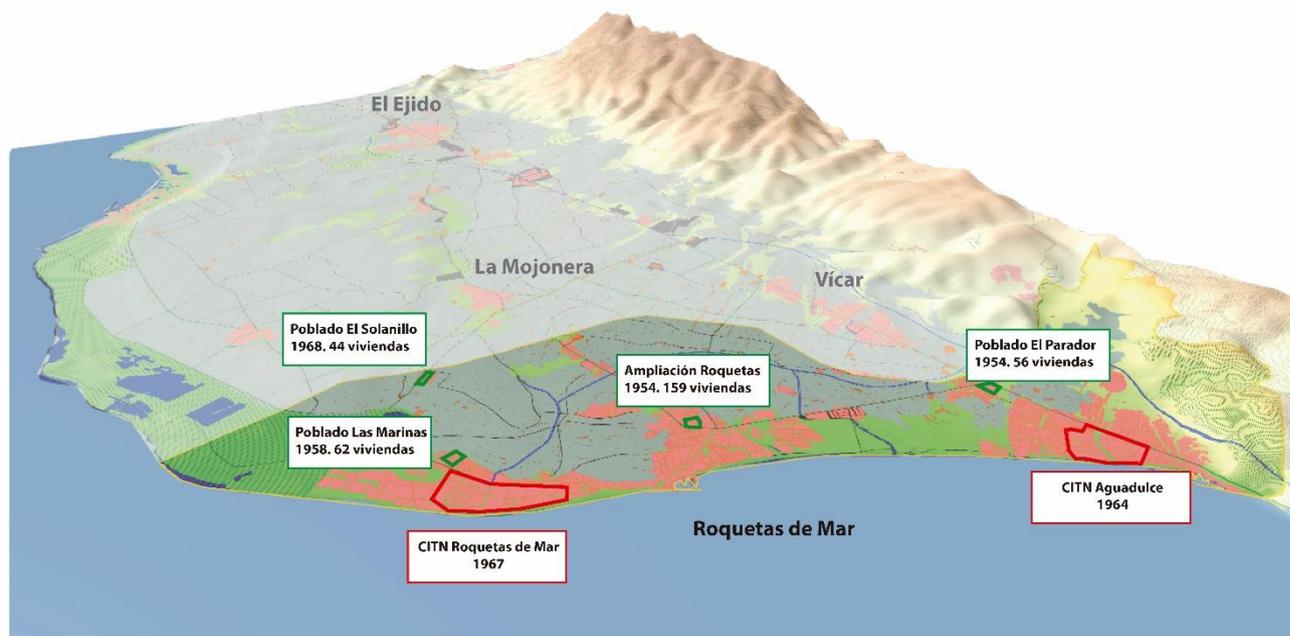


GRÁFICO 3. La intervención pública en el origen de las transformaciones territoriales. Roquetas de Mar.

El intenso crecimiento demográfico ha tenido una primera consecuencia en el modelo urbanístico del municipio, que está próximo a constituir una conurbación continua.

Si analizamos la estructura demográfica y el mercado de trabajo, vivienda y servicios, se ponen de manifiesto otros rasgos singulares del municipio.

En primer lugar, llama la atención el importante porcentaje de población extranjera, próximo al 25%. De esta población de 25.465 extranjeros, el principal contingente (34%) son de nacionalidad rumana, seguido por orden de importancia de nacionalidades por los marroquíes (20%), senegaleses (7%), rusos (4%), hasta un total de 114 nacionalidades.

En segundo lugar, otro dato destacado es que prácticamente la mitad de la población actual del municipio (49,85%) proviene de fuera de la provincia de Almería.

En tercer lugar, los datos evolutivos señalan una creciente terciarización de la población. A pesar de ello, el número de activos del sector agrario sigue siendo elevado, en torno al 16% de la población activa, aunque alejado de los datos de municipios vecinos, como Vícar (26%), La Mojonera (35%) o El Ejido (25%).

En cuarto lugar, los datos de afiliados a la Seguridad Social (por lugar de trabajo) en relación con la población total del municipio (27,4%) es el más bajo de los municipios de su entorno, lo que indica el carácter residencial del municipio. Gran parte de los residentes en Roquetas de Mar desarrollan su actividad laboral o profesional fuera del municipio.

Afiliados a la Seguridad social por régimen y municipio. Febrero 2023													
MUNICIPIO	Régimen General	%	R. General S.E. Agrario	%	R. General S. E. Hogar	%	TOTAL RÉGIMEN GENERAL	Régimen Especial Mar	%	R. Especial Trabajadores Autónomos	%	TOTAL RÉGIMEN ESPECIAL	TOTAL
Adra	2.735	35,5	1.698	22	33	0,4	4.466	83	1,1	3.153	40,9	3.236	7.702
Berja	2.491	44,7	1.261	22,6	35	0,6	3.787	0	0	1.791	32,1	1.791	5.578
Dalias	756	49,8	209	13,8	10	0,7	975	0	0	542	35,7	542	1.517
El Ejido	31.205	58,3	12.007	22,4	107	0,2	43.319	6	0	10.182	19	10.188	53.507
La Mojonera	3.094	46	2.423	36	7	0,1	5.524	0	0	1.202	17,9	1.202	6.726
<b>Roquetas de Mar</b>	<b>15.266</b>	<b>49</b>	<b>7.364</b>	<b>23,6</b>	<b>290</b>	<b>0,9</b>	<b>22.920</b>	<b>66</b>	<b>0,2</b>	<b>8.185</b>	<b>26,3</b>	<b>8.251</b>	<b>31.171</b>
Vícar	6.478	50,8	3.609	28,3	33	0,3	10.120	0	0	2.632	20,6	2.632	12.752
Almería	73.823	78,5	5.293	5,6	1.354	1,4	80.470	316	0,3	13.264	14,1	13.580	94.050
Níjar	6.644	39	6.973	41	40	0,2	13.657	17	0,1	3.346	19,7	3.363	17.020
<b>TOTALES</b>	<b>142.492</b>	<b>61,9</b>	<b>40.837</b>	<b>17,8</b>	<b>1.909</b>	<b>0,8</b>	<b>185.238</b>	<b>488</b>	<b>0,2</b>	<b>44.297</b>	<b>19,3</b>	<b>44.785</b>	<b>230.023</b>

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Tesorería de la Seguridad Social. Padrón Municipal de Habitantes.  
Fondo verde: municipios del Poniente almeriense. Fondo salmón: municipios del entorno territorial de Roquetas de Mar.  
Cifras porcentuales en rojo: porcentajes por encima de la media.

Afiliados a la Seguridad Social en el Régimen General, por rama de actividad y municipio. Marzo 2023																			
MUNICIPIO	Agricultura, ganadería, pesca	%	Industria extractiva	%	Industria manufact.	%	Construcción	%	Comercio transporte hostelería	%	Actividades profesionales	%	Personal Administraciones Públicas	%	Actividades artísticas	%	Total afiliados RG	Total población 2022	%
Adra	3.200	44,2	256	3,5	245	3,5	579	8	2.010	27,7	222	3,1	454	6,3	222	3,1	7.242	25.300	28,6
Berja	1.901	41,9	45	1	115	2,5	302	6,6	1.191	26,3	156	3,4	652	14,4	138	3	4.532	12.807	35,4
Dalias	657	40,7	5	0,3	29	1,3	73	4,5	728	45,2	33	2	60	3,7	20	1,2	1.612	4.141	38,9
El Ejido	22.951	39,1	467	0,8	1.778	3	1.558	2,6	23.642	40,3	2.103	3,6	4.423	7,5	1.174	2	58.699	87.500	67,1
La Mojonera	3.418	51,5	23	0,3	279	4,2	280	4,2	2.239	33,7	122	1,8	159	2,4	97	1,5	6.639	8.824	75,2
<b>Roquetas de Mar</b>	<b>6.592</b>	<b>23,4</b>	<b>305</b>	<b>1,1</b>	<b>567</b>	<b>2</b>	<b>2.385</b>	<b>8,5</b>	<b>11.362</b>	<b>40,3</b>	<b>1.890</b>	<b>6,7</b>	<b>2.586</b>	<b>9,2</b>	<b>1.743</b>	<b>6,2</b>	<b>28.204</b>	<b>102.881</b>	<b>27,4</b>
Vícar	4.804	38,3	13	0,1	541	4,3	662	5,3	4.645	37	312	2,5	1.051	8,4	409	3,3	12.549	27.631	45,4
Almería	8.345	4,18	614	0,6	1.377	1,4	4.106	4,3	22.644	23,7	10.902	11,4	36.117	37,9	5.625	5,9	95.378	199.237	47,9
Níjar	9.277	52,8	86	0,5	509	2,9	472	2,7	5.737	32,6	593	3,4	551	3,1	244	1,4	17.570	31.816	55,22
<b>TOTALES</b>	<b>61.145</b>	<b>26,3</b>	<b>1.814</b>	<b>0,8</b>	<b>5.440</b>	<b>2,3</b>	<b>10.417</b>	<b>4,5</b>	<b>74.198</b>	<b>32</b>	<b>16.333</b>	<b>7</b>	<b>46.053</b>	<b>19,8</b>	<b>9.472</b>	<b>4,1</b>	<b>232.425</b>	<b>500.137</b>	<b>46,47</b>

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Tesorería de la Seguridad Social. Padrón Municipal de Habitantes.  
Fondo verde: municipios del Poniente almeriense. Fondo salmón: municipios del entorno territorial de Roquetas de Mar.  
Cifras porcentuales en rojo: porcentajes por encima de la media.

TABLA 2. Afiliación a la Seguridad Social en los municipios del Poniente

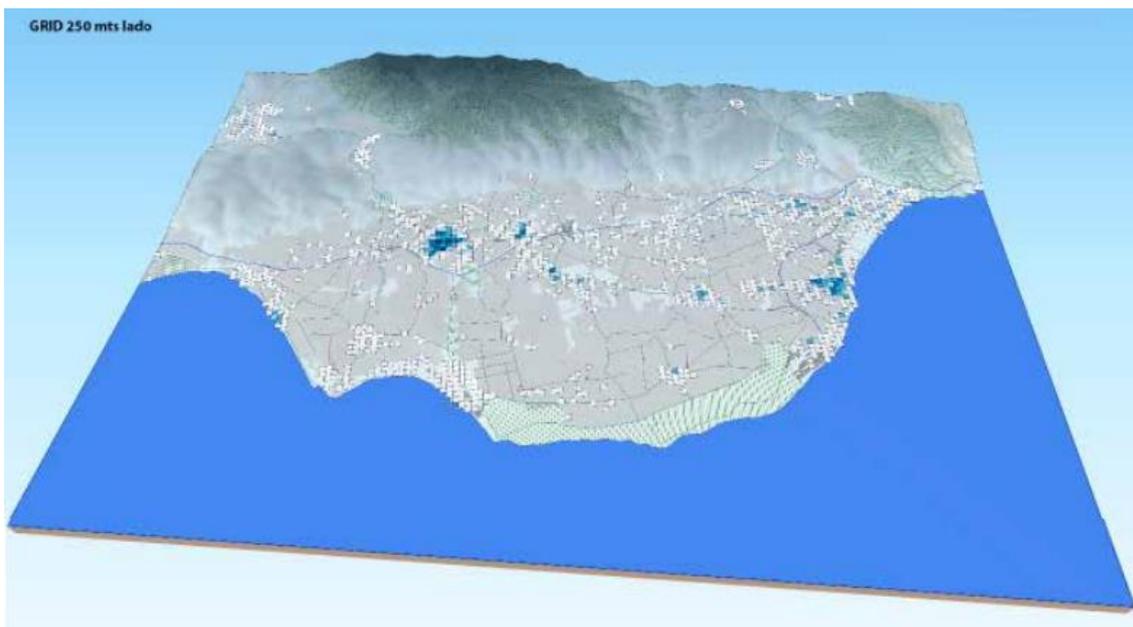


GRÁFICO 4. Densidad de afiliación a la Seguridad Social en el ámbito del Poniente

En quinto lugar, como consecuencia de los componentes demográficos del municipio, su distribución por edad señala un municipio joven, con una alta tasa de recambio, en el contexto de comportamientos demográficos con tendencia al envejecimiento.

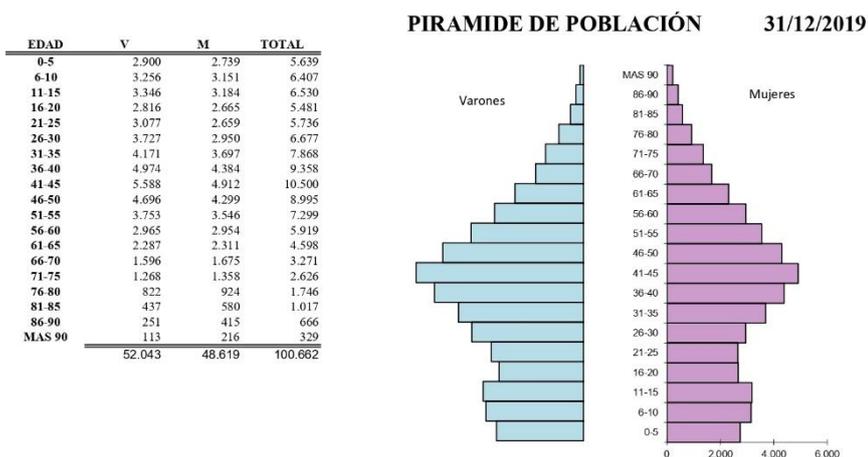


GRÁFICO 5. Pirámide de población de Roquetas de Mar (2019)

Por último, el parque de viviendas del municipio señala un porcentaje de viviendas secundarias sensiblemente por encima de la media provincial, aunque lejos de los municipios especializados en usos vacacionales de las viviendas.

Todos estos rasgos apuntan a una singular condición del municipio de Roquetas de Mar. Esta singularidad está en parte provocada por las actividades turísticas, y, en cualquier caso, condiciona su desarrollo.

## 1.2. LA EVOLUCIÓN TURÍSTICA DE ROQUETAS DE MAR

### 1.2.1 LOS ORÍGENES

Los inicios de la actividad turística en Roquetas de Mar están relacionados con las iniciativas públicas que derivaban de la Ley de Centros y zonas de Interés Turístico Nacional, de diciembre de 1963, que reguló la actividad turística en el territorio nacional, estableciendo los estándares de las nuevas zonas turísticas, y regulando un marco para su estímulo.

En 1964 se declaran los cuatro primeros CITN, uno de los cuales, el de Aguadulce, se sitúa en el municipio de Roquetas de Mar. En 1967 se declara el de Roquetas de Mar, lo que hoy se conoce como “la Urbanización”.

Para el éxito de estas operaciones bajo auspicios públicos, era imprescindible una conexión aérea. La inauguración en 1968 del Aeropuerto de Almería aporta este elemento clave para el despegue turístico de la provincia, que, desde sus inicios, tiene a Roquetas de Mar como punto clave.

En estos proyectos pioneros, que requieren grandes esfuerzos colectivos, siempre hay personajes que destacan. Hay que citar la figura del general Máximo Cuervo, cuya implicación en todos estos proyectos roqueteros fue fundamental. En el desarrollo urbanístico y arquitectónico de estos centros, hay que mencionar al arquitecto Fernando Cassinello, que, además de dejar patente su pericia profesional, se implicó también en los órganos de gestión e impulso de los Centros de Interés Turístico de Roquetas.



FOTOS 3 Y 4. Máximo Cuervo y Fernando Cassinello

La Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional fijaba unos estándares mínimos para las áreas que aspiraran a ser declaradas CITN.

- Debían ser zonas que tuvieran aptitudes para atraer y retener el turismo.
- Deberían ordenarse y urbanizarse racionalmente y con altos estándares de calidad, tal como se entendía en la época.
- Debían tener un mínimo de 500 plazas en alojamiento turístico.
- Su extensión no debía ser inferior a las diez hectáreas.
- Debían contar con los servicios adecuados a su capacidad de alojamiento.

El equilibrio entre la parte de techo puramente turístico y el destinado a residencial vacacional siempre fue crítico: por una parte, el fomento hotelero era fundamental para que la finalidad turística no se desvirtuara. Pero, por otra, las necesidades financieras de los promotores aconsejaban obtener beneficios de usos residenciales cuya gestión comercial les resultaba más fácil.

### urbanización de aguadulce

Urbanización de Aguadulce (T.M. Roquetas de Mar, Almería)  
Declarada como 1er C.I.T.N. de España en 1.963  
(C.I.T.N.) centro de interés turístico nacional  
MODIFICACIONES DESDE SU DISEÑO ORIGINAL

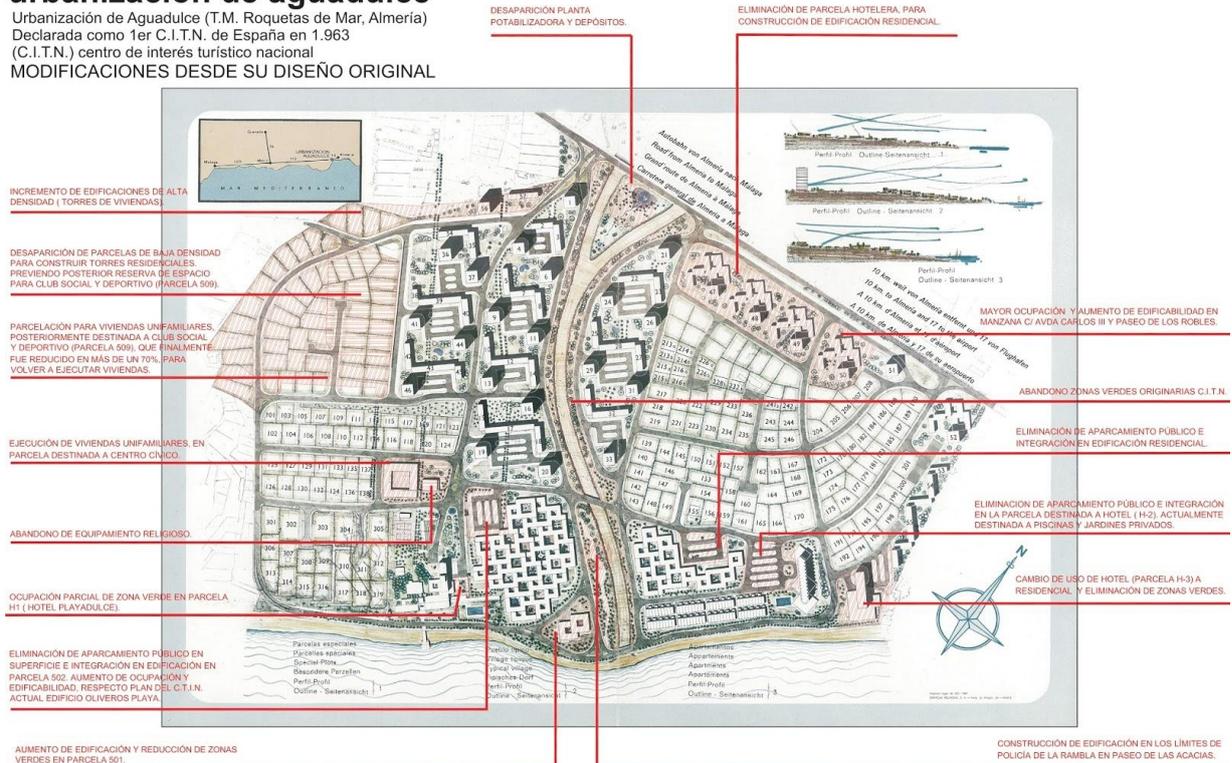


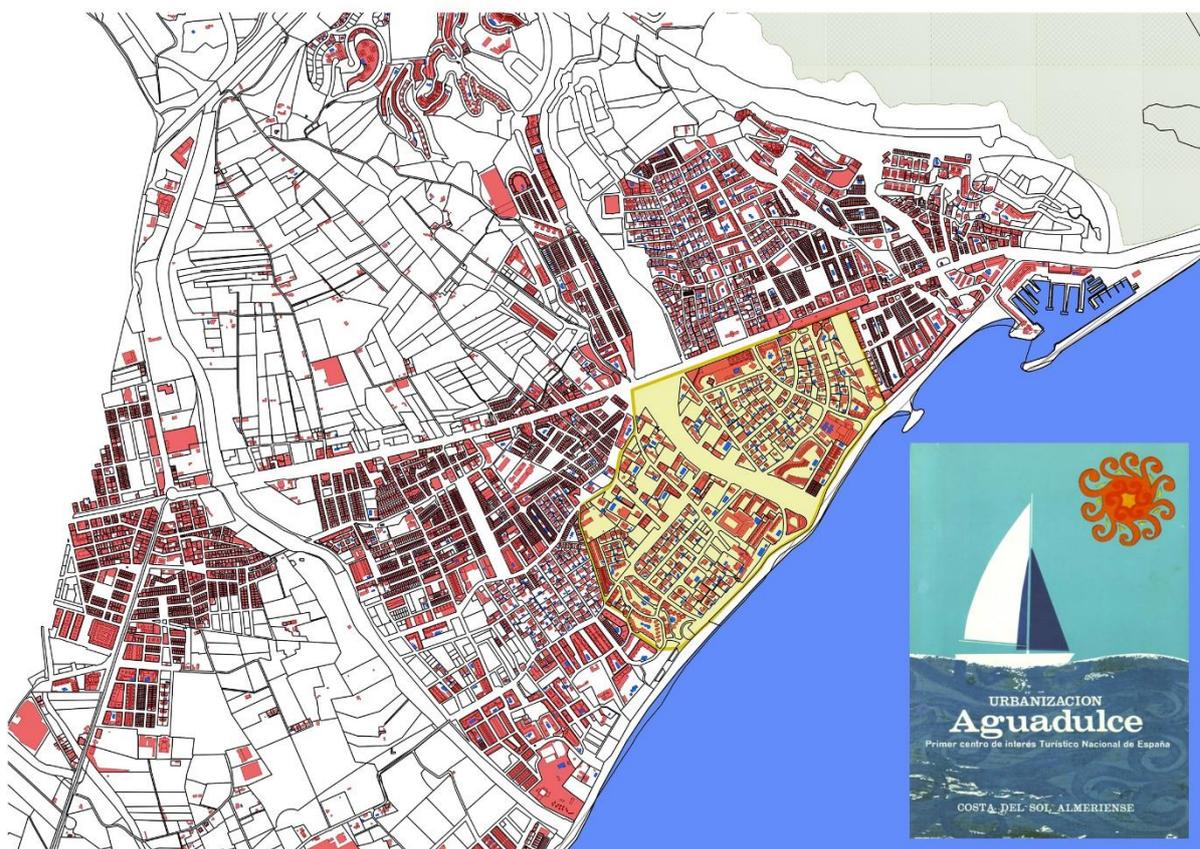
GRÁFICO 6. Diseño original del CITN de Aguadulce, y modificaciones sufridas. Extraído del blog “Consultoría técnica de obras”. Publicado por Pedro Javier Bértiz en 2016, en el artículo “Ius variandi” Urbanización de Aguadulce (Almería)

### 1.2.2. EL DESARROLLO DE LOS CITN

En la ilustración puede observarse el esquema de ordenación original del CITN de Aguadulce. Los rótulos en rojo señalan las modificaciones producidas entre los planteamientos iniciales y su posterior ejecución.

El resultado es muy patente: incremento de densidades, reducción de espacios libres, zonas de aparcamiento y equipamientos, reducción de usos hoteleros e incremento del residencial.

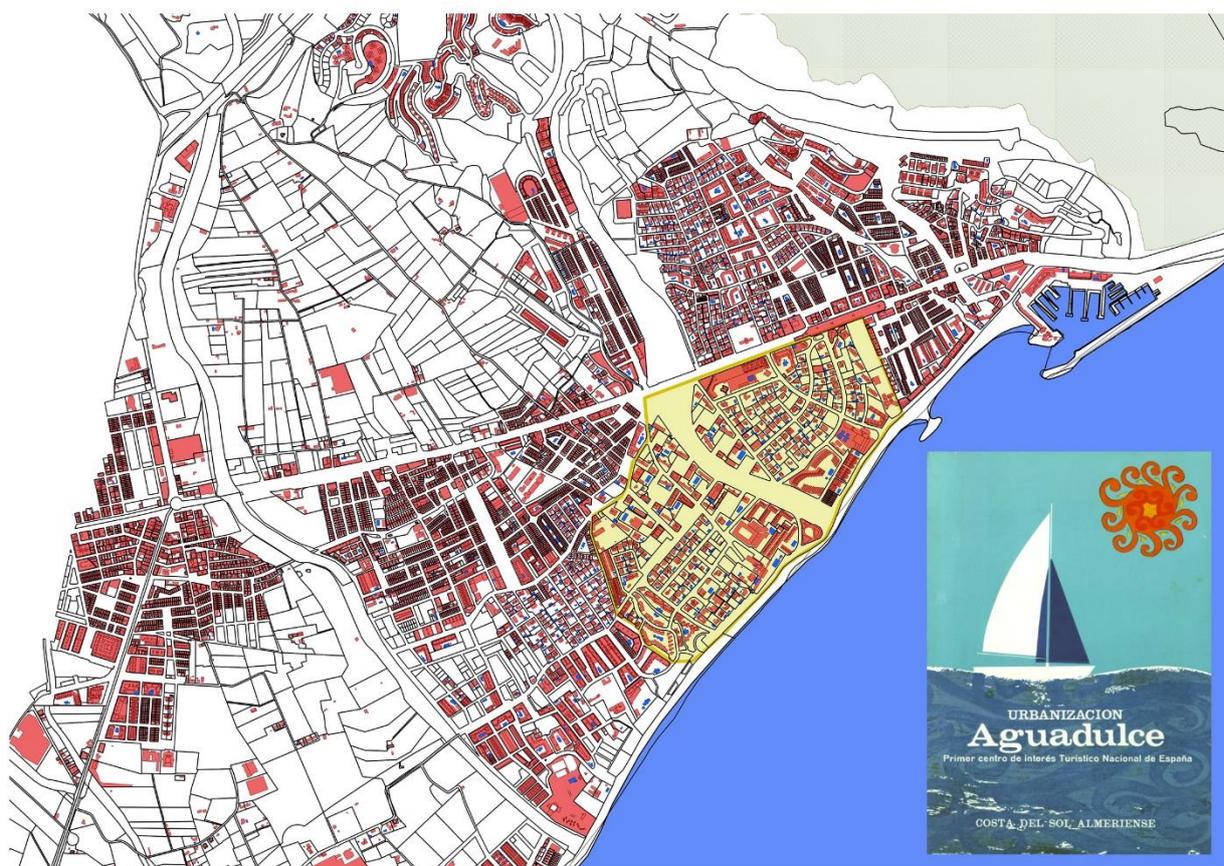
Esta situación es consecuencia de las dificultades de posicionamiento turístico de un destino que surge de cero, y de la voracidad de las clases medias almerienses, que anhelaban un espacio urbano de calidad que la ciudad no les ofrecía.



MAPA 2. El CITN de Aguadulce en el contexto actual

Con diferente intensidad y ritmos, los procesos en el CITN de Roquetas de Mar (la “Urbanización”) son similares.

La mayor distancia a la capital provincial y las debilidades del viario de conexión entre ambas explican esa diferente intensidad. El resultado es un mayor equilibrio entre la oferta turística y la residencial-vacacional en el segundo CITN del municipio.



MAPA 3. El CITN de Roquetas de Mar en el contexto actual

Otro rasgo distintivo es que mientras en torno al CITN de Aguadulce se produce un rápido crecimiento inmobiliario, que cada vez se orienta más a la residencia permanente, el CITN de Roquetas produce menor crecimiento urbanístico en su entorno, y sus usos residenciales son de carácter más vacacional.

En ambos casos, sus principales atractivos son la playa y un clima muy agradable, especialmente en torno a la temporada estival. Esto ha marcado definitivamente su carácter, constituyendo bases turístico-vacacionales claramente orientadas al modelo de sol y playa.

### 1.2.3. LA MADURACIÓN DEL MODELO TERRITORIAL

En paralelo a la evolución del modelo turístico basado en los dos CITN, las acciones de colonización agraria producen grandes cambios en el modelo territorial.

A la acción pública de Colonización, centrada en la organización de los regadíos, la construcción de poblados y el reparto de parcelas a los colonos, le sigue un gran impulso de la iniciativa privada, que rápidamente desborda los límites de los sectores de colonización.



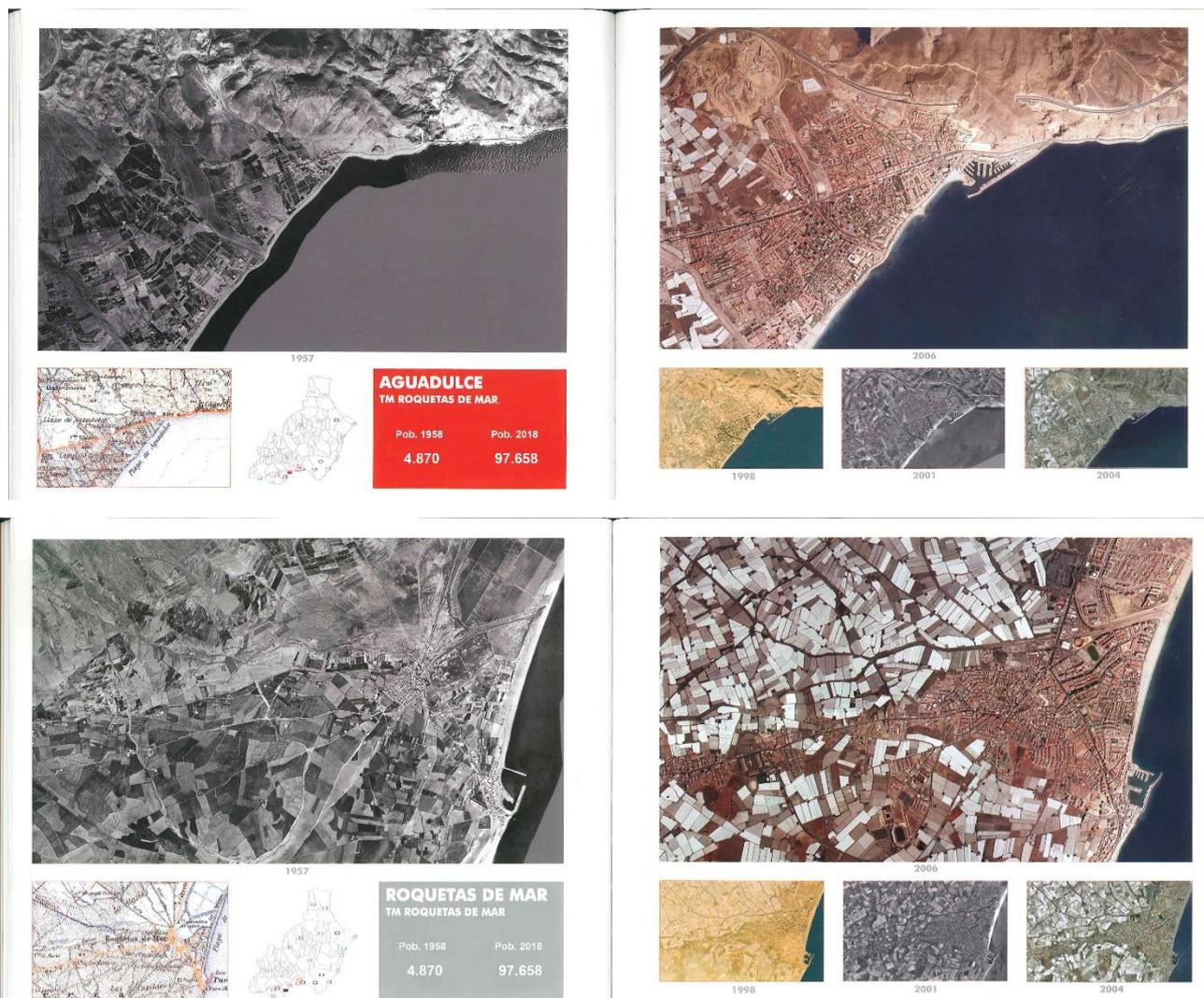
FOTO 5. Panel sobre la ampliación de Roquetas de Mar, de la exposición sobre los poblados de Colonización

Como consecuencia de ese proceso, las bases turísticas iniciales se ven obligadas a convivir con un espectacular despliegue de la agricultura intensiva y una proliferación del cultivo bajo plástico.

Esta convivencia plantea ciertas dificultades a la actividad turística, que ve como una posición geográfica privilegiada junto al mar se ve condicionada por la potente impronta paisajística del nuevo espacio de cultivo.

El propio crecimiento urbanístico del municipio, que tiene que desarrollarse sobre una oferta de infraestructuras de comunicación muy débil, contribuye también a un cierto deterioro funcional y perceptual del espacio.

La magnitud de estos cambios es espectacular, y ha producido inevitables desajustes en el modelo territorial. La superación de las debilidades estructurales de ese modelo se está produciendo en tiempos muy recientes, por lo que cabe destacar aquí el hecho de que las bases turísticas han tenido que desarrollarse con fuertes fricciones con otros usos y con una conexión con el exterior de gran debilidad.



FOTOS 6 Y 7. Transformaciones territoriales en Agudulce y Roquetas de Mar. Paneles de la Exposición "50 años de transformaciones territoriales en Almería. 50 aniversario del vuelo americano"

#### 1.2.4. LA URBANIZACIÓN “PLAYA SERENA”

A finales de la década de los '70 del siglo XX se inaugura el Club de Golf Playa Serena, en torno al cual se organiza la urbanización del mismo nombre. Constituye una prolongación hacia el sur de la Urbanización de Roquetas, y el remate del espacio urbanizado, que hace contacto con el Paraje y Reserva Natural Punta Entinas-Sabinar.

La urbanización Playa Serena tiene una orientación turística más acentuada que las bases anteriores. La fachada costera es una secuencia de establecimientos hoteleros, mientras que los conjuntos de apartamentos proliferan en la zona del interior, alrededor y dentro del campo de golf.

Este equipamiento deportivo es su signo distintivo, así como su cercanía al paraje natural citado.

La urbanización Playa Serena se desarrolla en dos fases. La primera y más extensa, madura desde la década de los '80. La segunda fase, conocida como “Playa Serena Sur”, está todavía en ejecución, y es la que contacta con el espacio natural.



FOTO 8. Urbanización “Playa Serena”. Vista aérea

### 1.2.5.- LA SITUACIÓN ACTUAL

El momento actual de la situación turística del municipio está marcado por diferentes procesos o incidencias.

- Aportaciones significativas desde lo público para capitalizar el modelo. Como consecuencia de la gestión del crecimiento urbanístico, se ha desarrollado un sistema de equipamientos y edificios de uso público que hacen una aportación considerable a la calidad del destino. Es el caso del Auditorio, de la reconstrucción del Castillo de Santa Ana, del Pabellón de Deportes o de la Plaza de Toros.
- Intervenciones privadas que también aportan valor al modelo. El crecimiento urbanístico ha permitido el desarrollo de dotaciones privadas, como el centro comercial Gran Plaza, el Aquarium, o el Aula del Mar, además del Club de Golf de Playa Serena, o el Puerto Deportivo de Aguadulce, que hacen una importante contribución a la percepción de destino turístico con buen nivel de dotación.
- El nuevo modelo de movilidad, centrado en la nueva Autovía que conecta la E-15 (Autovía del Mediterráneo) con las urbanizaciones. Aunque todavía no ha resuelto el riesgo del sistema viario capilar, es un elemento principal del sistema de movilidad. No solo acaba con los tradicionales “cuellos de botella” de la movilidad del municipio, sino que permite una reasignación de los flujos de tráfico que abren el camino a una estrategia de cualificación urbana. La definición de anillos de tráfico rodado y grandes espacios interiores con preferencia peatonal o de movilidad no motorizada es una oportunidad de mejora de los espacios urbanos, y, especialmente de los espacios turísticos.
- Las tecnologías de información y comunicación están teniendo sus efectos, no solo en la forma de contratación de servicios turísticos, sino en la propia estructura de la planta de alojamiento. Proliferan apartamentos, alojamientos turísticos con cierto nivel de informalidad, intercambio de domicilios, casas compartidas..., formas todas ellas que conviven con la planta hotelera tradicional.

- Se incorporan como usuarios nuevos grupos sociales, que tienen en la búsqueda de una experiencia singular la principal motivación en la toma de decisiones en la contratación o uso de los servicios turísticos. En esa experiencia singular no juegan solo los factores climáticos o lúdicos tradicionales, sino que es necesario el concurso de nuevos gestores de esa experiencia, desde el punto de vista cultural, deportivo, ambiental, inclusivo, y con un significado de calidad.

Es un momento de cambio profundo de modelo. Esto requiere una reflexión sobre cómo gestionar ese cambio, y sobre cómo deben redefinirse los papeles tradicionales en esa gestión.

Cualquier reflexión sobre calidad turística debe partir de una adecuada comprensión de las nuevas tendencias del consumo turístico.

También debe partir del legado de la experiencia turística acumulada y aprovechar las oportunidades que se presentan en el enfrentamiento a los retos de un mercado exigente y competitivo.

### 1.3. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ROQUETAS DE MAR

#### 1.3.1. LOS RECURSOS GENERADORES

El destino turístico de Roquetas de Mar descansa sobre una serie de factores de atracción, que se conocen como recursos generadores. Los básicos son los que aporta la naturaleza. Los secundarios, los que resultan de la organización del sector y del posicionamiento de su oferta.

- Mar (playa). La relación con el mar simboliza las aspiraciones de una población del mundo occidental, sedentarizada, terciarizada y urbanizada. Todos los valores emergentes de ese mundo cultural, directamente relacionados con una sensación carencial, la salud, el deporte, la naturaleza, el descanso, la calidad de vida..., encuentran satisfacción en el contacto con el mar.
- Sol (clima). El sol, la luminosidad, agradables temperaturas, el aire libre, una vida de relación en los espacios públicos son los principales elementos de atracción climática. Resultan ser más atractivos cuanto menos presentes estén en la zona de procedencia del visitante.
- Prestigio del mundo mediterráneo. Desde la época del Grand Tour, el mundo mediterráneo siempre ha sido el estándar de viaje en el entorno centro y noroccidental. A los factores ambientales, se unen los culturales. Cada rincón del Mediterráneo tiene muchas historias que contar. El habitar milenario del hombre en esta zona del planeta ha proporcionado un gran “espesor” de civilización. Sus restos materiales lo atestiguan, y se convierten en parte del atractivo. También las tradiciones, el folclore, los oficios, las expresiones culturales, la gastronomía son exponentes de ese “estilo de vida” que forma parte de un conjunto de atractivos simbólicos presentes en la elección de este destino.
- Seguridad. En un mundo crecientemente contingente y arriesgado, la seguridad es un valor determinante en la elección del destino. El de Roquetas de Mar se beneficia de un alto nivel de respuesta a esa exigencia. La seguridad no se refiere solo a riesgos extremos, vitales, sino que incluye otro conjunto de exigencias, como la seguridad alimentaria, la confianza en la profesionalidad y seriedad con que se responde de los servicios contratados, la tranquilidad de visitar un destino con unas relaciones laborales regladas...

- Relación calidad-precio. El desembolso relacionado con las vacaciones forma una parte importante de las economías familiares, por lo que la relación calidad-precio es determinante en esa decisión. Este es un aspecto muy positivamente valorado por los visitantes de Roquetas de Mar.
- Ambiente familiar. Para muchas familias del mundo occidental, el periodo vacacional es la principal ocasión para tener una convivencia familiar libre de las exigencias y presiones de la vida laboral y profesional. El destino Roquetas de Mar se adapta perfectamente a este componente de la demanda.

### 1.3.2. LA OFERTA BÁSICA: LA PLANTA HOTELERA

El municipio de Roquetas de Mar es un municipio turístico, con especialización hotelera, en especial en el segmento 4 estrellas.

El número total de plazas hoteleras disponibles en el municipio es de 13.536, lo que lo sitúa como el quinto municipio de la región, por detrás de Torremolinos, Sevilla, Marbella y Granada.

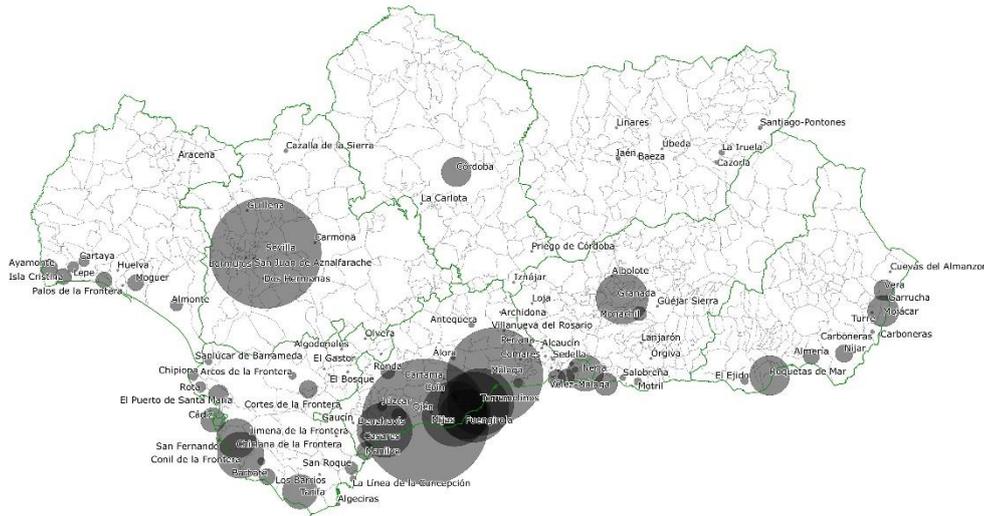
De las 13.536 plazas hoteleras del municipio, el 88% corresponde a hoteles de la categoría 4 estrellas, el 7% a la de 3 estrellas y el 5% a la de 5 estrellas. Esto supone que el 93% de las plazas hoteleras pertenecen a las categorías de 4 ó 5 estrellas.

Presenta un alto índice de especialización turística (número de plazas hoteleras en relación con la población total del municipio). En Roquetas de Mar hay 7,75 habitantes por plaza hotelera, mientras que en el conjunto de la región este indicador señala 37 habitantes por plaza, y en el conjunto de la provincia de Almería, 27 habitantes por plaza hotelera.

Entre los municipios que cuentan con más de 5.000 plazas hoteleras, Roquetas de Mar es el tercero de Andalucía en índice de especialización turística, por detrás de Torremolinos (3,5 hbt/plaza) y Benalmádena (7,1 hbt/plaza).

#### ● Roquetas de Mar en el contexto regional

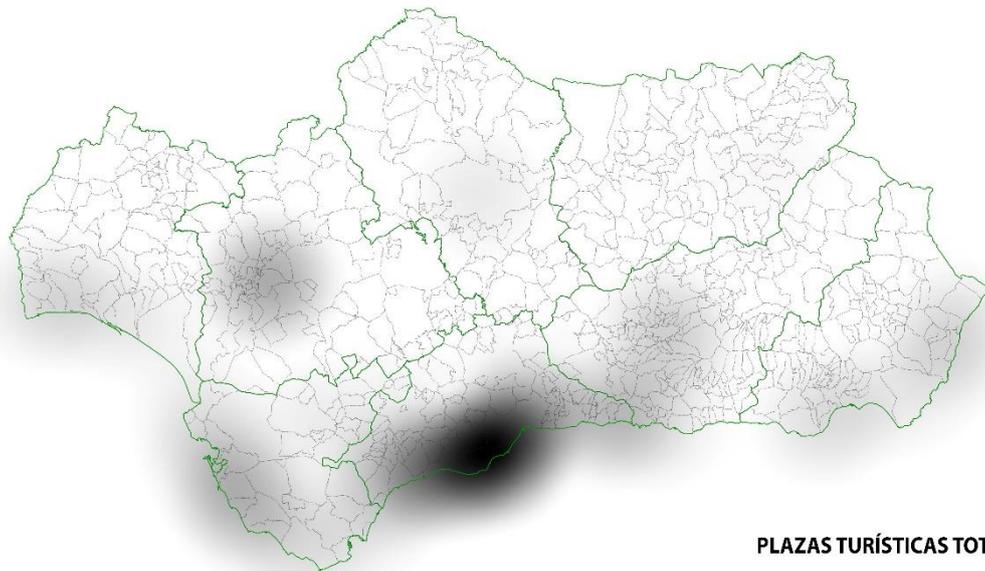
El gráfico (mapa y tablas) de la página siguiente muestra la posición del municipio de Roquetas de Mar en el contexto del modelo turístico regional. Ocupa el decimotercer lugar en cuanto número de plazas en todos los tipos y categorías, de entre los municipios de la región.



**20 municipios andaluces con más plazas turísticas totales \* (2022)**

<b>Marbella</b>	Málaga	<b>74.246</b>
<b>Sevilla</b>	Sevilla	<b>64.674</b>
<b>Málaga</b>	Málaga	<b>55.404</b>
<b>Benalmádena</b>	Málaga	<b>41.314</b>
<b>Torremolinos</b>	Málaga	<b>38.922</b>
<b>Mijas</b>	Málaga	<b>38.144</b>
<b>Estepona</b>	Málaga	<b>32.019</b>
<b>Granada</b>	Granada	<b>29.762</b>
<b>Fuengirola</b>	Málaga	<b>29.124</b>
<b>Chiclana de la Frontera</b>	Cádiz	<b>22.567</b>
<b>Conil de la Frontera</b>	Cádiz	<b>26.455</b>
<b>Nerja</b>	Málaga	<b>20.919</b>
<b>Roquetas de Mar</b>	<b>Almería</b>	<b>22.661</b>
<b>Mojácar</b>	Almería	<b>17.706</b>
<b>Córdoba</b>	Córdoba	<b>16.742</b>
<b>Tarifa</b>	Cádiz	<b>20.207</b>
<b>Cádiz</b>	Cádiz	<b>13.561</b>
<b>Almuñécar</b>	Granada	<b>12.949</b>
<b>Vera</b>	Almería	<b>12.296</b>
<b>Manilva</b>	Málaga	<b>10.466</b>

\* Hoteles, apartamentos, camping y viviendas turísticas  
 FUENTE: Sistema de información multiterritorial de Andalucía  
 INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA



**PLAZAS TURÍSTICAS TOTALES**

Los mapas y gráficos de las siguientes páginas ilustran por separado la distribución geográfica de cada uno de ellos tipos de alojamiento.

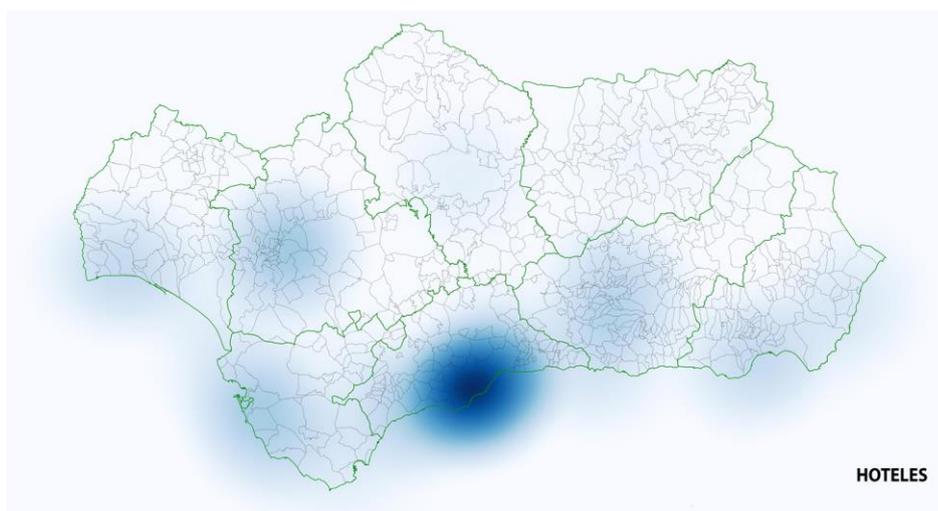
Por las características del destino, Roquetas de Mar ocupa una posición destacada en hoteles, apartamentos y camping, mientras que no aparece entre los veinte municipios con más plazas de viviendas turísticas.

En hoteles y apartamentos, el centro de gravedad de la oferta regional se sitúa en el conjunto de municipios de la Costa del Sol. La base turística de Roquetas de Mar, junto con la de Cádiz (Chiclana, Conil...), aparecen como polos de equilibrio dentro de la oferta turística litoral.

El modelo regional se completa con las bases de turismo urbano y monumental de Sevilla y Granada, destinos que juegan también dentro de la oferta hotelera de la Costa del Sol, por su nivel de integración y accesibilidad.

En oferta de plazas de camping, el modelo señala un desplazamiento del centro de gravedad hacia la costa atlántica andaluza, en torno a la ciudad de Huelva (Moguer, Isla Cristina) y en el tramo litoral entre Cádiz y el Estrecho (Conil, Tarifa...). En el extremo oriental de la región, Roquetas de Mar, Níjar y Mojácar componen una base secundaria en el contexto regional.

En cuanto a viviendas turísticas, el “mapa de calor” señala un epicentro en torno a la Costa del Sol malagueña, seguido del resto de las zonas litorales y de las grandes ciudades monumentales.



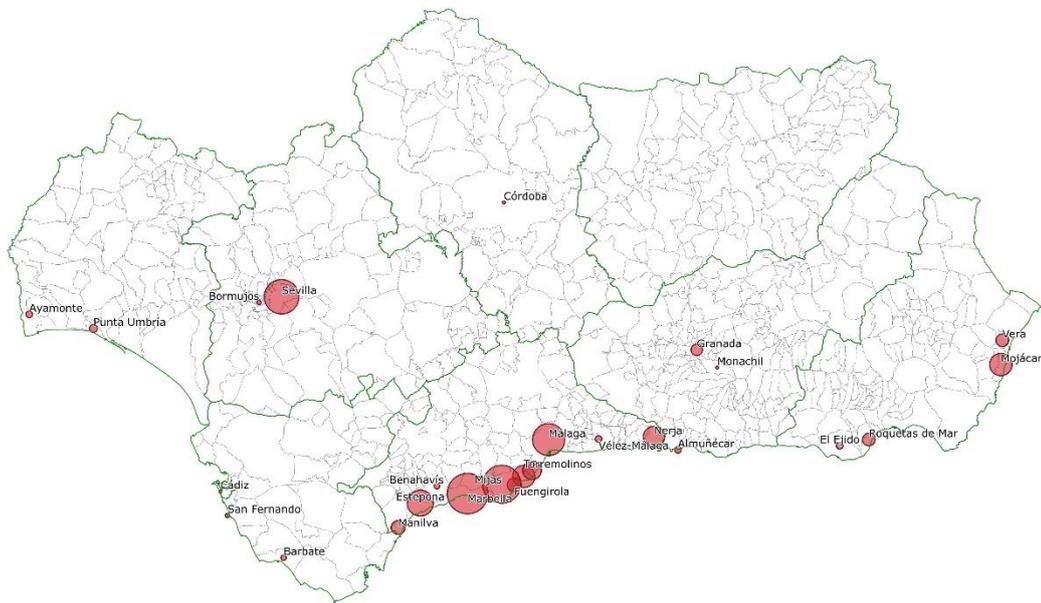
MAPA 5. Plazas en hoteles en Andalucía 2022

### 20 municipios andaluces con más plazas en establecimientos hoteleros (2022)

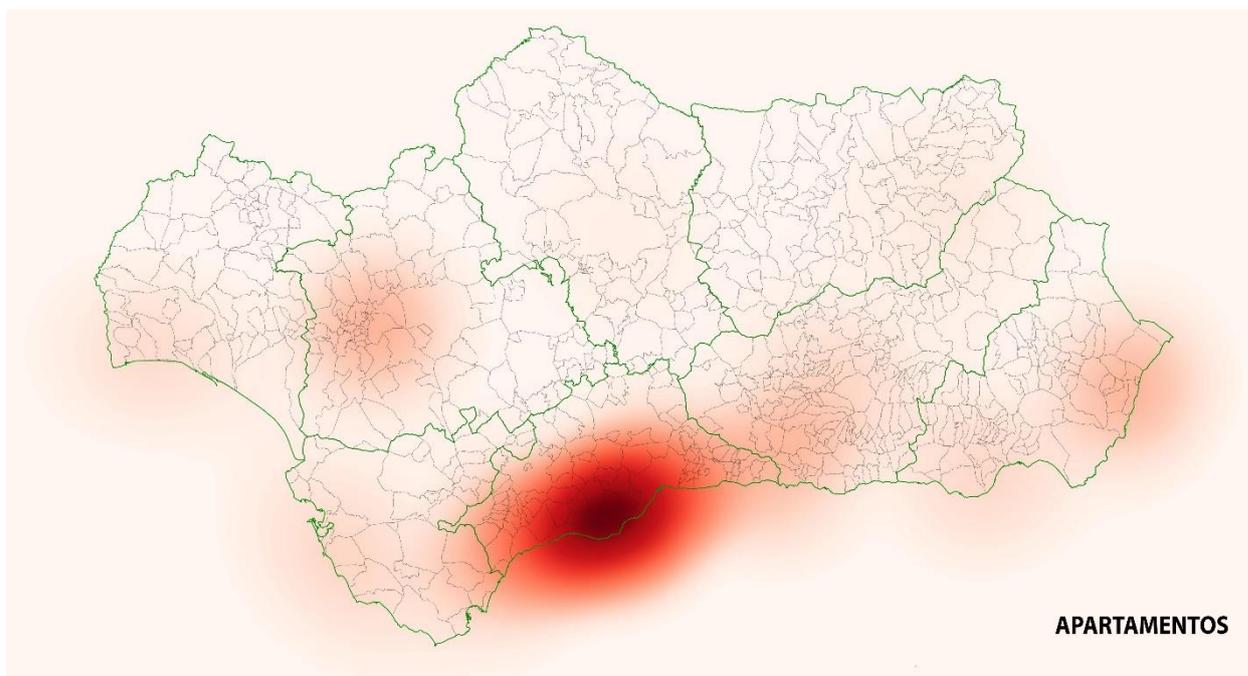
Sevilla (capital)	Sevilla	24.877
Torremolinos	Málaga	22.697
Marbella	Málaga	15.678
Granada (capital)	Granada	14.684
Benalmádena	Málaga	14.391
Málaga (capital)	Provisional	13.848
<b>Roquetas de Mar</b>	<b>Almería</b>	<b>13.536</b>
Chiclana de la Frontera	Cádiz	11.179
Fuengirola	Málaga	11.049
Estepona	Málaga	7.708
Córdoba (capital)	Provisional	7.314
Mojácar	Almería	6.524
Conil de la Frontera	Cádiz	6.295
Almuñécar	Provisional	4.766
Punta Umbría	Huelva	4.715
Almería (capital)	Almería	4.304
Cartaya	Huelva	4.257
Ayamonte	Huelva	3.813
Jerez de la Frontera	Cádiz	3.718
Nerja	Málaga	3.711

FUENTE: Sistema de información multiterritorial de Andalucía  
INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA

TABLA 3. Plazas en hoteles en Andalucía 2022



MAPA 7. Plazas en apartamentos en Andalucía 2022



MAPA 8. "Mapa de calor" de las plazas en apartamentos en Andalucía 2022

### 20 municipios andaluces con más plazas en apartamentos turísticos (2022)

<b>Marbella</b>	Málaga	<b>7.058</b>
<b>Mijas</b>	Málaga	<b>6.670</b>
<b>Sevilla (capital)</b>	Sevilla	<b>6.121</b>
<b>Málaga (capital)</b>	Málaga	<b>5.603</b>
<b>Estepona</b>	Málaga	<b>4.750</b>
<b>Benalmádena</b>	Málaga	<b>4.134</b>
<b>Mojácar</b>	Almería	<b>4.008</b>
<b>Nerja</b>	Málaga	<b>3.816</b>
<b>Torremolinos</b>	Málaga	<b>3.423</b>
<b>Fuengirola</b>	Málaga	<b>2.680</b>
<b>Roquetas de Mar</b>	<b>Almería</b>	<b>2.622</b>
<b>Vera</b>	Provisional	<b>2.457</b>
<b>Granada (capital)</b>	Granada	<b>2.373</b>
<b>Punta Umbría</b>	Huelva	<b>1.856</b>
<b>Ayamonte</b>	Huelva	<b>1.657</b>
<b>Almuñécar</b>	Granada	<b>1.514</b>
<b>Barbate</b>	Cádiz	<b>1.396</b>
<b>Bormujos</b>	Sevilla	<b>1.078</b>
<b>Monachil</b>	Granada	<b>1.065</b>
<b>Cádiz (capital)</b>	Cádiz	<b>1.025</b>

FUENTE: Sistema de información multiterritorial de Andalucía  
INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA

TABLA 4. Plazas en apartamentos en Andalucía 2022

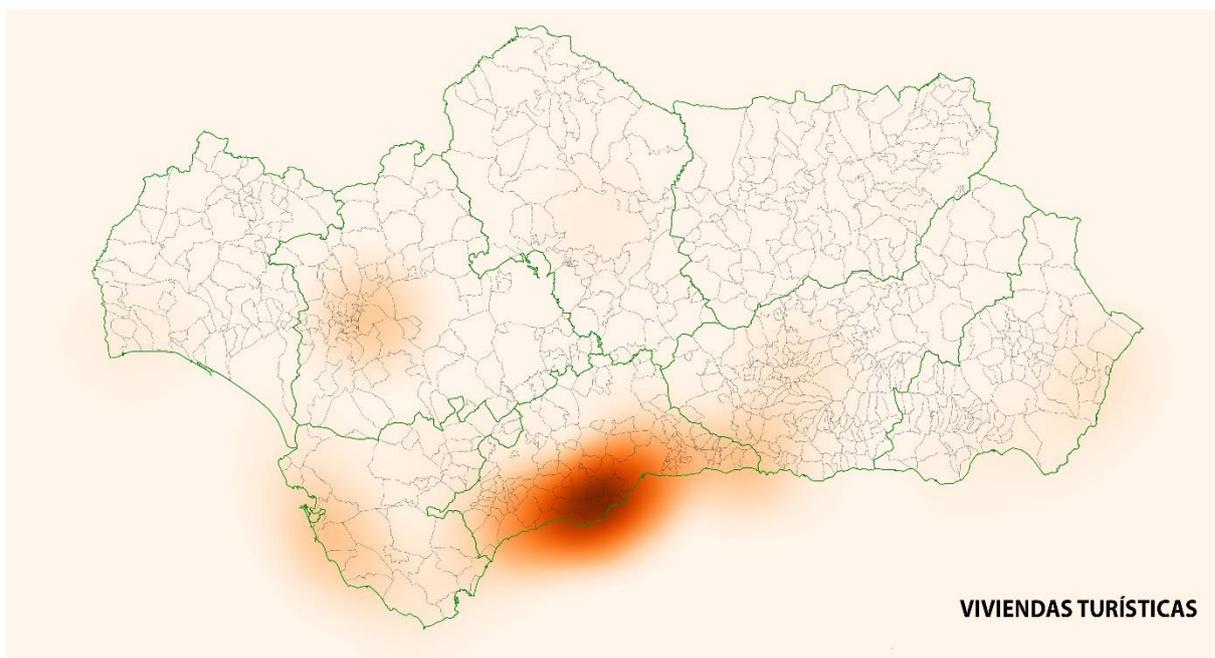


20 municipios andaluces con más plazas en campamentos de turismo (2022)

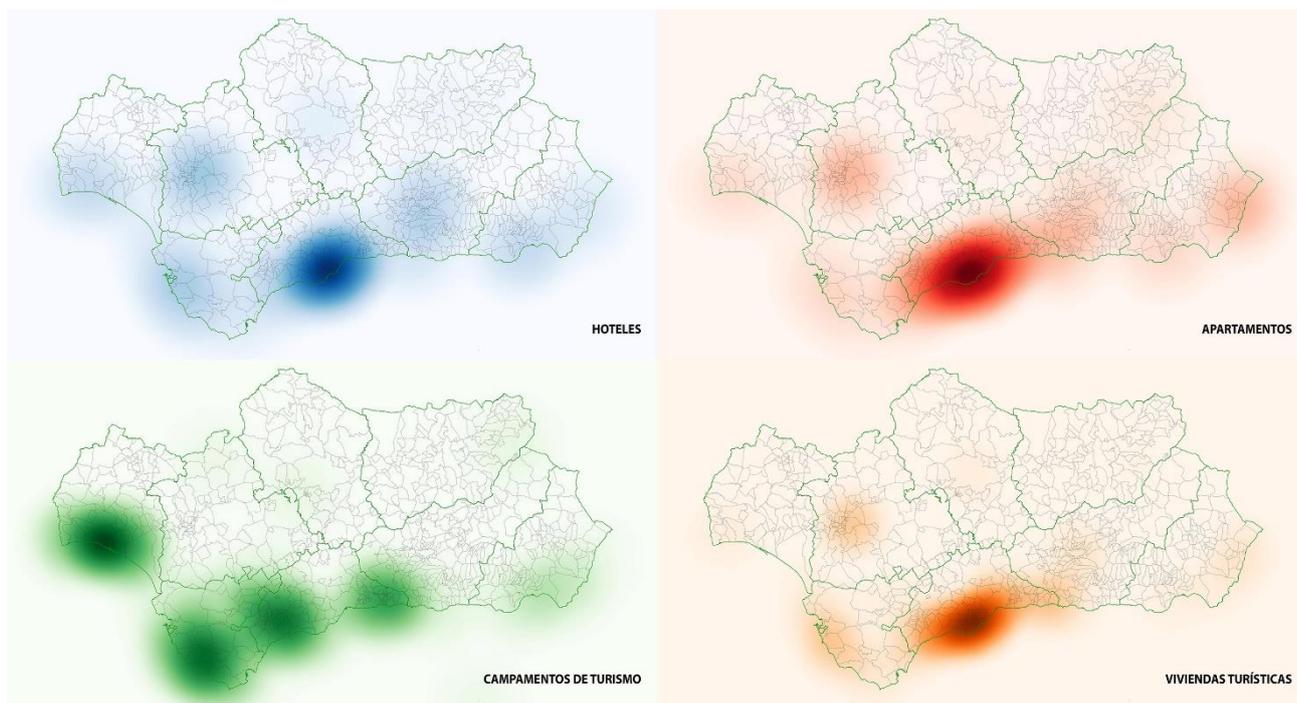
Moguer	Huelva	7700
Conil de la Frontera	Cádiz	5046
Tarifa	Cádiz	4658
Marbella	Málaga	4216
Isla Cristina	Huelva	3940
Barbate	Cádiz	2882
Vélez-Málaga	Málaga	2659
El Puerto de Santa María	Cádiz	2157
<b>Roquetas de Mar</b>	<b>Almería</b>	<b>2030</b>
Motril	Granada	1940
Níjar	Almería	1852
Lepe	Huelva	1604
Santiago-Pontones	Jaén	1326
Olvera	Cádiz	1248
Punta Umbría	Huelva	1222
La Carlota	Córdoba	1201
San Roque	Cádiz	1143
Torrox	Málaga	1136
Mijas	Málaga	1044
Cazalla de la Sierra	Sevilla	948

FUENTE: Sistema de información multiterritorial de Andalucía  
INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA

TABLA 5. Plazas en campings en Andalucía 2022



MAPA 11. "Mapa de calor" de viviendas turísticas en Andalucía 2022



MAPA 12. "Mapas de calor" por tipo de alojamiento, en Andalucía 2022

El papel de la base turística de Roquetas de Mar dentro del modelo andaluz es consecuencia de la propia estructura territorial de la región, y del papel que en ella juega la provincia de Almería. El conjunto urbano Almería-Poniente es un elemento aislado del sistema de ciudades de Andalucía. Grandes discontinuidades urbanas se presentan tanto en dirección a Málaga como a Murcia. El gran vacío del sureste (la manifestación más meridional de la España vacía) se extiende por las montañosas comarcas del interior de la provincia.

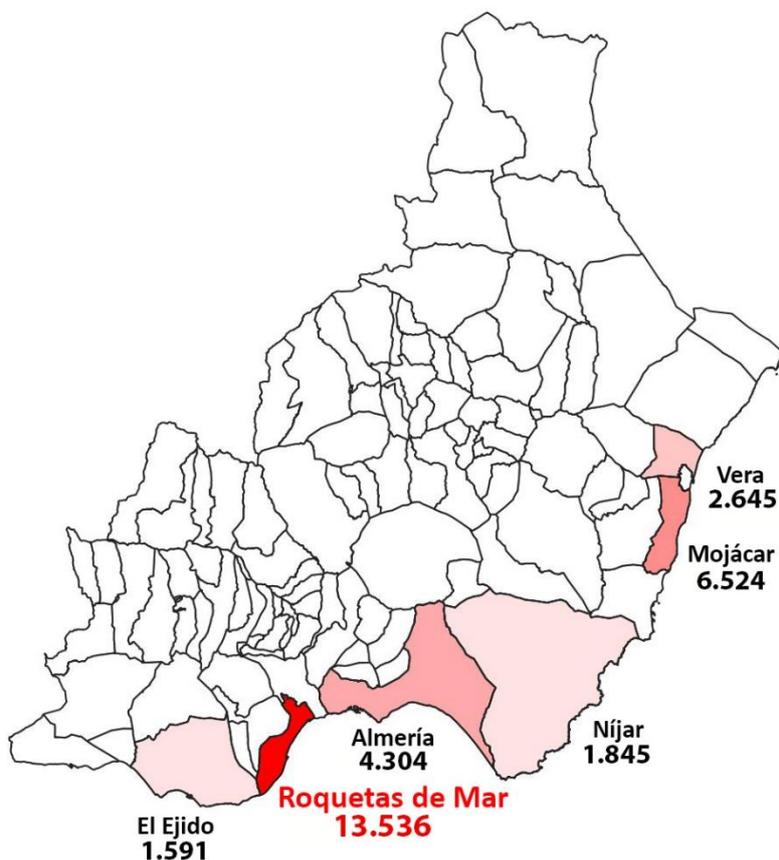
Como consecuencia de estos factores, podemos considerar a Roquetas de Mar como una base turística de enclave, con una cierta "insularidad", cuya principal conexión con el exterior es el Aeropuerto de Almería.

Estos rasgos de insularidad también son determinantes para la evolución y el posicionamiento de Roquetas de Mar, puesto que condicionan sus costes de explotación y limitan el desarrollo de un clúster de empresas de servicios turísticos avanzados.

● La oferta de Roquetas de Mar en el contexto provincial.

Roquetas de Mar constituye la principal base hotelera de la provincia de Almería, con el 40% de las plazas del total provincial. Con la mitad de las plazas que Roquetas, Mojácar es el otro destino turístico “clásico” de la provincia. En las últimas décadas, y, en especial, a partir de la celebración de los Juegos del Mediterráneo, en el municipio de Almería también se ha desarrollado una planta hotelera interesante, que se reparte entre los hoteles de la ciudad y los de El Toyo (en las inmediaciones del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar).

La oferta provincial tiene una orientación claramente litoral, estando situados junto al mar los seis municipios que cuentan con más de 1.000 plazas.



**PLAZAS HOTELERAS, TODAS LAS CATEGORÍAS  
(Provincia de Almería, municipios con más de 1.000 plazas)**

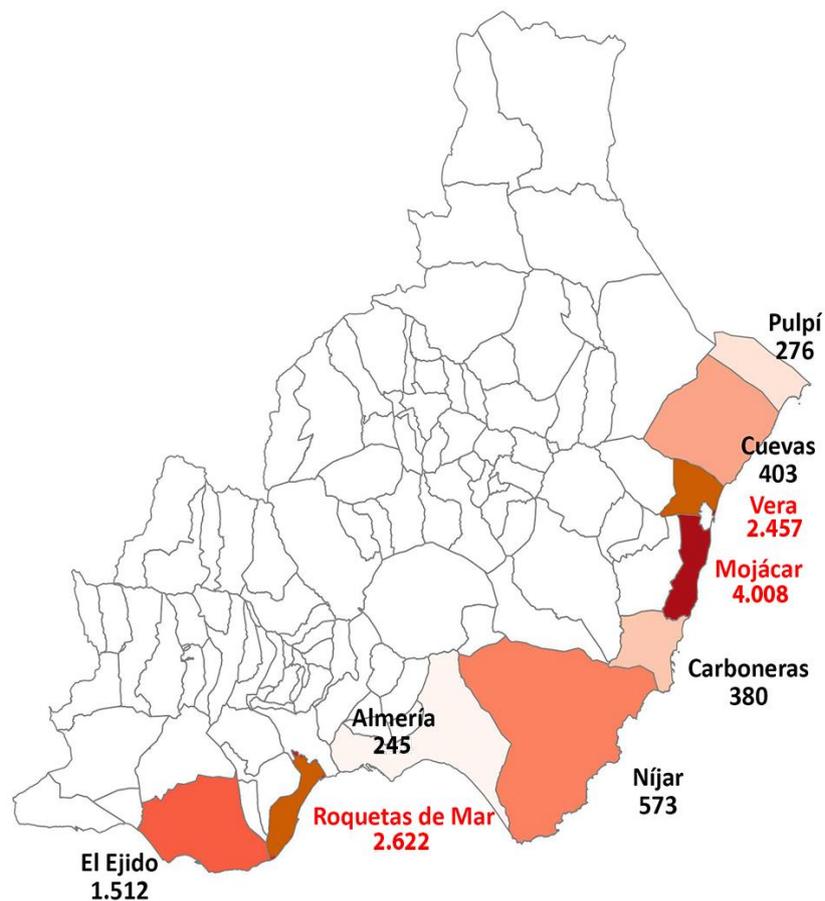
FUENTE: Plazas en establecimientos hoteleros por clase y categoría. Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. 2022.

MAPA 13. Plazas hoteleras provincia de Almería, por municipios

En cuanto a la modalidad de apartamentos, la distribución es más homogénea. Por una parte, predomina en el municipio de Mojácar y en el de Vera, base turística que podemos considerar “reciente”, y que tiene una clara especialización en este tipo de alojamiento, puesto que no aparece en las estadísticas hoteleras.

La base turística clásicas de Roquetas de Mar aparece en segunda posición.

El resto de los municipios que ofrecen más de 100 plazas en apartamentos se distribuyen a lo largo de la costa, estando representados El Ejido, Almería, Níjar, Carboneras, Cuevas y Pulpí.

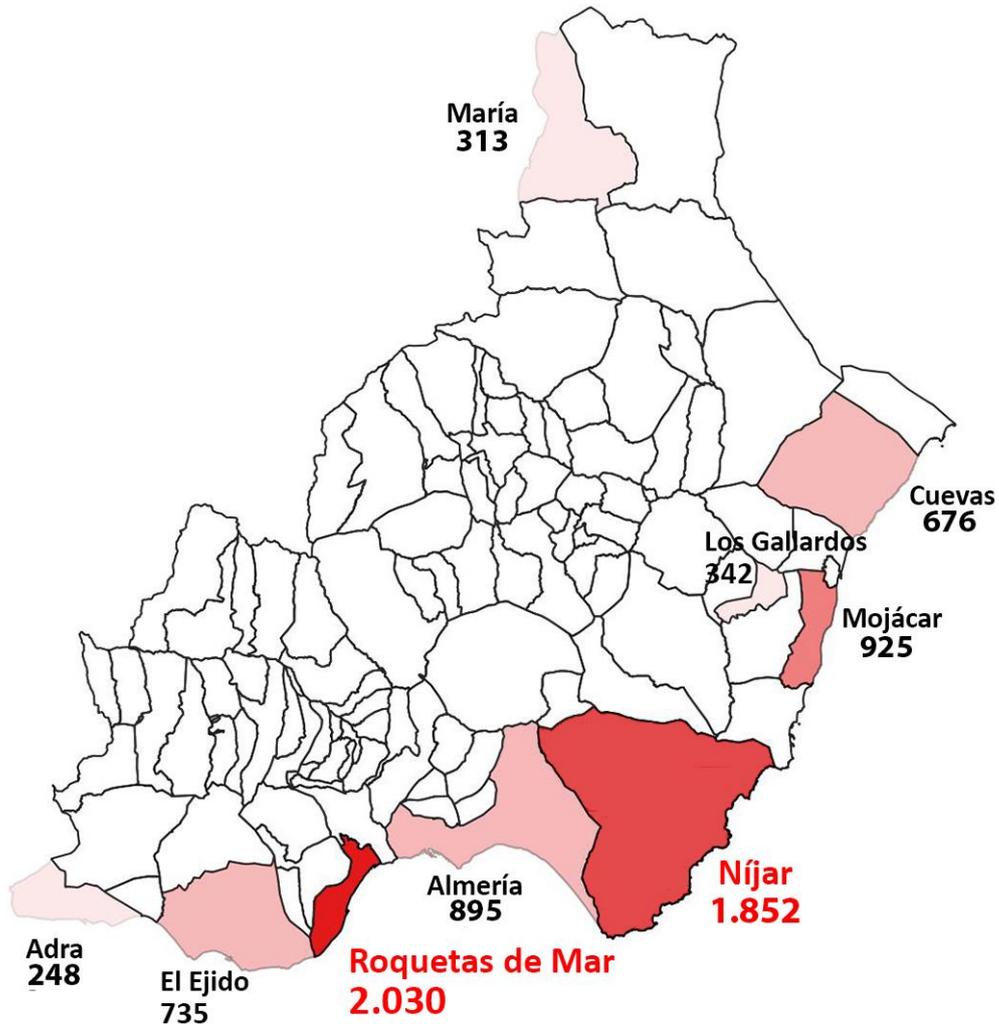


### PLAZAS EN APARTAMENTOS, TODAS LAS CATEGORÍAS (Provincia de Almería, municipios con más de 100 plazas)

FUENTE: Plazas en establecimientos hoteleros por clase y categoría. Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. 2022.

MAPA 14. Plazas en apartamentos provincia de Almería, por municipios

En lo que respecta a plazas de camping, la mayor concentración de la oferta se produce en los municipios de Níjar y Roquetas de Mar. Los municipios con ofertas destacables se sitúan en la costa, con la única excepción de Los Gallardos, en una posición prelitoral, y de María, un municipio claramente de interior y de montaña.



### PLAZAS DE CAMPING, TODAS LAS CATEGORÍAS (Provincia de Almería, municipios con más de 200 plazas)

FUENTE: Plazas en establecimientos hoteleros por clase y categoría. Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. 2022.

MAPA 15. Plazas en camping provincia de Almería, por municipios.

● La distribución territorial de la oferta en el municipio

En la doble imagen puede observarse la localización y el tamaño (medido en número de habitaciones y plazas) de los distintos establecimientos hoteleros del municipio.



MAPAS 16 y 17. Establecimientos hoteleros en Roquetas de Mar, y mapa de calor.

Queda patente la especialización hotelera en la zona de Playa Serena y, en menor medida, en la Urbanización. En torno al núcleo de Roquetas se observa una incipiente localización hotelera. En el núcleo de Aguadulce, pionero en la

transformación turística del municipio, los usos hoteleros están muy diluidos en el conjunto del uso dominante residencial (tanto permanente como de temporada).

Denominación	Categoría	Cadena	Ubicación	Año	Habitaciones	Plazas
Aguadulce	Apartahotel***		Aguadulce	1999	37	143
Playadulce	****	SENATOR	Aguadulce	1996	237	523
Portomagno	****	ALEGRIA	Aguadulce	1988	383	845
Andarax	***	ATH	Aguadulce	1993	108	238
Moon Spa Pto. Aguadulce	***	MOON	Aguadulce		60	132
Ohtels Fenix Family	****	OHTELS	Playa Serena	2004	199	439
Neptuno	Aparthotel****		Playa Serena	2002	233	514
Roc Golf Trinidad	***	ROC	Playa Serena	2013	377	832
Playalinda	****	SENATOR	Playa Serena	2002	130	287
Best Roquetas	****	BEST	Playa Serena	2002	496	1.095
Bahía Serena	Aparthotel****		Playa Serena	1992	242	535
Playacapricho	****	SENATOR	Playa Serena	1988	335	739
Mediterraneo Bay	****		Playa Serena	2016	367	810
Playasol Spa	****	SENATOR	Playa Serena	1976	313	690
Protur Roquetas	*****	PROTUR	Playa Serena	2004	294	649
Don Ángel	****		Roquetas	2010	159	351
Colonial Mar	****	ALEGRIA	Roquetas	2001	320	706
Diverhotel Nautilus	****	DIVERHOTELES	Urbanización	1987	183	403
Ohtels Roquetas	***	OHTELS	Urbanización	1980	167	369
ELE Roquetas	****	ATH	Urbanización	1990	149	329
Best Sabinal	****	BEST	Urbanización	1974	515	1.136
Zoraida Park	****	EVENIA	Zoraida	1974	460	1.015
Zoraide Garden	****	EVENIA	Zoraida	1990	342	756
FUENTE: Elaboración propia					<b>6.106</b>	<b>13.536</b>

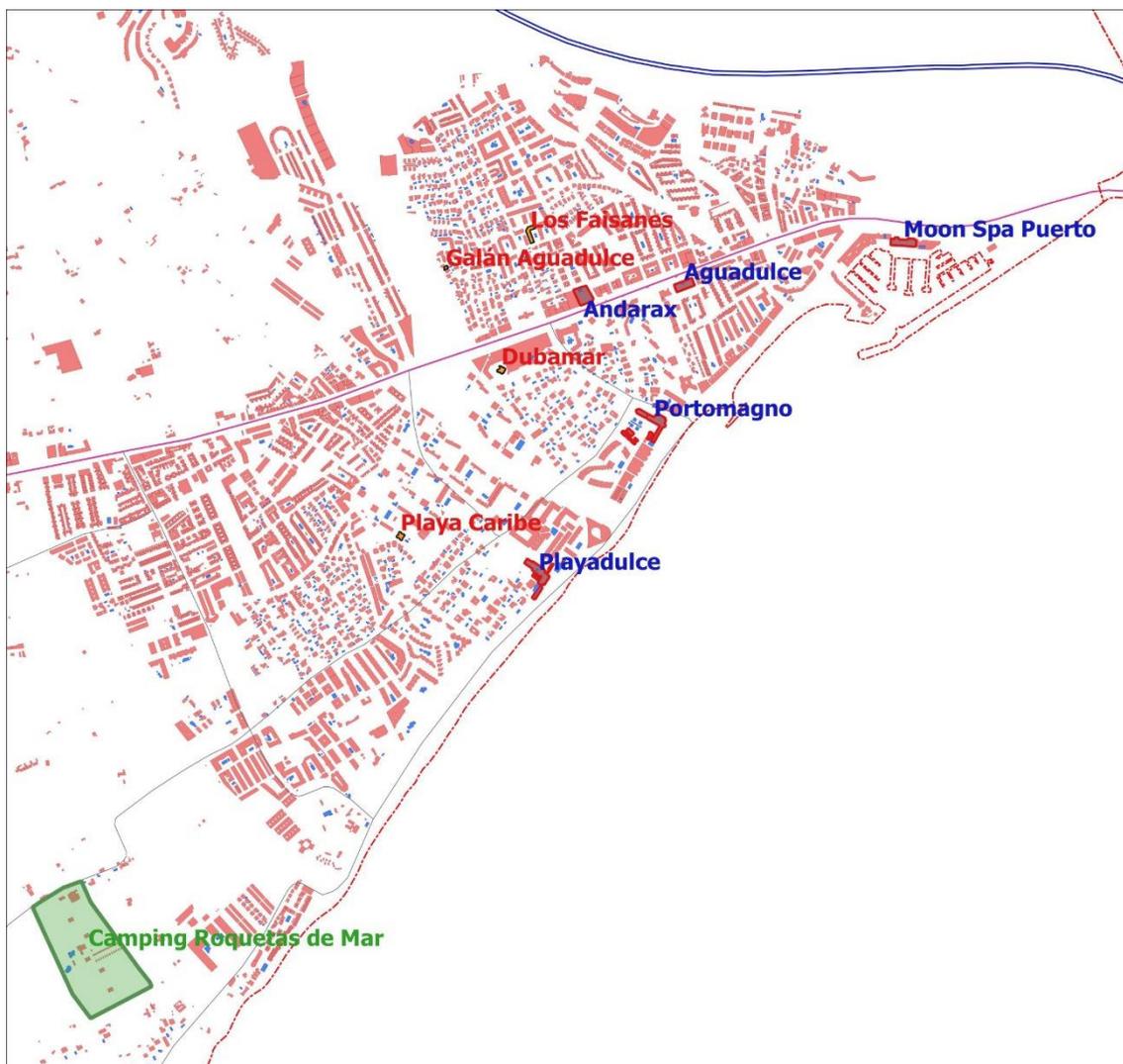
TABLA 6. Establecimientos hoteleros, en Roquetas de Mar.

Zona de Aguadulce.

La que fuera zona pionera del turismo en Roquetas de Mar mantiene establecimientos vinculados con esta actividad, tanto en la modalidad hotel como apartamento y camping. Sin embargo, como se ha señalado, el núcleo de Aguadulce, y su expansión en la zona de Campillo del Moro, van adquiriendo cada vez más un carácter residencial.

Su peso turístico relativo en el municipio es decreciente, por el auge de las bases turísticas situadas al sur del municipio (Urbanización, Playa Serena).

En la actualidad se ofertan en la localidad 1.881 plazas hoteleras, en cinco establecimientos, lo que supone el 13,9% del total municipal. La tipología hotelera es diversa. Dos hoteles de playa, en el antiguo CITN, otros dos junto a la Avenida Carlos III y uno situado en la marina del puerto.



MAPA 18. Alojamiento en Agudulce

### Zona de Roquetas de Mar

La incipiente dotación turística en torno al pueblo de Roquetas de Mar se sitúa junto a la playa de la Romanilla, en el ensanche del pueblo tradicional, a ambos lados de la desembocadura de la rambla del Cura. Es un emplazamiento prometedor, por la cercanía de equipamientos públicos y dotaciones privadas (Auditorio, Aquarium...), y, en todo caso, aporta equilibrio y diversificación a la actividad turística del municipio.

En la zona se ubican dos establecimientos hoteleros, que ofertan 1.057 plazas, lo que supone el 7,81% del total municipal. La oferta de apartamentos completa el panorama en la zona.

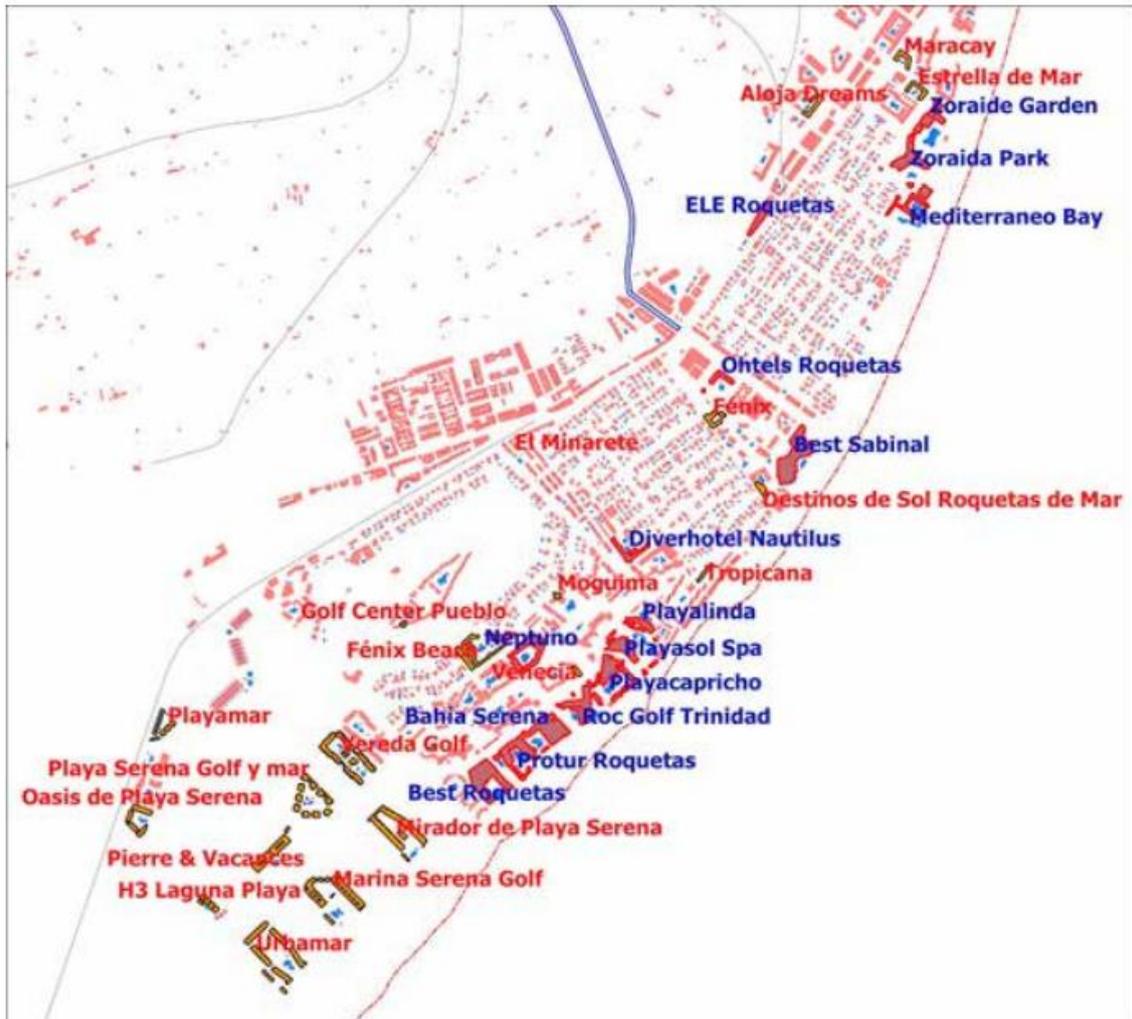


MAPA 19. Alojamiento en la localidad de Roquetas de Mar.

### Zona de la Urbanización y Playa Serena

Zona turística especializada del municipio. Se sitúa entre el Puerto de Roquetas de Mar y el Paraje y Reserva Natural Punta Entinas-Sabinar. La oferta hotelera de la zona suma 8.827 plazas, lo que supone prácticamente el 65,21% del total municipal. También se ubica aquí la máxima concentración de apartamentos turísticos.

La concentración aumenta hacia el sur. Es la zona de Playa Serena, y Playa Serena Sur donde, en torno al Campo de Golf de 18 hoyos, se concentra la oferta hotelera.



MAPA 20. Alojamiento en la zona Urbanización – Playa Serena

### 1.3.3. LA DEMANDA

El análisis del periodo 2007-2022 nos ofrece la imagen de un ciclo depresivo, correspondiente con la crisis económica, que dejó sentir sus efectos tanto en el mercado nacional como en los mercados emisores tradicionales. Las cifras de 2018 señalan la superación de ese ciclo, anotando cifras superiores a las de 2007. Aunque el sector turístico ha sufrido la crisis en menor medida que otros sectores de actividad, la disminución global de la renta disponible para el consumo en las familias de las zonas emisoras ha tenido un efecto de ralentización del mercado turístico. En 2019 se marca el techo de demanda, acercándose el dato anual a los 600.000 viajeros. En 2020 se produce el impacto de la COVID-19 y de las medidas de restricción de la movilidad adoptadas para el control de la pandemia. En 2021 apunta a una rápida recuperación, que se confirma en 2022, en la que se igualan las cifras de 2018.

Hay que tener en cuenta, como dato general, que la base turística de Roquetas de Mar está claramente enmarcada en un segmento de oferta de gran competitividad y concurrencia de numerosos mercados, tanto en el entorno mediterráneo como a nivel mundial. Circunstancias coyunturales, relacionadas con la geopolítica o con la percepción de seguridad del destino, influyen mucho en la decisión final del consumidor.

**ROQUETAS DE MAR**  
Evolución del número total de viajeros registrados  
en establecimientos hoteleros (2007-2022)



FUENTE: Encuesta de ocupación hotelera. INE

GRÁFICO 7. Número de viajeros registrados en Roquetas de Mar periodo 2007-2022

Si observamos los datos para este mismo periodo, pero con distribución mensual, vemos una pauta que no ha cambiado en el periodo, con un máximo veraniego, en torno al mes de agosto, y una punta secundaria variable en torno a Semana Santa, tras la que se produce una pequeña caída antes del inicio de la temporada estival.

La tendencia que se observa es de un acortamiento de la temporada (de hecho, se produce un cierre invernal de tres meses en los establecimientos desde 2013). Los principios de temporada registran menor número de viajeros que en 2007, mientras que en los meses centrales de temporada los últimos años superan las cifras de 2007.

Los datos posteriores a 2018 no permiten sacar muchas conclusiones sobre la pauta de distribución mensual, por la perturbación que ha producido en los ejercicios 2020 y 2021 la situación de la pandemia. No se incluyen en el gráfico por ese motivo. Sí se incluye el de 2022.

**ROQUETAS DE MAR**  
**Evolución del número total de viajeros registrados**  
**en establecimientos hoteleros (2007-2022)**

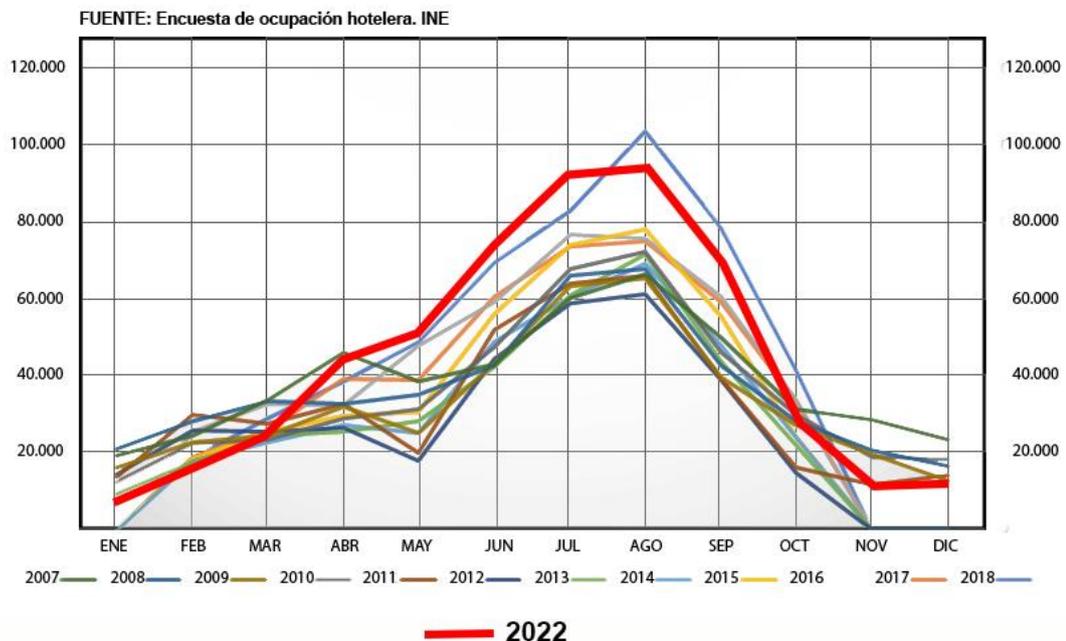
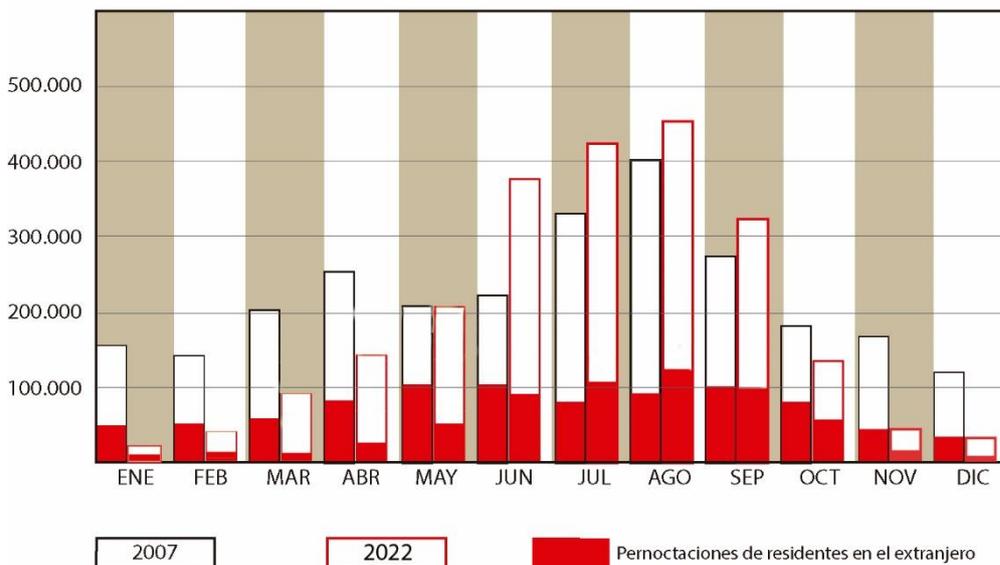


GRÁFICO 8. Número de viajeros registrados, por meses, en Roquetas de Mar periodo 2007-2022

Si analizamos el dato de pernoctaciones, vemos que en agosto se acercan a las 500.000, lo que técnicamente se puede considerar plena ocupación, si tenemos en cuenta que el total de plazas de alojamiento en todas las modalidades y categorías es de 22.661 (13.536 en hoteles, hostales y pensiones, 2.622 en apartamentos, 2.030 en camping). Eso daría una capacidad de 550.000 pernoctaciones al mes.

**NÚMERO TOTAL DE PERNOCTACIONES. COMPARATIVA 2007/2022**



FUENTE: Encuesta de ocupación hotelera. INE

GRÁFICO 9. Número total de pernoctaciones en Roquetas de Mar. Comparativa 2007/2022

La duración de la visita se sitúa en torno a 5 días de media en el año. Esta duración se reduce moderadamente en agosto, con 4,5 días de media de estancia. En el año 2007, la duración media de la visita era de 5,7 días de media al año. La reducción del tiempo de visita puede deberse a un menor porcentaje de los que contratan paquetes turísticos (de 7 días), respecto a los que contratan solo estancia (3 días media), en el contexto de fines de semana o puentes.

Según la procedencia de los visitantes, podemos observar un incremento de las pernoctaciones de residentes en el extranjero, que han pasado del 32,7% del total en 2007 al 37,74 %. Al principio y final de la temporada estival (meses de mayo, junio, septiembre y octubre), el número de españoles y extranjeros es

prácticamente idéntico. Los españoles, en cambio, son ampliamente mayoritarios en los meses de marzo y abril, además de julio y agosto.

Hay que hacer notar que el incremento de visitantes y pernoctaciones en punta (meses de julio y agosto) entre 2007 y 2018 coincide con el aumento de las que corresponden a extranjeros.

Con carácter general, puede concluirse que la demanda presente en el destino turístico Roquetas de Mar es cautiva de una disposición del sector presidido por el predominio de las empresas hoteleras, y con importantes carencias en otro tipo de operadores (servicios complementarios o avanzados, empresas de gestión de destino -DMC, Destination Management Companies-), que aportarían flexibilidad a los productos y servicios del destino, permitiendo la adaptación a nuevas demandas.

---

#### 1.3.4. NUEVAS FORMAS DE CONTRATACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Las empresas de gestión turística (operadores, mayoristas, agencias, plataformas de contratación) siempre se han situado en la vanguardia de la utilización de las tecnologías de información y comunicación.

Las tendencias más recientes, con un acceso masivo al uso de estas tecnologías por parte de los usuarios finales, han cambiado la configuración del contacto con el mercado turístico.

Los grandes operadores ofrecen plataformas de contratación on line para usuario final, que puede contratar paquetes completos o cada uno de sus componentes por separado. Esto genera una “imagen” que puede considerarse engañosa: la de la innecesariedad de mediadores entre el cliente y el proveedor de servicios. De hecho, para la gran contratación, los mediadores no solo siguen siendo imprescindibles, sino que han utilizado el acceso a los flujos de información para reforzar y diversificar su posición en el negocio.

Las características del destino son determinantes para comprender el tipo de comercialización que opera en cada uno de ellos. El destino de Roquetas de Mar se caracteriza, como se ha señalado, por el protagonismo de grandes cadenas hoteleras con establecimientos de gran tamaño, que requieren contratar con mayoristas una parte significativa de su oferta.

Además de la oferta convencional, en establecimientos turísticos reglados, hay que señalar el creciente número de viviendas o apartamentos que pueden contratarse a través de distintas plataformas on-line, o mediante fórmulas de intercambio de viviendas durante los periodos vacacionales. Aunque no se dispone de estadísticas fiables en torno a la importancia de estas formas no convencionales de oferta, es evidente que suponen una alternativa cada vez más frecuentada por usuarios que contratan directamente sus servicios turísticos o vacacionales.

Es interesante seguir el impacto en consumo turístico de estas formas alternativas de alojamiento, puesto que es previsible que su perfil sea complementario al usuario que contrata paquetes turísticos basados en estancia hotelera, y que pueda introducir interesantes efectos de estímulo en el comercio local y en los servicios turísticos complementarios o avanzados.

---

### 1.3.5. PRODUCTOS Y SERVICIOS

#### ◉ Alojamiento

De una manera muy mayoritaria, se ofrece por parte de hoteles de gran tamaño, pertenecientes a cadenas hoteleras nacionales e internacionales. En los últimos años, hay una mayor proliferación de apartamentos, en general agrupados también en conjuntos de gran tamaño, con diferente vinculación a grupos hoteleros y de promoción inmobiliaria.

El desarrollo de una planta hotelera de este tamaño en un destino de enclave, caracterizado por la debilidad de los productos turísticos complementarios, ha obligado a estos centros hoteleros a convertirse también en gestores de actividades, para ofrecer a sus clientes una experiencia de destino más rica (la vinculación del grupo SENATOR con el espacio temático Oasys Mini Hollywood es el ejemplo más destacado).

También produce un efecto de rigidez de la demanda, por la necesidad de estos grandes centros hoteleros de gestionar la contratación turística con mayoristas.

#### ◉ Restauración

En un alto porcentaje, es ofrecido dentro del recinto hotelero, e integrado en las distintas modalidades de paquete turístico. La mayoría de los hoteles cuenta con varios restaurantes, con distintas orientaciones.

En torno a los establecimientos hoteleros, y especialmente en las zonas donde estos alcanzan una mayor concentración, como Playa Serena, se despliega una oferta de restauración claramente orientada a la captación de huéspedes de los hoteles. En el resto del municipio, la oferta de restauración se dirige a la población estable o vacacional, aunque se beneficia también de la presencia del contingente turístico de base hotelera. En Roquetas de Mar hay una plaza en restaurante por cada 14 habitantes, mientras que en Andalucía el índice es de 1/15,8 y en el conjunto de la provincia de Almería, de 1/16. Más significativo es compararlo con el índice de Marbella, con una plaza en restaurante por cada 4,6 habitantes. Podemos concluir que el impacto del turismo en la oferta de restauración en Roquetas de Mar existe, pero de una forma moderada.

#### ● Hostelería no hotelera

De una forma paralela a lo analizado en el apartado de restauración, la oferta de bares y cafeterías puede analizarse en función de su orientación turística, vacacional, o hacia la población residencial. Las decisiones empresariales de localización permiten deducir estas orientaciones preferentes.

En torno a las bases hoteleras, en especial de la Urbanización y Playa Serena, los establecimientos priman la prestación de servicios a la población turística (alojada en hoteles, apartamentos o residencia vacacional). Su funcionamiento hereda la estacionalidad creciente de estas bases hoteleras.

En las zonas vacacionales-residenciales, como Aguadulce, estos servicios se diversifican y adoptan diferentes orientaciones, aunque lo que prima es el aprovechamiento de los distintos segmentos de demanda presentes.

En las zonas residenciales (núcleos de Roquetas de Mar y El Parador), la oferta de servicios adquiere un carácter más convencional, y se dimensiona en función del umbral de demanda local.

#### ● Servicios complementarios y de ocio

Por las características del destino, gran parte de estos servicios se ofertan desde los propios establecimientos hoteleros, por sus propios medios o mediante acuerdos con proveedores locales.

En general, se aprecia una debilidad de estos servicios, que son vitales para el disfrute de una buena experiencia por parte del visitante.

El tamaño de las empresas proveedoras, y un nivel de profesionalización mejorable, dificultan su posicionamiento y la contratación con grandes clientes.

Es destacable la contribución que vienen haciendo centros públicos y privados (Auditorio, Club de Golf Playa Serena, Aquarium...) en el vigor de la oferta de servicios culturales, deportivos y de ocio. Pero persisten problemas de conexión con la demanda, en el contexto de un mercado local múltiple, complejo, y, en gran medida, en consolidación.

### ● Servicios avanzados

Hay que anotar una gran debilidad de servicios avanzados. Pueden considerarse tales las empresas de gestión que tienen como finalidad la generación de producto, buscando la conexión entre la oferta y la demanda, comercializando de una forma integrada servicios que se presentan en el mercado de una forma desagregada.

El paradigma de empresa de servicios avanzados en el entorno turístico son las Empresas de Gestión de Destino (DMC, por sus siglas en inglés). A partir de la gestión avanzada de flujos de información, permiten ofrecer al usuario acceso a diferentes servicios, y a las empresas proveedoras de estos servicios, contacto con la demanda.

Estas DMC, en tanto que permiten la conexión entre factores, funcionan como generadoras de mercado, y son características de destinos eficientes, dinámicos y de vanguardia.

El análisis riguroso de las condiciones de partida es imprescindible para intervenir facilitando la creación y desarrollo de estas DMC. En principio, su mayor dificultad en el caso de Roquetas es la asimetría entre el tamaño, lógica y capacidad de las empresas hoteleras con respecto al resto de suministradores de servicio.

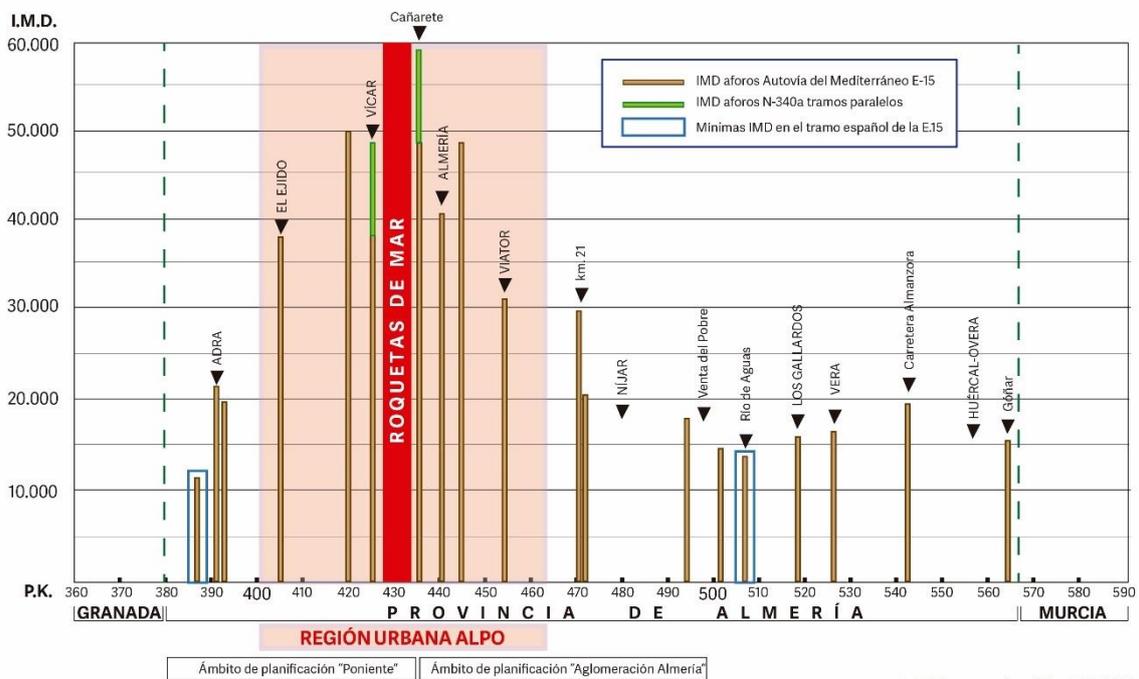
○ Transportes y movilidad

Transporte por carretera

El municipio de Roquetas de Mar se comunica con el exterior a través de la A-7 (E-15) o Autovía del Mediterráneo. Esta infraestructura de gran capacidad articula la región urbana Almería-Poniente, en el tramo entre El Ejido y Viator.

Roquetas de Mar ocupa un lugar central en esa región urbana, que tiene un fuerte gradiente de densidad demográfica, decreciente en sentido este-oeste.

IMD EN EL TRAMO DE LA A-7 (E-15) EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA



DATOS: mapas de tráfico DGT 2018

El transporte por carretera es protagonista absoluto de la movilidad interna del municipio y de su relación con el exterior. Los terminales ferroviarios, aéreos y portuarios se sitúan en el vecino municipio de Almería.

Conexión por carretera			
<b>Madrid</b>	565 km	<b>Barcelona</b>	810 km
<b>Sevilla</b>	387 km	<b>Valencia</b>	450 km
<b>Málaga</b>	209 km	<b>Bilbao</b>	957 km
<b>Granada</b>	161 km	<b>Murcia</b>	225 km

FUENTE: Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería.

### 1.3.6. CREACIÓN DE EMPLEO ESTABLE Y DE CALIDAD Y CORRECCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

El turismo a menudo se concentra en áreas específicas, lo que puede generar una mayor competencia por empleos en dichas áreas y hacer que los salarios sean más bajos.

Además, la naturaleza del trabajo en el sector turístico a menudo implica trabajar en horarios irregulares y fines de semana, lo que puede afectar la calidad de vida de los trabajadores.

En ocasiones, la falta de capacitación y formación adecuada en el personal turístico puede dar lugar a una baja calidad en la prestación del servicio, lo que puede afectar la percepción del turista y, por lo tanto, la competitividad del destino. Además, esta falta de cualificación puede limitar las oportunidades de empleo estable y bien remunerado, ya que los empleadores pueden tener dificultades para encontrar candidatos con las habilidades necesarias para desempeñar los trabajos de manera efectiva.

Por tanto, la falta de cualificación de los profesionales del sector turístico puede formar parte de una debilidad para la creación de empleo estable y de calidad, ya que puede contribuir a una baja calidad del servicio y a una menor competitividad del destino, lo que a su vez puede afectar a la demanda y, en última instancia, a la creación de empleo en el sector.

En cuanto a las correcciones de las desigualdades existentes entre mujeres y hombres dentro del sector turístico, existe una falta de políticas específicas para fomentar la igualdad de género en la formación y en la contratación de personal en el sector turístico, pudiendo dificultar el acceso de las mujeres a empleos bien remunerados y a puestos de liderazgo en este sector.

#### 1.4. ANÁLISIS DE COYUNTURA TURÍSTICA

Los ejercicios turísticos de 2020 y 2021 han estado marcados por la convivencia de la actividad con las incidencias y restricciones propias del periodo de pandemia COVID-19.

El ejercicio de 2022 ha supuesto una completa recuperación de las cifras de negocio turístico en nuestro país, tras una superación de la fase aguda de la pandemia y el restablecimiento de la confianza en la seguridad de los desplazamientos. Las perspectivas de recuperación se mantienen, a pesar de la incertidumbre provocada por la inestabilidad geopolítica en el continente europeo. En las distintas fases y olas de este dilatado período, se han podido constatar algunos rasgos de interés:

- la demanda turística es persistente, a pesar de las restricciones de movilidad y del impacto que ha tenido la contracción económica general sobre la disposición al consumo de las familias. Esto nos informa del arraigo cultural de la experiencia turística y vacacional.
- Si bien la situación ha afectado a todos los agentes de la cadena turística, la depresión coyuntural de la demanda ha tenido un impacto diferente en los distintos operadores turísticos, según su lógica, su tamaño y su estructura de capitalización. También ha afectado de forma diferente a los distintos “distritos”, zonas o destinos.
- Roquetas de Mar puede considerarse un destino maduro, de especialización hotelera y con un sector de servicios complementarios atomizado, y muy dependiente del flujo de demanda atraído por la planta hotelera. Estos rasgos, y su orientación estival, característica de los destinos de sol y playa, han generado problemas de tipo “on/off”, relacionados con los costes de cierre y apertura de los grandes establecimientos hoteleros.
- La anomalía de estos ejercicios ha producido comportamientos no convencionales, como la apertura de algunos establecimientos durante el mes de diciembre, mes habitualmente de cierre, con resultados muy discretos, lo que nos indica las dificultades para funcionar fuera de la estación estival.

- El balance global a nivel nacional ha puesto de manifiesto la dependencia de nuestra economía de las actividades turísticas, que se ha medido en el diferencial de impacto de la contracción de la economía española respecto a otros países de nuestro entorno.

A las perturbaciones propias de este periodo pandémico, se une la inestabilidad geopolítica en el continente europeo, cuyo alcance y consecuencias es prematuro aquí anticipar.

Ante un escenario de incertidumbre como el que nos encontramos, resulta evidente que la orientación general de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades apunta en la mejor dirección posible: el reforzamiento de los recursos generadores, su más eficaz conversión en producto turístico, la integración de las aspiraciones de calidad turística en la calidad general de los territorios afectados, la complicitad social con las iniciativas turísticas y la mejor gobernanza público-privada de las circunstancias de mercado turístico son elementos estratégicos necesarios en todo momento, y especialmente importantes en estos momentos de dificultad.

## 1.5. NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

Un mercado como el turístico, donde el usuario busca vivir una experiencia significativa, está, mucho más que ningún otro mercado de servicios, sometido a continuos cambios en la demanda, en el marco de configuración del mercado, y en la propia generación de los productos.

Estas nuevas tendencias están motivadas por cambios económicos globales y locales, por cambios demográficos, por el impacto de las nuevas tecnologías, por una creciente segmentación, que obliga a personalizar la oferta de productos y servicios turísticos, y, sobre todo, por cambios culturales, que son los que más afectan a las decisiones de contratación turística o de viaje.

### 1.5.1. CAMBIOS ECONÓMICOS GLOBALES

Desde principios del siglo XXI, se ha identificado a un grupo de países de economías emergentes, formado por Brasil, Rusia, India y China (grupo conocido como BRIC). Más tarde, se ha incorporado a este grupo Sudáfrica, por lo que este grupo de países pasó a ser conocido como BRICS.

La característica común de estos países es su elevada población. Entre todos suman cerca de 3.000 millones de habitantes, aunque muy concentrados en India y China. Lo interesante de los procesos socioeconómicos en estos países es que su continuado crecimiento está permitiendo el surgimiento y consolidación de amplias capas de clase media, con disposición de incorporarse a la demanda turística internacional.

Esta incorporación al consumo turístico se percibe como una oportunidad de negocio para los grandes operadores internacionales, así como para los gobiernos nacionales, dentro de su acción comercial y diplomática. En todo caso, es un buen ejemplo del dinamismo de los mercados emisores, dinamismo que puede apreciarse a todas las escalas.

Junto a estos cambios en la configuración del mercado, hay que constatar la creciente volatilidad de los factores que intervienen en la configuración del precio de productos y servicios. Esta volatilidad creciente es consecuencia de la interconexión de los procesos económicos a escala global. El impacto de las perturbaciones que solían tener una escala regional se convierte en global por la integración de los factores económicos.

Una muestra muy elocuente de esta volatilidad la vivimos como consecuencia de la guerra en Ucrania. La relevante posición de Rusia en el mercado de materias primas energéticas, y las sanciones establecidas para censurar la agresión rusa en territorio ucraniano han producido una significativa alza de precios en combustibles, materias primas y todas las fases de los procesos productivos y logísticos. La consecuencia inevitable ha sido un aumento de la inflación en los países occidentales, principales emisores de nuestro flujo turístico. Para controlar esta inflación, las autoridades monetarias han venido estableciendo sucesivos aumentos en los tipos de interés, lo que supone una dificultad añadida para la economía global.

Estas dificultades, inevitablemente, afectan a las economías familiares y a sus decisiones de gasto/ahorro. Aunque los datos más recientes apuntan a una recuperación tras la crisis de la COVID, a pesar de este escenario de dificultades internacionales, hay que destacar por encima de todo la fragilidad y volatilidad de las condiciones de mercado. Esto supone un reto que pondrá a prueba la capacidad de resiliencia de todos los sectores económicos, incluido el turístico.

### 1.5.2. CAMBIOS DEMOGRÁFICOS

Nuevas conductas en torno a la natalidad, y un aumento de la expectativa de vida sin precedentes están modificando la estructura demográfica de la Unión Europea, lo que afecta directamente a nuestros mercados emisores (tanto de España, como del resto de los países miembros). Este envejecimiento de la población tiene una primera consecuencia, y es el gran número de personas mayores liberados de obligaciones laborales o profesionales, con disponibilidad económica y temporal para el viaje y la experiencia turística.

En el otro extremo de la “pirámide” demográfica, la generación de los “millennials” se incorpora también al mercado turístico, pero con un perfil de demanda muy distinto al cliente tradicional. Son nativos digitales, muy viajeros, autónomos a la hora de contratar productos y servicios turísticos, exigentes, buscan experiencias auténticas, tienen un alto aprecio por la sostenibilidad y la equidad, mantienen una relación intensa con las redes sociales, en las que se apoyan para sus decisiones de viaje y consumo turístico. También son prescriptores, interesados en la gastronomía y en las culturas locales, y valoran mucho la salud y el bienestar, tanto físico como mental. Están perfectamente adaptados a las novedades tecnológicas, que usan intensamente, en especial todas las aplicaciones referidas a virtualidad o realidad aumentada, que potencian la experiencia turística.

Entre ambos extremos, se sitúa el núcleo de lo que podemos denominar “turismo familiar”, aunque hay que advertir que la tipología de familia se ha diversificado profundamente en las últimas décadas, presentando rasgos de demanda que hay que integrar tanto dentro de la oferta turística, como de servicios en general.

Cada vez es más frecuente lo que se conoce como “sólo travellers”, viajeros solitarios, que aprecian especialmente la oportunidad de sociabilidad que les ofrece el viaje o la experiencia turística.

### 1.5.3. CAMBIOS MOTIVADOS POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

El Internet de las cosas, el 5G o las aplicaciones P2P (peer to peer), son exponentes de profundos cambios tecnológicos que afectan a la vida cotidiana, y, también, a la experiencia turística. Algunos autores hablan de la “digitalización del turismo”, llamando la atención de la masiva y sistemática presencia de los flujos de información digital en todos los tramos o aspectos de la actividad turística, tanto por parte de los profesionales como de los usuarios.

Los gestores de producto turístico no habían tenido nunca tanta posibilidad de feed back (eco o información del grado de satisfacción del usuario). Esto permite desarrollar experiencias muy positivas con herramientas de marketing o comunicación, y producir un ajuste efectivo del producto a la demanda.

Por otra parte, el auge de la denominada “economía colaborativa, compartida, o de intercambio” (los términos son frecuentemente cuestionados), que implica transacciones en línea, afecta de una forma determinante a las decisiones de viaje (tanto del desplazamiento como del alojamiento o estancia).

Todos estos cambios exigirán una alta flexibilidad a los gestores de destinos turísticos maduros, como el de Roquetas de Mar, y pondrán a prueba la capacidad de adaptación de sus estructuras a nuevas formas de demanda.

#### 1.5.4. CAMBIOS EN LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS

Se están haciendo patentes con la incorporación de nuevas generaciones al mercado turístico. Desde hace unos años, se viene usando la expresión “viaje experiencial”, para referirse a las nuevas aspiraciones de viajeros y turistas, a la búsqueda de experiencias singulares y significativas. Esta expresión está siendo sustituida por la de “viaje transformador”, que define mejor las aspiraciones de los viajeros más jóvenes.

Cada vez más se demanda que el hotel sea el centro del viaje, y que funcione como concentrador de oferta de servicios singulares, de ocio y culturales. La gestión de la agenda de actividades de los visitantes formará parte creciente de las tareas de generación de producto.

Un gran número de nuevas motivaciones caracterizan la nueva demanda turística, lo que produce una gran segmentación, con una aspiración de personalización del producto y la experiencia. Gastronomía, compras, deporte, wellness, relax, eventos, aventura o naturaleza forman parte de esas nuevas motivaciones.

El usuario exige cada vez más que la industria turística se comprometa con los objetivos de sostenibilidad, y aprecia todos los esfuerzos que se hacen en esa dirección. La reducción del impacto negativo de la industria turística en el medio ambiente y en la población local, la reducción de la huella de carbono o los compromisos de responsabilidad social corporativa de las empresas son aspectos muy valorados por los usuarios.

Los “gurús” del negocio turístico coinciden en señalar cinco tendencias como las características de esta y las próximas temporadas:

- Viaje transformador (Deep experience)
- Incorporación de realidad virtual/aumentada a la experiencia de viaje
- Hotel como hub o centro de actividad
- Experiencias gastronómicas (foodies)
- Innovaciones y gadgets tecnológicos en la gestión de los espacios hoteleros.

## 2. NECESIDADES Y OBJETIVOS BÁSICOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD, DEFINICIÓN DEL MODELO CON LAS ORIENTACIONES ESTRATÉGICAS GENERALES

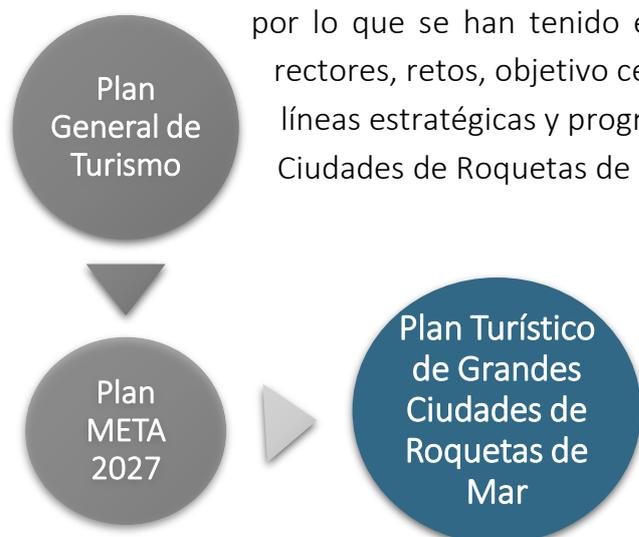
### 2.1 ADECUACIÓN A LAS ESPECIFICACIONES Y DIRECTRICES QUE SE CONTEMPLAN EN EL PLAN META 2027

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar ha tenido en cuenta en su propuesta el marco de la planificación turística de Andalucía.

La Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía prevé una serie de instrumentos de planificación y ordenación de los recursos turísticos, entre los que destaca el Plan General del Turismo.

Este Plan se configura como la estrategia para lograr el desarrollo turístico sostenible de Andalucía, constituyendo el instrumento básico y esencial en la ordenación de sus recursos turísticos, de forma que cualquier otro instrumento de planificación que se desarrolle en materia de turismo deberá ajustarse a las especificaciones y directrices que se contemplen en el mismo.

En este sentido, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, META 2027 (a partir de ahora, Plan META 2027) por su naturaleza integradora, actúa como eje vertebrador e instrumento básico y esencial en la ordenación de los recursos turísticos para todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma, por lo que se han tenido en cuenta y asumido, sus principios rectores, retos, objetivo central y objetivos generales, así como líneas estratégicas y programas en el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar.



Por tanto, el PTGC de Roquetas de Mar establece como **objetivos generales**:

- a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos
- b) La adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal
- c) El aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad
- d) La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos
- e) La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística
- f) El fortalecimiento de la competitividad del sector turístico.

Para cumplir con los objetivos marcados según el Decreto 146/2016 de 30 de agosto, por el que regulan los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan y tras haber realizado el diagnóstico de la situación turística de la ciudad se han definido los 4 Ejes Estratégicos que marcarán el desarrollo del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar.

- **Eje Estratégico 1:** Desarrollar un modelo de Turismo Territorial Sostenible.
- **Eje Estratégico 2:** Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad.
- **Eje Estratégico 3:** Impulsar y desarrollar una gestión turística integral e inteligente que contribuya a la mejora del posicionamiento turístico.
- **Eje Estratégico 4:** Mejorar la Calidad Turística Territorial enfocada hacia la mejora continua.
- **Eje transversal:** Fomentar la Cohesión Institucional y la participación Social



## EJE ESTRATÉGICO 1: Desarrollar un modelo de Turismo Territorial Sostenible

El desarrollo del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar apuesta por un modelo de Turismo Territorial Sostenible que favorezca las buenas prácticas, la gestión sostenible y nuevas políticas desde un enfoque **urbanístico y territorial**.

Como se ha descrito en el apartado de diagnóstico, Roquetas de Mar ha sufrido una **intensa transformación del modelo territorial**. Es fundamental fomentar el cambio hacia una nueva política y cultura de gestión basada en la sostenibilidad de los procesos territoriales, que implique tanto a instituciones privadas como públicas.

Además, este eje estratégico distingue tres tipos de mejora: mejora de la sostenibilidad ambiental, mejora de la sostenibilidad económica y mejora de la sostenibilidad social.

## EJE ESTRATÉGICO 2: Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad.

La estacionalidad es uno de los desafíos a ser superado con el desarrollo y puesta en marcha del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar.

Con el objetivo de minimizar los impactos negativos de este fenómeno se apuesta por un eje estratégico que favorezca la **diversificación de propuestas turísticas**. Cuanto mayor sea el número de actividades y experiencias que se puedan disfrutar en destino, más posibilidades hay de que las llegadas y las visitas se repartan durante el resto del año. Es necesario impulsar acciones que permitan aprovechar sinergias entre los diferentes sectores productivos, y adquirir globalmente compromisos de calidad que permitan una convivencia no conflictiva entre ellos.

Además de aumentar la diversidad de la oferta turística, se llevarán a cabo iniciativas que permitan la búsqueda de nichos menos estacionales como puede ser el Turismo Internacional de Negocios (MICE), el Turismo de Golf y el Turismo Gastronómico, entre otros. Estos nichos tienen gran capacidad de cualificación. Es decir, de añadir valor al destino.

## EJE ESTRATÉGICO 3: Impulsar y desarrollar una gestión turística integral e inteligente que contribuya a la mejora del posicionamiento turístico

Los destinos turísticos inteligentes se están consolidando progresivamente como enfoque de gestión en España.

La inteligencia requiere de una visión integral y sistémica del destino turístico, de sus actores e interrelaciones para lograr una transformación en la gestión de los espacios turísticos.

En la actualidad, la gestión de destinos turísticos está experimentando una transformación significativa debido al impacto de las tecnologías de la información y comunicación, así como a la participación de los diferentes actores involucrados. Estos avances tecnológicos y la colaboración conjunta están desempeñando un papel fundamental en la evolución de la forma en que se gestionan y promocionan los destinos turísticos.

Por un lado, las tecnologías de la información y comunicación han revolucionado la forma en que interactuamos y accedemos a la información. En el contexto turístico, esto ha llevado a la aparición de plataformas digitales, aplicaciones móviles, sitios web y redes sociales, que permiten a los viajeros buscar y reservar alojamiento, obtener información sobre atracciones turísticas, leer reseñas de otros usuarios, y compartir sus propias experiencias de viaje. Además, las tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, realidad virtual y aumentada, y el internet de las cosas están empezando a tener un impacto significativo en la forma en que los destinos turísticos se promocionan y brindan servicios a los visitantes.

Y, por otro lado, la participación de los diferentes actores involucrados en la gestión de destinos turísticos también ha evolucionado. Anteriormente, la toma de decisiones estaba centralizada en organismos gubernamentales y empresas turísticas tradicionales. Sin embargo, en la actualidad, hay una mayor participación de la comunidad local, organizaciones no gubernamentales, empresas turísticas innovadoras y los propios visitantes. Esto se traduce en un enfoque más colaborativo y participativo en la planificación y gestión de destinos turísticos, donde se valoran las opiniones y aportes de diversos actores para mejorar la sostenibilidad, la experiencia del visitante y el beneficio para la comunidad local.

Los nuevos visitantes digitales han evolucionado a visitantes 'inteligentes'. Utilizan las nuevas tecnologías para planificar y disfrutar de viajes y visitas, intercambian datos, interactúan y co-crean experiencias.

El posicionamiento es un intento deliberado de comparecer en el mercado aprovechando las fortalezas, y poniéndolas en valor.

Este Eje Estratégico es fundamental para que Roquetas de Mar pueda posicionarse dentro de un contexto competitivo adaptando la oferta a las necesidades del nuevo viajero y ofrecer al turista una oferta mucho más afín a sus necesidades e inquietudes.

#### **EJE ESTRATÉGICO 4: Mejora de la Calidad Turística Territorial enfocada hacia la mejora continua.**

De acuerdo con el postulado de que no es posible la calidad turística si no es en el marco de una calidad territorial general, este Eje Estratégico responde a la necesidad de poner en marcha iniciativas que permitan avanzar en la mejora de la calidad de los productos y servicios turísticos que ofrece Roquetas de Mar (mejora del espacio público y del equipamiento, ordenación de la movilidad y el transporte, promover el disfrute del paisaje, etc.).

La mejora del nivel de la oferta del destino y de la actividad turística en todas sus áreas va a permitir una mayor satisfacción de la demanda nacional e internacional haciendo de Roquetas un destino cada vez más competitivo y alineado con las exigencias de mayor calidad por parte de los turistas.

Es clave fomentar la cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en el compromiso de todos los actores en la renovación de los métodos de gestión y producción.

## EJE ESTRATÉGICO TRANSVERSAL: Fomentar la Cohesión Institucional y la Participación Social

Todos los contenidos del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas están orientados al fomento de la cohesión Institucional y la Participación Social.

Estos Ejes Estratégicos están directamente vinculados con las Líneas Estratégicas del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027.

EJES ESTRATÉGICOS PTGC ROQUETAS DE MAR	LÍNEAS ESTRATÉGICAS PLAN META 2027
Eje Estratégico 1: Desarrollar un modelo de Turismo Territorial Sostenible	L.E.2. Gestión de la Sostenibilidad Global.
Eje Estratégico 2: Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad.	L.E.5. Estrategias desestacionalizadoras.
Eje Estratégico 3: Impulsar y desarrollar una gestión turística integral e inteligente que contribuya a la mejora del posicionamiento turístico.	L.E.6. Optimización en el Marketing Turístico. L.E.3. Modelo de competitividad integral turística.
Eje Estratégico 4: Mejora de la Calidad Turística Territorial enfocada hacia la mejora continua.	L.E.3. Modelo de competitividad integral turística. L.E.4. Calidad como el Eje Transversal.
Eje Estratégico transversal: Fomentar la Cohesión Institucional y la Participación Social	L.E.1. Nuevo modelo de Gobernanza. L.E.4. Calidad como el Eje Transversal.

## 2.2. COHERENCIA ESTRATÉGICA

### 2.2.1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y OBJETIVOS: DAFO Y CAME

#### DEBILIDADES a CORREGIR

**D1 Un destino turístico maduro (rigidez)**

- C1 Acciones de cualificación y diversificación

**D2 Excesiva dependencia de la planta hotelera. Estacionalidad.**

- C2 Promoción de sistemas alternativos de alojamiento. Empaquetamiento de “experiencias”

**D3 Una población desvinculada de la identidad local**

- C3 Acciones de dinamización de la historia y cultura locales

**D4 El territorio no aporta valor a la experiencia turística**

- C4. Diseño de estrategias de integración territorial y aportación de los sectores económicos a la experiencia turística

**D5 Una identidad pesquera y salinera debilitada**

- C5 Apoyo a las acciones del Grupo de Desarrollo Pesquero. Nueva Lonja. Adecuación para la visita.

**D6 Un sector agrario potente, de espaldas a las actividades turísticas**

- C6 Estímulos para adecuación de fincas y centros de contratación a la visita turística

**D7 Ausencia de operadores de mercado (DMC)**

- C7 Acciones de formación de emprendedores en Servicios de Gestión de Destino

**D8 Debilidad de los sistemas de transporte público**

- C8 Acciones con el Consorcio Metropolitano de Transporte para el reconocimiento de la demanda turística de movilidad en transporte público.

**D9 Bajo volumen y frecuencia de vuelos domésticos e internacionales**

- C9 Explorar las posibilidades de incrementar el número de conexiones aéreas nacionales e internacionales

**D10 Atomización y poca organización de la oferta complementaria**

- C10 Potenciar la innovación en oferta complementaria. Creación de espacios de colaboración entre empresas de oferta complementaria.

**D11. Falta de empleo estable y de calidad**

- C11 Mejorar las competencias profesionales del sector turístico por medio de la formación.

**D.12. Desigualdades existentes entre mujeres y hombres dentro del sector turístico**

- C12 Fomentar políticas específicas de igualdad de género en la formación y en la contratación de personal en el sector turístico

### AMENAZAS A AFRONTAR

#### A1 Un entorno de mercado cambiante

- A1/A2 Introducir elementos de flexibilidad en la oferta. Creación de espacios de colaboración entre la planta hotelera y la oferta complementaria.

#### A2 Un contexto económico marcado por la incertidumbre

#### A3 Cambios en los perfiles de demanda

- A3 Acciones de formación de emprendedores orientadas a la identificación de nuevos perfiles de demanda

#### A4 Problemas de posicionamiento y de visibilidad de la oferta diferencial

- A4 Potenciar las acciones de promoción y posicionamiento haciendo énfasis en los elementos diferenciales de la oferta almeriense y roquera

#### A5 Creciente exigencia de calidad territorial

- A5 Integrar la política turística municipal con el resto de las áreas de gestión del Ayuntamiento en un proyecto estratégico de cualificación urbana

#### A6 Entorno de oferta cada vez más competitivo en el segmento de Roquetas de Mar

- A6 Integrar valores y recursos de la provincia en la oferta de Roquetas de Mar
- A6b Diversificar los elementos de atracción del municipio

#### A7 Entorno decisional desagregado

- A7 Promover espacios de coordinación y orientación estratégica entre las distintas Administraciones Públicas y con los agentes privados

#### A8 Falta de complicitad social con los objetivos de cualificación turística

- A8 Promoción de espacios de participación social en torno a los objetivos de turismo sostenible

## FORTALEZAS A MANTENER

### F1 La identidad territorial como factor de recapitalización turística

- M1 Actuaciones de fomento de la identidad local y de inserción de la hospitalidad cultural en la oferta turística

### F2 Una marca vigorosa y asentada

### F3 Tradición de colaboración público/privada

- M3 Potenciar la colaboración pública/privada en torno a los objetivos de Turismo Sostenible y las estrategias del PTGC

### F4 Experiencia profesional de los gestores de la oferta hotelera

- M4 Favorecer la colaboración entre los gestores hoteleros y los empresarios de oferta complementaria

### F5 Gran cantidad de recursos turísticos y elementos de atracción en el contexto provincial

- M5 Integrar los valores del espacio provincial en la oferta turística del municipio. Hacer valer el papel de principal base hotelera de la provincia.

### F6 Una potente personalidad geográfica, basada en la singularidad del entorno mediterráneo árido y el valor de las culturas territoriales que se adaptan a él

- M6 Integrar los elementos de cultura popular (gastronomía, arquitecturas rurales, manifestaciones lúdicas y folclóricas, formas de flamenco de levante...) en la oferta turística provincial y local

### F7 El crecimiento de la población local crea un mercado de servicios cualificados

- M7 Integrar los servicios turísticos avanzados en el proceso de maduración de un sector de servicios profesionales adecuado al tamaño de la población

## OPORTUNIDADES A EXPLOTAR

### O1 Una sociedad multicultural

- E1 Promover la imagen del municipio como lugar de tolerancia e integración en torno a proyectos de cualificación

### O2 Un municipio en el epicentro de las transformaciones territoriales

- E2 Potenciar el papel del municipio como lugar donde explicar la gran transformación territorial de la provincia

### O3 La terciarización, la digitalización y la transición energética: el escenario en el que debe evolucionar el sector turístico del municipio

- E3 Organizar acciones de formación y dinamización a los distintos sectores sociales para adaptarse a las oportunidades de la digitalización y la transición energética en el ámbito turístico

### O4 El paisaje como elemento de experiencia cultural y de cohesión social

- E4 Potenciar el concepto de hospitalidad cultural a través del paisaje urbano y la comunicación de los significados del patrimonio local. Establecer una red de espacios de significado.

### O5 La cualificación ambiental, patrimonial y social como proyecto estratégico

- E5 Impulsar el desarrollo de procesos estratégicos participativos hacia la cualificación y la sostenibilidad territorial

### O6 El papel de Roquetas de Mar en la región urbana Almería-Poniente

- E6 Hacer valer la centralidad de Roquetas de Mar en la región urbana Almería-Poniente, con una estrategia de equipamientos cualificados. Liderar una nueva estrategia de movilidad y transporte en esa región urbana

### O7 Liderazgo turístico de la provincia

- E7 Acuerdos con entidades de gestión empresarial (Cámara de Comercio, ASEMPAL...) y del conocimiento (UAL, Centros de Formación Turística) para afianzar el liderazgo turístico del municipio

## 2.2.2. COHERENCIA ESTRATÉGICA DEL ANÁLISIS- DIAGNÓSTICO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN

Una vez identificadas las áreas de mejora crítica, es posible relacionar y evaluar las diferentes fuentes de mejora de forma coherente con los objetivos dispuestos en el artículo 15 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, y que formarán la base de las iniciativas del Plan, y por lo tanto las iniciativas a proponer. Así, en primer lugar, la gráfica que será expuesta contiene los objetivos generales de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades, de acuerdo con el Decreto 146/2016, y que son los mencionados a continuación:

- a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos
- b) Adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal
- c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad
- d) Mejora del producto existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos
- e) Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística
- f) Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.

En la tabla que se mostrará a continuación, en base al análisis y diagnóstico de la oferta y demanda turística, se relaciona la incidencia de cada objetivo general del Plan con los distintos recursos y ámbitos críticos para la ciudad. Así, en este apartado se establece una valoración del grado de impacto o incidencia de un objetivo en el desarrollo de los distintos recursos y ámbitos seleccionados, de forma que, si se observa un grado de incidencia alto, se deberá interpretar como la existencia de una relación directa y altamente significativa entre el cumplimiento de un objetivo y el desarrollo de un recurso o ámbito crítico de la ciudad. Los recursos y ámbitos de impacto incluidos en el análisis y diagnóstico seleccionados son los siguientes:

- Recursos históricos: eventos relacionados con el patrimonio histórico de la ciudad.
- Recursos naturales: eventos relacionados con el patrimonio natural de la ciudad.

- Recursos culturales: eventos relacionados con el patrimonio cultural de la ciudad.
- Servicios y empresas: eventos relacionados con el tejido empresarial de la ciudad, en especial el perteneciente al sector turístico.
- Infraestructura: eventos relacionados con el conjunto de infraestructuras de la ciudad, incluyendo las infraestructuras que puedan ser construidas a través de iniciativas o estrategias que se deriven de las mismas.
- Gestión pública: adicionalmente, se ha incluido este ámbito transversal, en cuanto a eventos relacionados con el rol que deba ejercer la Administración Pública para la ejecución o mantenimiento de los recursos incluidos y de la eficacia en el cumplimiento del objetivo general.

Objetivos Generales del Plan	Recursos históricos	Recursos naturales	Recursos culturales	Servicios y empresas	Infraestructuras	Gestión pública
La puesta en valor y uso de recursos turísticos.	↑	↑	↑	→	↓	↑
Adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal.	→	→	→	↓	↑	↑
Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad	↓	↓	→	↑	→	↑
Mejora del producto turístico existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos	↑	↑	↑	↑	→	→
Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística	↓	↓	→	→	↓	↑
Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local	↓	↓	→	↑	↓	↑

 Incidencia de desarrollo baja    
  Incidencia de desarrollo media    
  Incidencia de desarrollo crítica

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, en relación con el cuadro anterior de Coherencia estratégica de los recursos de la ciudad con los objetivos generales del Plan, pueden extraerse las siguientes conclusiones:

- **La puesta en valor y uso de recursos turísticos:** El desarrollo de los recursos naturales, históricos y culturales se estima que debería traducirse en un impacto positivo significativo en el cumplimiento de este objetivo, debido a su potencial de atracción de turismo. Asimismo, la gestión pública juega un papel decisivo a la hora de la puesta en valor de estos recursos, mediante actividades promocionales de estos recursos fundamentalmente.
- **Adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal:** La mejora de la accesibilidad universal es una tarea cuya responsabilidad recae en la gestión de las Administraciones Públicas, razón por la cual el impacto potencial de la gestión pública es elevado. Lo mismo ocurre con la adaptación de las infraestructuras del municipio dirigidas a favorecer la accesibilidad universal de visitantes.
- **Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad:** Si bien se puede experimentar una mejora en los servicios relacionados con la experiencia de visita a ciertos recursos de naturaleza histórica y cultural, las mejoras de mayor impacto potencial deberían proceder del sector privado, a través del incremento del número y calidad de los servicios prestados, que optimicen la promoción de los recursos disponibles.
- **Mejora del producto turístico existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos:** El cumplimiento de este objetivo debería proceder principalmente del aprovechamiento de la mejor explotación de los recursos históricos, naturales y culturales, así como por parte de los servicios y empresas y las infraestructuras disponibles.
- **Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística:** La actividad de concienciación de las Administraciones Públicas se antoja esencial, así como, en menor medida, la del sector privado.
- **Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local:** Formar un tejido empresarial más sólido es una tarea que recae principalmente en los prestadores de servicios, empresas y Administración Pública

### 3. RECURSOS URBANOS, CULTURALES Y PAISAJÍSTICOS SUSCEPTIBLES DE CONFORMAR PRODUCTOS TURÍSTICOS

El marco físico en el que se asienta el municipio de Roquetas de Mar corresponde con el piedemonte suroriental de Sierra de Gádor, los terrenos de depósito sedimentados por la acción erosiva de la red hidrográfica, y el mar, cuyo protagonismo queda subrayado por la propia denominación del municipio. Como todo asentamiento mediterráneo, Roquetas de Mar cuenta con una dilatada historia, y con una identidad basada en el aprovechamiento de los recursos (el mar, la huerta, el monte) y en la participación en una historia donde coexistían convivencia y conflicto. El territorio de Roquetas de Mar se ha caracterizado históricamente por su débil poblamiento, hasta que a mediados del s. XX una serie de iniciativas públicas y privadas activan los dos sectores que han protagonizado el espectacular crecimiento del municipio: la agricultura y el turismo. El impacto de esas iniciativas y el valor simbólico de sus espacios urbanos y edificios generados los convierten en piezas históricas, de un pasado reciente, pero que merecen el esclarecimiento de su significado. El cambio territorial operado en el municipio desde esas fechas iniciales ha sido espectacular, lo que ha condicionado la gestión de la memoria patrimonial y el reconocimiento de la identidad previa a ese gran crecimiento.

#### Patrimonio natural

En el contexto del gran cambio territorial del municipio, caracterizado por la urbanización y el despliegue de la agricultura intensiva, subsisten algunos elementos naturales que cuentan con un reconocimiento institucional.

## Sierra de Gádor.

La parte norte del municipio está ocupada por las estribaciones de Sierra de Gádor. Esta sierra, perteneciente al complejo alpujárride dentro del sistema bético, se caracteriza por una columna estratigráfica dominada por las calizas y las dolomías, materiales de alta permeabilidad que explican la recarga del sistema de acuíferos subterráneos del campo de Dalías, base para la implantación y desarrollo del sistema agrícola intensivo. Dentro de la Red Natura 2000 se encuentra el espacio ES6110008 “Sierras de Gádor y Enix”, con la categoría ZEC (Zona de Especial Conservación). El extremo suroriental de ese espacio está en el municipio de Roquetas de Mar. Contacta con el mar de una manera abrupta, formando los acantilados de El Cañarete, y formalizando el telón bajo el que se extiende Aguadulce. Esta zona de Sierra de Gádor ha sido sometida a explotación de minería del plomo a principios del s. XIX. Aunque en este sector las explotaciones no han llegado al nivel de intensidad de las zonas norte y oeste de la sierra, quedan restos de pequeñas explotaciones cerca de los acantilados. La zona ofrece unas extraordinarias panorámicas sobre todo el municipio y el campo de Dalías. Existe un sendero que asciende al llamado “Cerro de las Antenas”. Arranca junto al cementerio de Aguadulce y llega a la cumbre de los acantilados, donde quedan abundantes restos de instalaciones defensivas correspondientes al periodo de la Guerra Civil.

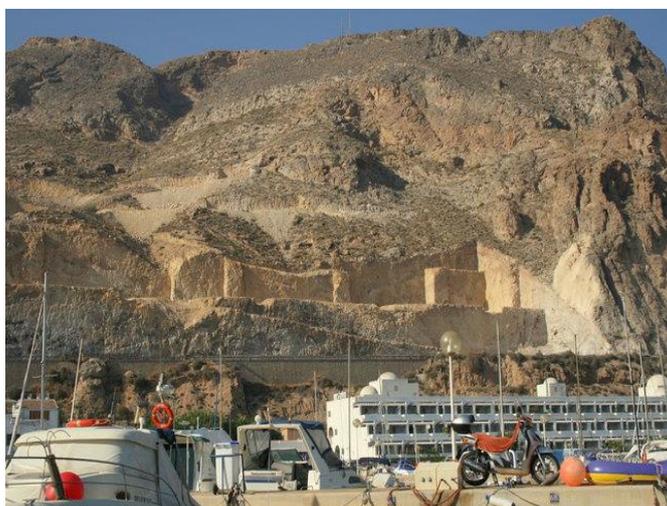


Imagen de los acantilados de Aguadulce desde el puerto deportivo de la Localidad. Puede apreciarse el efecto de la extracción de piedra caliza para la construcción de las dársenas y diques del puerto.



Vistas panorámicas desde la coronación del cerro de Las Antenas. Fotos: Blas Fuentes.

### Punta Entinas-Sabinar

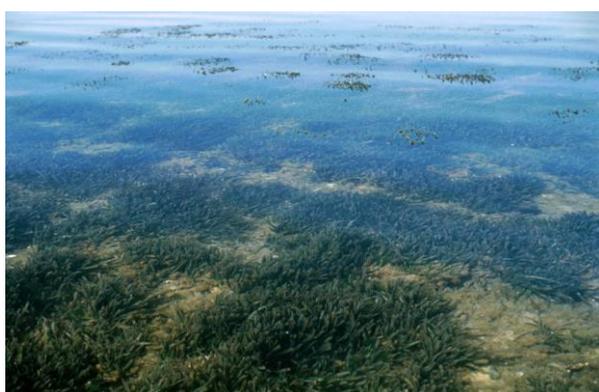
En el extremo opuesto del municipio, su parte más meridional corresponde con un sistema lagunar litoral, explotado históricamente como salina, la Reserva y Paraje Natural Punta Entinas-Sabinar. Está incluido en la Red Natura 2000, con el identificador ES0000048, con las categorías ZEPA (Zona de Especial Protección de las Aves) y ZEC (Zona de Especial Conservación). Constituye un valioso humedal litoral, con la alternancia de zonas inundadas, depósitos de arena en barras y dunas, una vegetación halófila característica y una amplia y variada fauna avícola. Además de estos valores ambientales, también cumple un papel territorial, al permitir un contrapunto rítmico en un litoral con tendencia a la ocupación con el “monocultivo” turístico-inmobiliario. Sus características topográficas permiten también numerosos usos de esparcimiento y de ocio en contacto con la naturaleza, que hay que modular y organizar para que esas actividades no entren en conflicto con los valores ambientales del espacio.



Espectaculares atardeceres en Punta Entinas- Sabinar. Fotos: Blas Fuentes.

### Monumento Natural arrecife y barrera de Posidonia

En la parte central de la costa del municipio (entre el Campillo del Moro y el núcleo de Roquetas) se extiende una formación lineal de Posidonia Oceánica, una fanerógama marina que gran interés ambiental, característica de los fondos someros mediterráneos. Esta formación ha alcanzado la distinción de Monumento Natural (noviembre 2001), en atención a sus múltiples valores. Las praderas de posidonia son un bioindicador de calidad de las aguas, y constituyen biotopos que sirven de soporte a una variada fauna marina. Son un elemento muy atractivo, tanto desde el punto de vista de la conservación como para la divulgación científica y el turismo de naturaleza y de inmersión.



Imágenes del arrecife-barrera de Posidonia. FUENTE: web de la Consejería de Medio Ambiente.

Patrimonio histórico**Zona arqueológica Ribera de la Algaida-Turaniana**

En la zona del Campillo del Moro y junto al camping Roquetas de Mar se sitúa la zona arqueológica de Turaniana, declarada Bien de Interés Cultural como “Ribera de la Algaida” (1991). Los descubrimientos arqueológicos se remontan a 1859, y se han descrito distintas etapas (Bronce, cultura Argárica, épocas romana y musulmana). La importancia de la zona arqueológica deriva del hecho de que todos los indicios apuntan a un asentamiento estable a lo largo de 5.000 años. Es un asentamiento costero, en torno a un fondeadero- refugio en Los Bajos, donde se instaló el núcleo romano (época republicana) de Turaniana, que estaría bajo la influencia de Murgis (el actual El Ejido). Por su ubicación, cabe intuir que se trataba de un núcleo comercial marítimo y pesquero. Están pendientes todavía un buen número de excavaciones para acabar de documentar la trayectoria histórica del yacimiento. Sin restos emergentes, el gran interés científico del yacimiento contrasta con el escaso uso cívico-turístico. Una adecuación de los restos en el contexto de un parque litoral sería una buena solución, que cualificaría los terrenos adyacentes y convertiría un yacimiento hoy agredido y olvidado en un gran activo turístico.



A la izquierda, imagen de la web del Ayuntamiento de un punto dentro de la Ribera de la Algaida-Turaniana. A la derecha, fotografía de Blas Fuentes.

## Castillo de Santa Ana o de las Roquetas

Auténtico símbolo e icono de la identidad roquera, el castillo de Santa Ana o de las roquetas es una instalación defensiva de la costa. Se levanta en el siglo XVI, sobre los restos de una torre vigía medieval, y continúa su función defensiva hasta bien entrado el s. XVIII. Además de formar parte del sistema de defensa costera contra el corso turco-berberisco, el castillo tenía la finalidad específica de proteger la producción salinera y servir de resguardo a los trabajadores de dicha actividad. Se sitúa en un punto de la costa conocido en los planos de navegación como “las roquetas”, lo que da nombre al municipio. A partir de mediados del XVIII entra en decadencia y abandono, hasta que, en 1996, y tras la declaración como Bien de Interés Cultural, se inicia su reedificación, consolidando los restos existentes y ampliando el recinto con nuevos volúmenes, que se dedican a diferentes actividades culturales y sociales desde su reinauguración en 2003.



A la izquierda, fotografía de Blas Fuentes del estado actual del Castillo de Santa Ana. El mismo castillo, en una imagen de la web del Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

## Torre de Cerrillos

Declarada BIC en 1993, la torre de Cerrillos se sitúa en el límite entre el municipio de El Ejido y el de Roquetas de Mar, en pleno paraje natural Punta Entinas-Sabinar. Sus orígenes son nazaríes (s. XIV), pero ha experimentado numerosas reedificaciones. Las más determinantes para su aspecto actual son del s. XVI (reinado de Felipe II) y XVIII (reinado de Carlos III), cuando se integra en el sistema de defensa de la Costa del Reino de Granada. En la actualidad tiene un acelerado estado de deterioro, pero sigue siendo un icono paisajístico y un elemento de gran significado histórico, acrecentado por el hecho de que el resto de las torres del sistema de defensa en el municipio (Torre Quebrada, Los Bajos) han desaparecido.



Imagen diurna del estado actual de la Torre de Cerrillos obra del fotógrafo Blas Fuentes.

## Iglesia Parroquial de Ntra. Sra. del Rosario

Otro de los iconos de la identidad y la autonomía local de Roquetas de Mar. Su edificación, en el s. XVIII, coincide con su afirmación como entidad municipal, desvinculándose de Félix y de VÍcar, con quienes había mantenido relaciones de dependencia desde las antiguas “tahás” del Reino de Granada, en este caso la tahá de Almexixar. Su única nave está rematada por un artesonado que sigue las pautas de la construcción naval. Este “buque insignia” de Roquetas de Mar ha sufrido diversas intervenciones a lo largo del tiempo. La que más ha condicionado su aspecto actual es la intervención del Instituto Nacional de Colonización, que se adosó la torre-campanario y un cuerpo de capillas en el flanco norte. La Iglesia Parroquial preside la plaza de la Constitución, junto con el Ayuntamiento, estableciendo un diálogo representativo que puede considerar invariante en el urbanismo español, tanto en la península como en los territorios de ultramar.



Panorámica de la plaza de la Constitución de Roquetas de Mar. Foto: Blas Fuentes

## Faro de Roquetas

Inicia su actividad en 1863, para señalar el accidente geográfico de “las roquetas”, que era muy peligroso para la navegación. Una vez concluida la dársena portuaria su función fue sustituida por las dos balizas (roja de babor y verde de estribor) de entrada a la bocana del puerto. El faro estuvo en servicio hasta 1942. En 1993, La Empresa Pública de Puertos de Andalucía, titular de la instalación, firmó un convenio con el Ayuntamiento de Roquetas para que la entidad local se hiciera cargo de su gestión como equipamiento cultural. Alberga frecuentes exposiciones en sus distintas salas, y forma, junto con el castillo de Santa Ana y el auditorio al aire libre, un conjunto de equipamientos culturales en una ubicación privilegiada dentro del municipio.



El Faro de Roquetas, motivo de inspiración artística y fotográfica. Fotos: Blas Fuentes.

## Fuente de Aguadulce

En el lugar en el que se situaba el manantial de agua que da nombre al núcleo de Aguadulce, el Ayuntamiento de Roquetas construyó una fuente de piedra, que se integró así en el espacio urbano del entorno del puerto deportivo. Aunque su construcción es reciente, tiene un alto valor simbólico, al connotar el accidente geográfico que explica el nombre de la localidad. Esta construcción podría ir acompañada de mobiliario interpretativo, que explicara esta circunstancia.



Aspecto actual de la fuente que se sitúa dónde estaba el antiguo manantial. Foto: conocetusfuentes.com

### Historia reciente

#### Plazas e Iglesias de los poblados de Colonización

El Instituto Nacional de Colonización comienza sus trabajos en la zona después de la declaración de Interés General del Campo de Dalías, en 1942. A partir de esos momentos, comienza las tareas de afloramiento de nuevos caudales mediante pozos en la zona de Aguadulce (sector I), y la ejecución de los canales que distribuirían esos caudales por los distintos sectores. Comienza también a adquirir terrenos para dividirlos en lotes y adjudicarlos, mediante diferentes procedimientos de selección, a familias de colonos. Además, se plantea el diseño y construcción de distintos poblados en el municipio. La ampliación de Roquetas de Mar y el poblado de El Parador (1954) son las primeras intervenciones urbanísticas del INC en la provincia. Más tarde, se construirán también Las Marinas (1958) y El Solanillo (1968). De esta forma, este elemento desencadenante de lo que luego sería un modelo agrícola tecnificado y competitivo, quedó subrayado por su impronta urbanística y arquitectónica. La sustitución de los edificios residenciales ha cambiado la fisonomía de estos poblados pioneros, en especial en el núcleo de Roquetas de Mar y El Parador, mientras que Las Marinas y, sobre todo, El Solanillo, mantienen todavía gran parte de su carácter. Los espacios públicos de las plazas, con las iglesias presidiéndolos, constituyen los elementos más característicos del legado de este proceso de Colonización.



A la izquierda, estado actual del extremo occidental de la plaza de Colonización de Roquetas de Mar. A la derecha, aspecto actual de la plaza de El Parador, con la iglesia de la Asunción de María. Ambos espacios diseñados por José García-Nieto Gascón en 1954. La iglesia es posterior, de 1968, y fue obra de Francisco Langle Granados. Fotos Rodolfo Caparrós



A la izquierda, plaza de la ampliación de Roquetas poco después de su inauguración. En el centro, curiosa formalización trasera de la iglesia de Las Marinas (1958, José Luis Fernández del Amo). A la derecha, campanario de la iglesia de El Parador. Fotos: Archivo Municipal Roquetas de Mar y Rodolfo Caparrós.



A la izquierda, acceso principal y torre campanario de la iglesia de Nuestra Señora de los Ángeles (1968). A la derecha, espacio ajardinado junto a la plaza de Las Marinas. Fotos Rodolfo Caparrós

### Trazas urbanísticas y edificios singulares de los Centros de Interés Turístico Nacional de Aguadulce y Roquetas de Mar

La década de los '60 del siglo XX es fundamental para fijar los cimientos del turismo contemporáneo en España. La Ley de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional (1963) establece unas condiciones de estímulo económico, mediante ayudas fiscales y de acceso a financiación, que incentivan la intervención privada creando espacios turísticos que, por lo general, se desarrollan al margen del sistema urbano preexistente. Esto permite unos ejercicios de diseño excepcionales, tanto en las trazas urbanísticas de esos espacios como en la nueva arquitectura turística de hoteles y apartamentos, que constituyen hoy en día un repertorio de espacios urbanos y edificios de gran interés. El CITN de Aguadulce (1964) es el primero en

aprobarse en España, al amparo de la Ley aprobada unos meses antes. Tres años después (1967), se aprueba el de Roquetas de Mar (conocido como “La Urbanización”). Ambos Centros nos ofrecen unos espacios urbanos de gran calidad, adornados por icónicos edificios e intervenciones. Pueden destacarse en Aguadulce la Avenida del Palmeral, en cuyo final cerca del mar se concentran los edificios más emblemáticos, como el Hotel Aguadulce, proyectado por Diego Méndez González, y el edificio de apartamentos El Palmeral, obra de Fernando Cassinello Pérez. Este último arquitecto proyectó también la mayoría de los edificios de apartamentos de la Urbanización de Roquetas, en torno a su eje central, la Avenida del Mediterráneo. El edificio Los Arenales y la capilla al aire libre de la Virgen de los Vientos son sus principales hitos.



Trazados urbanísticos del CITN de Aguadulce (a la izquierda) y de la Urbanización de Roquetas (a la derecha). Documentación del Archivo Histórico Provincial de Almería (AHPAL).



A la izquierda, imagen promocional del Hotel Aguadulce (1964). A la derecha, escalera trasera de acceso a los apartamentos del edificio “Los Arenales”, en la Urbanización de Roquetas de Mar. Documentación del Archivo Histórico Provincial de Almería (AHPAL). Foto: Rodolfo Caparrós.



A la izquierda, vista general de la singular estructura de soporte del edificio de apartamentos “El Palmeral” (1968), en la avenida del mismo nombre en la Urbanización de Aguadulce. A la derecha, la capilla de Nuestra Señora de los Vientos (1972), en la Urbanización de Roquetas de Mar. Ambos edificios proyectados por Fernando Cassinello Pérez. La capilla, en colaboración con Jesús Martínez Durbán. Fotos: Rodolfo Caparrós.

### Iglesia de Nuestra Señora del Carmen. Aguadulce

Aunque es posterior a la época pionera del turismo y las actividades vacacionales, la Iglesia de Nuestra Señora del Carmen (Arq. Antonio Ortiz Gacto, 1983) es un espectacular exponente de la nueva doctrina de la Iglesia respecto a los espacios de culto. En el contexto del concilio Vaticano II, se publican dos instrucciones, la *Inter Oecumenici* y la *Eucharisticum Mysterium*, que fijan los nuevos objetivos litúrgicos. La ceremonia de la misa se oficiará de cara a los feligreses, y en el idioma de cada comunidad. La reunión de los fieles para compartir los sacramentos se considera una “asamblea de iguales”, lo que influye en nuevas soluciones arquitectónicas, en nuevos diseños de planta y en la generación de un espacio que prescinde de la focalidad hacia el altar, que se había mantenido con distintos estilos arquitectónicos hasta mediados del s. XX. La influencia de Oscar Niemeyer en Brasilia impacta tanto en los templos de Colonización como en estos otros ejemplos.



Espectacular imagen de la Iglesia de Nuestra Señora del Carmen. La torre-campanario que aparece a la derecha es de reciente construcción.

### Actividades económicas

Las actividades económicas tradicionales, y su devenir histórico, son un elemento de gran interés para acercarse a la identidad del municipio. Sea por motivos históricos o por su fulgurante adaptación a las actuales circunstancias de mercado, las actividades económicas, sus procesos e instalaciones, forman parte de la personalidad del sitio, y pueden contar una historia de gran interés tanto para la población local como para los numerosos visitantes del municipio. Este es el motivo de que aquí se las considere como recursos sobre los que organizar productos turísticos.

### Instalaciones salineras

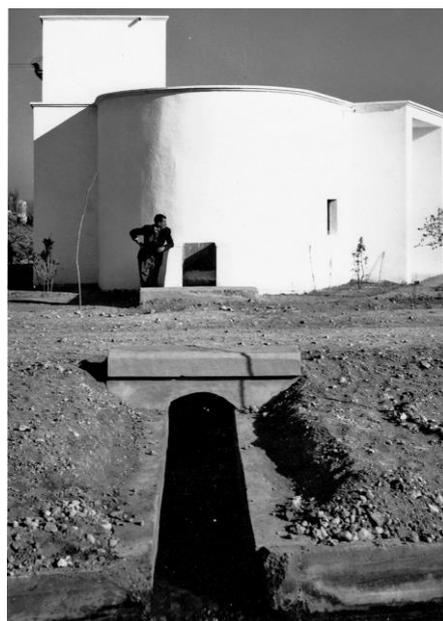
La actividad salinera ha pasado a la historia, y gran parte del antiguo suelo salinero está hoy urbanizado. Pero quedan elementos para recordar una historia inseparable de la del municipio.



Humedal en una de las antiguas zonas salineras en el Paraje y Reserva Natural Punta Entinas-Sabinar.  
Foto: Rodolfo Caparrós.

### Infraestructuras hidráulicas históricas

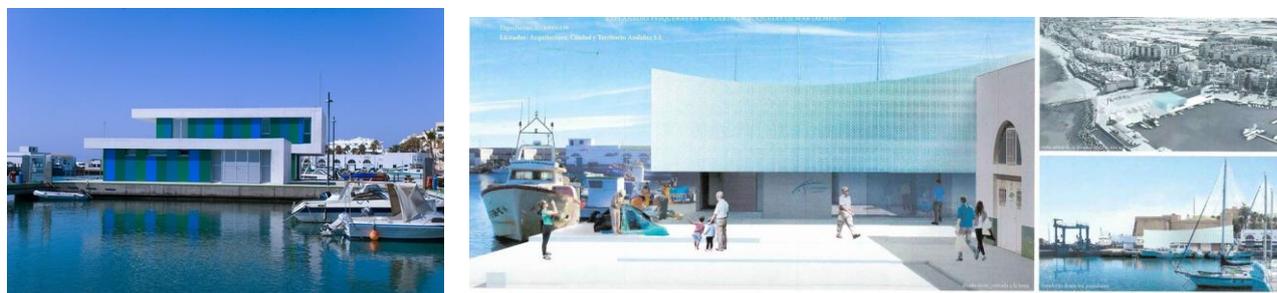
La gestión del agua ha sido determinante en el devenir histórico de esta zona árida de la península. Antes de las exitosas intervenciones del INC, habían existido distintas iniciativas de electrificación e instalación de pozos y bombas. Forman un conjunto de elementos, en distinto estado de conservación, que constituyen un valioso legado, susceptible de adecuación para la visita e incorporación al conjunto de recursos turísticos del municipio.



A la izquierda, acequia de distribución a finca de las aguas canalizadas por el INC. A la derecha, pozo de Colonización. Imágenes de la Mediateca del Ministerio de Agricultura.

## Puerto pesquero y Lonja

La actividad pesquera ha sido una constante histórica de este municipio, desde los primeros asentamientos de los que se tienen noticias o indicios arqueológicos, como el de Turaniana. El primitivo núcleo de El Puerto, hoy integrado en la trama urbana de la ciudad de Roquetas de Mar, centralizaba la actividad pesquera, que tenía otras manifestaciones artesanales en la zona de Aguadulce y en torno a la actividad salinera, muy extendida por el municipio. La presencia del mar y de sus capturas ha dejado huella en la identidad roquera, como se pone de manifiesto en su tradición gastronómica. En la actualidad, el puerto pesquero de Roquetas se encuentra en una profunda transformación, siguiendo las estrategias europeas y de los Grupos de Desarrollo Pesquero. Orientar los espacios, las instalaciones y las actividades pesqueras u otro tipo de actividad turística, recreativa o de ocio, es uno de sus ejes de acción. Nuevas arquitecturas, presentes o en proyecto, apuntan en esa misma dirección. Dentro de la estrategia de integración territorial de la actividad turística, todo lo relacionado con la pesca tiene un papel de máximo protagonismo. El proyecto de una nueva Lonja en el Puerto Pesquero (infografía bajo estas líneas es otro paso más en la misma dirección.



A la izquierda, edificio de oficinas de la Capitanía del puerto pesquero de Roquetas de Mar (Donaire Arquitectos). En el centro y a la derecha, infografías del proyecto de nueva Lonja, de inminente construcción.

### Alhóndigas de los Cortijos de Marín

La agricultura y la ganadería son otras actividades de gran tradición en el municipio y que se han actualizado hasta convertirse en el motor de la modernización de la provincia. Tanto el manejo en las fincas como las grandes instalaciones de comercialización son parte de un proceso productivo lleno de elementos de interés, y que deberían adaptarse puntualmente para la recepción de visitantes



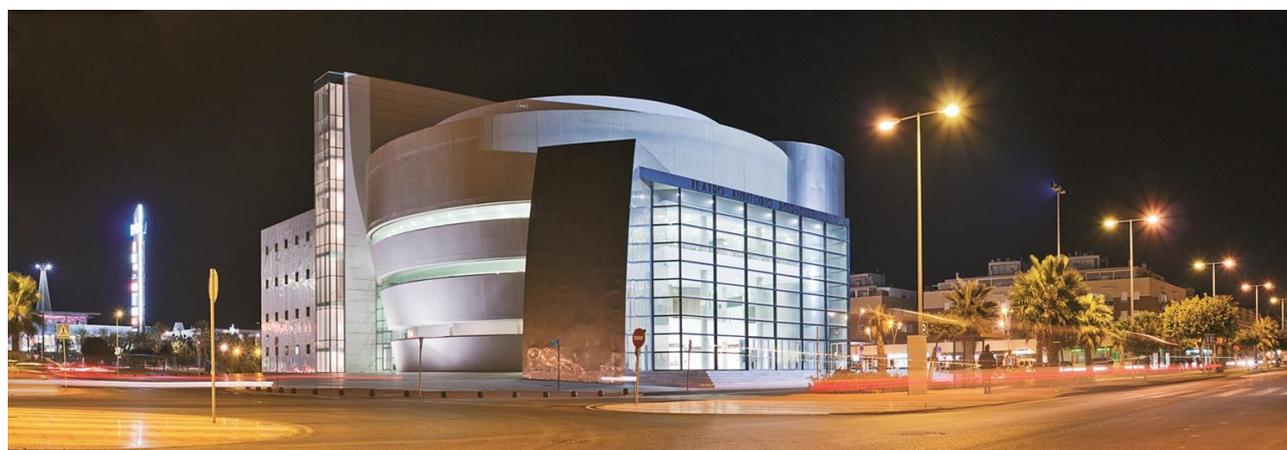
En la fotografía, grandes instalaciones de comercialización (alhóndigas) en la localidad roquera de Cortijos de Marín.

*Otras dotaciones y equipamientos turísticos, culturales y deportivos*

Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce



Teatro Auditorio de Roquetas de Mar



### Aquarium- Parque Acuático



### Aula del Mar



Puertos Deportivos de Aguadulce y Roquetas de Mar



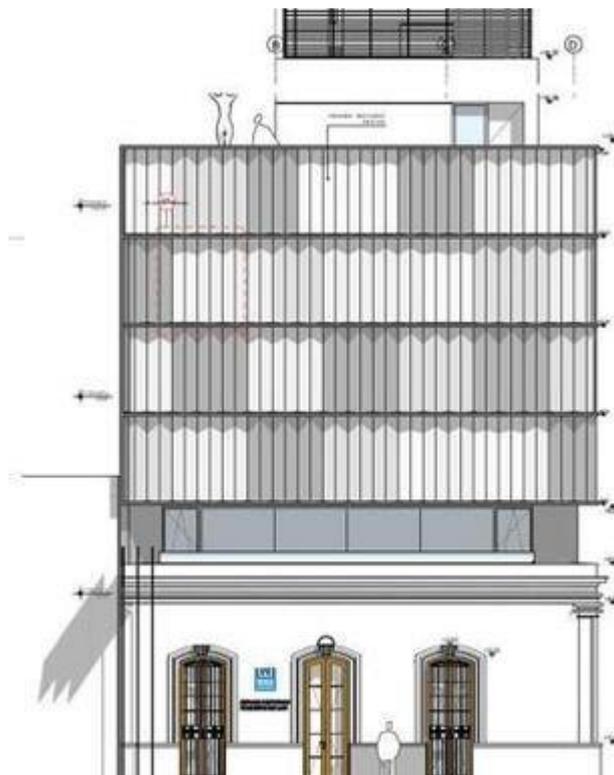
Campo de Golf Playa Serena



Museo plaza de toros de Roquetas



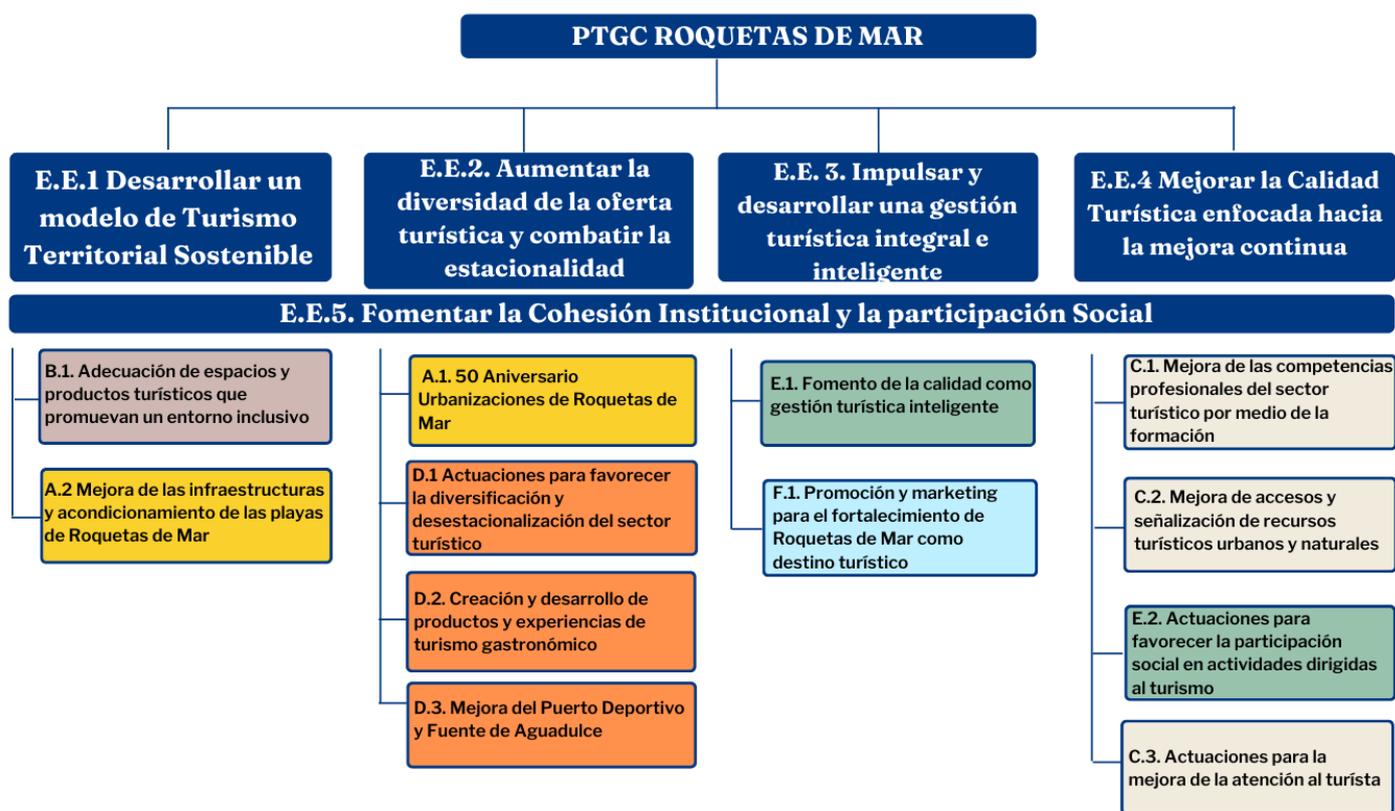
Museo plaza Roquetas (Casa Guerrero)



## 4. DESCRIPCIÓN DE LAS INICIATIVAS DE CONTENIDO TURÍSTICO

### 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN

Una vez analizado el grado de incidencia en el desarrollo turístico de la ciudad de los diferentes objetivos generales del Plan META 2027, y habiendo diagnosticado los principales recursos y condicionantes de la evolución del sector turístico en la ciudad, se proponen las siguientes líneas estratégicas sobre las que se desarrollarán las iniciativas para el cumplimiento de los objetivos generales:



- a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos
- b) La adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal
- c) El aumento de la calidad de los servicios turístico de la ciudad

- d) La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos
- e) La sensibilización e implicación de la población agentes locales en una cultura de calidad turística
- f) El fortalecimiento de la competitividad del sector turístico

4.2. OBJETIVOS GENERALES EN EL PLAN

Objetivos Generales del Decreto	Iniciativas
a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos	A.1. Proyecto Aniversario Urbanizaciones de Roquetas de Mar. A.2. Mejora de las infraestructuras y acondicionamiento de las playas de Roquetas de Mar.
b) Adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal	B.1. Adecuación de espacios y productos turísticos que promuevan un entorno inclusivo.
c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad	C.1. Mejora de las competencias profesionales del sector turístico por medio de la formación. C.2. Mejora de accesos y señalización de recursos turísticos urbanos y naturales C.3. Actuaciones para la mejora de la atención al turista
d) Mejora del producto existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos	D.1. Actuaciones para favorecer la diversificación y desestacionalización del sector turístico D.2. Creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico D.3. Mejora del Puerto Deportivo y Fuente de Aguadulce
e) Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística	E.1. Fomento de la calidad como gestión turística inteligente E.2. Actuaciones para favorecer la participación social en actividades dirigidas al turismo
f) Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local	F.1. Promoción y marketing para el fortalecimiento de Roquetas de Mar como destino turístico

## 4.3. DEFINICIÓN DE INICIATIVAS

INICIATIVA (ICT) A.1.	Proyecto Aniversario Urbanizaciones de Roquetas de Mar
Línea Estratégica PTGC Roquetas	2. Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad
Objetivo General PTGC	a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos
Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027	L.E.5. Estrategias desestacionalizadoras
<b>Objetivo</b>	
El objetivo de esta iniciativa es poner en valor una de las zonas residenciales y turísticas más importantes de la provincia conmemorando su aniversario.	
<b>Descripción</b>	
<p>En 2023 se cumple medio siglo de la inauguración de las urbanizaciones de Roquetas de Mar (URBA). Este proyecto urbanístico que se puso en marcha en 1973 es hoy una de las zonas residenciales y turísticas más importantes de la provincia de Almería. Además, la URBA no es solo un gran complejo urbanístico residencial. La URBA cuenta con las playas más equipadas de la zona y con todo tipo de oferta de ocio (parques infantiles, gran número de tiendas, supermercados, restaurantes, empresas turísticas como alquiler de vehículos acuáticos, etc.).</p> <p>Es tiempo de rendir homenaje a todos los que lo han hecho posible y aprovechar la celebración de una fecha tan señalada para la revitalización de la zona aportándole un nuevo impulso. Uniendo los esfuerzos de diversos colectivos, asociaciones e instituciones, se pretende, por un lado, lograr una importante difusión de la marca Roquetas de Mar en todo el territorio nacional e internacional, revivir su actividad social, cultural y económica y, por otro lado, facilitar con la llegada de nuevos visitantes, el uso de los espacios urbanos que actualmente no están en uso. Los objetivos de esta iniciativa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar Roquetas de Mar a nivel nacional e internacional.</li> <li>- Apoyar la economía de la zona (comercios, hoteles, hostelería y negocios en general).</li> <li>- Romper la estacionalidad del turismo con una oferta deportiva vinculada al turismo de golf.</li> </ul> <p>Ente las actuaciones que podrían desarrollarse dentro de esta ICT, estarían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Torneos de golf nacionales e internacionales.</li> </ul> <p>El golf ha sido un elemento fundamental en la consolidación de Roquetas de Mar como destino turístico atractivo, no solo por su clima privilegiado durante todo el año, sino también por la calidad y belleza de sus instalaciones. Este deporte, popular entre turistas nacionales e internacionales, atrae a jugadores y visitantes que buscan disfrutar de una experiencia de alto nivel en entornos naturales exclusivos. La <b>celebración de torneos de golf</b> de envergadura nacional e internacional permitiría incrementar la visibilidad de la marca Roquetas de Mar, posicionándola como un referente en el ámbito del turismo deportivo de élite. La organización de estos torneos no solo incentivará la llegada de profesionales y aficionados del golf, sino que también atraerá a un público diverso interesado en un turismo de calidad. Estos eventos supondrán un impacto positivo en la economía local, ya que los visitantes contribuirán al crecimiento de sectores clave como la hostelería, el comercio y el ocio. Además, al programarse en meses de menor ocupación hotelera, se logrará una mayor ocupación y se romperá la estacionalidad turística, uno de los grandes desafíos del sector en la zona.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Aumentar el número de visitas a la URBA de Roquetas de Mar en época no estacional	
<b>Plazo de ejecución</b>	
<b>48 meses</b>	

<b>INICIATIVA (ICT) A.2.</b>	<b>Mejora de la infraestructuras y acondicionamiento de las playas de Roquetas de Mar</b>
<b>Línea Estratégica PTGC Roquetas</b>	1. Desarrollar un modelo de Turismo Territorial Sostenible
<b>Objetivo General PTGC</b>	a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos
<b>Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027</b>	L.E. 2. Gestión de la Sostenibilidad Global L.E. 4. Calidad como el eje transversal
<b>Objetivo</b>	
El objetivo de la iniciativa es mejorar y acondicionar las infraestructuras de las playas y zonas costeras de gran afluencia turística y así ofrecer una mejor imagen y mayor atractivo y seguridad a los turistas.	
<b>Descripción</b>	
<p>El objetivo de esta iniciativa es mejorar las infraestructuras de las playas y zonas costeras de gran afluencia turística, con el fin de ofrecer una imagen renovada, segura y sostenible que potencie el atractivo de Roquetas de Mar como destino costero de referencia. Con un enfoque centrado en la sostenibilidad y el confort, esta actuación busca no solo mejorar la experiencia de los visitantes, sino también adaptarse a las necesidades ambientales del entorno.</p> <p>Entre las actuaciones principales previstas se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalación de nuevos puestos de socorrismo equipados con placas solares. Esta medida permitirá mejorar la seguridad de los bañistas con instalaciones sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.</li> <li>- El cambio de luminarias a tecnología LED en la última fase del Paseo Marítimo de Playa Serena, completando la renovación de la iluminación y proporcionando un entorno más eficiente y sostenible.</li> </ul> <p>Estas mejoras contribuirán a crear un entorno costero de calidad, con infraestructuras modernas que respondan a las demandas actuales de los turistas y residentes, garantizando un compromiso con la sostenibilidad y el embellecimiento de las zonas de playa durante todo el año.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Mejorar las infraestructuras de las playas de Roquetas de Mar, aumentar el grado de satisfacción de los turistas y mejorar la oferta de servicios en las playas.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
<b>48 meses</b>	

<b>INICIATIVA (ICT) B.1.</b>	<b>Adecuación de espacios y productos turísticos que promuevan un entorno inclusivo</b>
<b>Línea Estratégica PTGC Roquetas</b>	1. Desarrollar un modelo de Turismo Territorial Sostenible
<b>Objetivo General PTGC</b>	b) Adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal
<b>Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027</b>	L.E.2 Gestión de la Sostenibilidad Global L.E.3. Modelo de competitividad integral turística L.E.4. Calidad como eje transversal
<b>Objetivo</b>	
El objetivo de esta iniciativa es garantizar la accesibilidad universal en espacios y productos turísticos ofertados en el municipio de Roquetas de Mar.	
<b>Descripción</b>	
<p>Esta iniciativa va dirigida a la adecuación de la oferta turística a diferentes perfiles de turistas a favor de un turismo inclusivo.</p> <p>El objetivo es asegurar el acceso, uso y disfrute de todas las personas a los servicios y entornos turísticos en igualdad de condiciones.</p> <p>A través de esta iniciativa se pretende alentar a los actores clave del sector a implementar medidas que obtengan como resultado una mayor participación de diferentes grupos de población en la actividad turística, incluyendo a las personas con discapacidad, entre otros.</p> <p>Ente las actuaciones que podrían desarrollarse dentro de esta ICT, estarían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pasarela fija para favorecer la accesibilidad a la playa: La instalación de pasarelas fijas en las playas de Roquetas de Mar permitirá mejorar la accesibilidad de estos espacios, facilitando el acceso a personas con movilidad reducida durante todo el año. Al contar con estructuras permanentes, no solo se garantiza un entorno inclusivo y accesible, sino que también se fomenta la desestacionalización del turismo, invitando a los visitantes a disfrutar de las playas en cualquier época</li> </ul> <p>Todas las actuaciones cumplirán los requisitos técnicos y medioambientales que sean necesarios para su ejecución.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Mejora de la accesibilidad de espacios y productos turísticos aumentando la participación de diferentes grupos de población.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
<b>48 meses</b>	

INICIATIVA (ICT) C.1.	Mejora de las competencias profesionales del sector turístico por medio de la formación.
Línea Estratégica PTGC Roquetas	4. Mejora de la Calidad Turística enfocada hacia la mejora continua.
Objetivo General PTGC	c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad
Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027	L.E.3 Modelo de competitividad integral turística L.E.4. Calidad como eje transversal
<b>Objetivo</b>	
Mejorar la competencia profesional del sector turístico en Roquetas de Mar a través de la optimización y gestión eficiente de los tótems informativos distribuidos en la ciudad.	
<b>Descripción</b>	
<p>Con el objetivo de modernizar y mejorar la experiencia turística en Roquetas de Mar, esta iniciativa abordará la formación de profesionales para optimizar el uso de los tótems informativos instalados en puntos estratégicos como hoteles y oficinas de turismo. Actualmente, estos dispositivos se encuentran subutilizados debido a la falta de un sistema de gestión eficiente.</p> <p>Para darles el valor que merecen, se implementará un software de gestión avanzado que permita una comunicación fluida y eficaz con los turistas, ofreciendo información actualizada y relevante sobre actividades, eventos, servicios y puntos de interés en la ciudad.</p> <p>La puesta en funcionamiento de estos tótems requiere que el personal que los gestionará esté adecuadamente formado, tanto en el uso del software como en su actualización continua, para asegurar una experiencia de usuario de calidad. La formación especializada a trabajadores en hoteles, oficinas de turismo y otras ubicaciones clave permitirá que la información proporcionada sea siempre precisa y accesible, contribuyendo a mejorar la calidad del servicio turístico en Roquetas de Mar. Esta actuación no solo impulsa la profesionalización del sector, sino que también facilita una oferta informativa atractiva y dinámica que refuerza la competitividad de nuestro destino turístico, adaptándose a las demandas actuales del mercado.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Mejora de las competencias de los profesionales del sector turístico.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
48 meses	

INICIATIVA (ICT) C.2.	Mejora de accesos y señalización de recursos turísticos urbanos y naturales
Línea Estratégica PTGC Roquetas	4. Mejora de la Calidad Turística enfocada hacia la mejora continua.
Objetivo General PTGC	c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad
Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027	L.E.3 Modelo de competitividad integral turística L.E.4. Calidad como eje transversal
<b>Objetivo</b>	
El objetivo de esta iniciativa es mejorar el acceso y la señalización de recursos turísticos del municipio.	
<b>Descripción</b>	
<p>Entre las necesidades básicas de una ciudad con proyección turística destacan la importancia de la señalización de los lugares emblemáticos con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios turísticos que se ofrece al visitante. La creciente movilidad de turistas genera un incremento de la demanda de información. En ocasiones las señales existentes están obsoletas o deterioradas, e incluso los nuevos recursos no están indicados, lo que supone que en algunos casos sea difícil dirigirse a los lugares de interés turístico.</p> <p>La señalética tiene como objeto “identificar y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado”. Un destino necesita de infraestructuras, servicios e instalaciones para su disfrute como producto turístico integral. Además, esta señalética debe ofrecer una imagen corporativa, turística y promocional sólida de la ciudad que repercuta en distintivo de calidad y excelencia. Es fundamental el ordenamiento, el control, la regulación de la ubicación y el mantenimiento de las señales en buen estado, dando prioridad a los conceptos de calidad y claridad en el mensaje. Además, teniendo en cuenta los cambios en el estilo del consumo turístico, se considera de relevancia la utilización de señales en el diseño de circuitos turísticos. De esta manera se lograría complementar la oferta turística y fomentar la visita de los turistas enriqueciendo su percepción de los recursos y aumentando la calidad del destino.</p> <p>Reconociendo que la señalética es una herramienta fundamental para brindar una experiencia turística enriquecedora, se enfatiza la importancia de garantizar que las señales y la información proporcionada sean claras, actualizadas y estén en buen estado. El objetivo es ofrecer a los visitantes una experiencia de alta calidad desde el momento en que llegan a nuestra ciudad, asegurando que puedan acceder fácilmente a los recursos turísticos, tanto urbanos como naturales, y disfrutar plenamente de todo lo que Roquetas de Mar ofrece como destino.</p> <p>Mediante la renovación de la señalética urbana de los recursos turísticos culturales queremos proporcionar una experiencia turística superior, impulsada por una imagen corporativa sólida, información clara y una destacada calidad en el servicio que ofrecemos. Entre las actuaciones que podrían desarrollarse dentro de esta ICT estarían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Renovación de señalética urbana de recursos turísticos culturales con código QR explicativo del recurso en cuestión.</li> </ul> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Aumento del grado de satisfacción de los turistas. Incremento del número de turistas a diferentes recursos turísticos del municipio.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
24 meses	

INICIATIVA (ICT) C.3		Actuaciones para la mejora de la atención al turista	
Línea Estratégica PTGC Roquetas		4. Mejora de la Calidad Turística enfocada hacia la mejora continua	
Objetivo General PTGC		c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad	
Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027		L.E.3. Modelo de Competitividad integral turística	
<b>Objetivos</b>			
Mejorar el valor añadido ofrecido al turista que visita Roquetas de Mar a través de la mejora de la atención y comunicación al cliente.			
<b>Descripción</b>			
<p>En respuesta a los constantes cambios en los perfiles y expectativas de los visitantes, esta iniciativa tiene como objetivo mejorar la atención al turista en Roquetas de Mar, enfocándose en la digitalización y la gestión eficiente de recursos que incrementen la seguridad, la accesibilidad y la satisfacción de los turistas.</p> <p>Entre las actuaciones principales que se van a llevar a cabo en esta iniciativa se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La implementación de un Sistema de Gestión Integral de Playas, una herramienta multifuncional que permitirá a las autoridades locales monitorizar y gestionar aspectos clave de las zonas costeras, como la calidad del agua y el nivel de ocupación de las playas. Este sistema también ofrecerá a los ciudadanos y turistas la posibilidad de reportar incidencias en tiempo real y recibir alertas y actualizaciones importantes, lo que contribuye a la sostenibilidad y seguridad de las playas.</li> <li>- Digitalización y Dinamización de la Oficina de Turismo, actualmente obsoleta en sus métodos de atención y registro. Esta actuación implementará tecnología avanzada para optimizar la gestión, sustituyendo el registro manual de visitantes por un sistema digital. Con esta transformación, la oficina podrá ofrecer un servicio más ágil y personalizado, facilitando el acceso rápido a información sobre actividades, eventos y puntos de interés en el destino.</li> </ul> <p>Estas actuaciones conjugan innovación y atención de calidad, contribuyendo a posicionar Roquetas de Mar como un destino turístico moderno y seguro.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>			
<b>Resultados Esperados</b>			
Mejora de la experiencia del visitante.			
Incremento en la valoración de la calidad y seguridad de las playas.			
<b>Plazo de ejecución</b>			
36 meses			

<b>INICIATIVA (ICT) D.1</b>	<b>Actuaciones para favorecer la diversificación y desestacionalización del sector turístico</b>
<b>Línea Estratégica PTGC Roquetas</b>	2. Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad
<b>Objetivo General PTGC</b>	d) Mejora del producto existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos
<b>Línea Estratégica Plan Meta 2027</b>	L.E.5. Estrategias desestacionalizadoras
<b>Objetivos</b>	
Potenciar una oferta turística diversa y reducir la estacionalidad del sector turístico en Roquetas de Mar.	
<b>Descripción</b>	
<p>Aprovechando el clima templado y soleado de Roquetas de Mar durante todo el año, esta actuación se centra en potenciar la oferta de deportes de playa como herramienta clave para diversificar el turismo y romper con la estacionalidad.</p> <p>Bajo el nombre "Deportes de Playa todo el año", se busca crear un entorno preparado y equipado para la práctica de deportes de playa de manera continua, impulsando la actividad turística en meses de menor afluencia.</p> <p>El Ayuntamiento dotará espacios específicos de las playas con materiales e infraestructuras permanentes para deportes como balonmano, fútbol playa y vóley playa. Esta inversión en infraestructura permitirá la organización de eventos semanales y competiciones abiertas para todos los niveles, atrayendo tanto a deportistas amateurs y profesionales como a familias y grupos de amigos que buscan actividades recreativas al aire libre.</p> <p>La disponibilidad de instalaciones durante todo el año contribuirá a atraer a nuevos perfiles de visitantes y a mantener el interés de aquellos que ya disfrutaban de Roquetas de Mar como destino deportivo. Además de fortalecer el flujo turístico y la ocupación en temporada baja, esta iniciativa generará un incremento en el gasto turístico en alojamiento, gastronomía y comercio local, generando beneficios para la economía del municipio.</p> <p>Con "Deportes de Playa todo el año", Roquetas de Mar se posicionará como un destino innovador en el ámbito del turismo deportivo y recreativo, adaptándose a las tendencias de turismo activo y saludable. Esta propuesta no solo diversifica los atractivos del destino, sino que también crea un espacio inclusivo y de calidad para que turistas y residentes puedan disfrutar de actividades al aire libre, integrando deporte, ocio y sostenibilidad en la oferta turística del municipio.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Aumento de turistas en épocas no estacionales.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
<b>48 meses</b>	

INICIATIVA (ICT) D.2	Creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico
Línea Estratégica PTGC Roquetas	2. Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad
Objetivo General PTGC	d) Mejora del producto existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos
Línea Estratégica Plan Meta 2027	L.E.5 Estrategias desestacionalizadoras
<b>Objetivos</b>	
El objetivo de esta iniciativa es posicionar Roquetas de Mar como destino de turismo gastronómico por medio de la explotación innovadora de los recursos.	
<b>Descripción</b>	
<p>La gastronomía de Roquetas de Mar es un pilar esencial de la identidad cultural, económica y social del municipio, y representa una oportunidad inmejorable para enriquecer la experiencia de los visitantes mediante una oferta gastronómica auténtica y de calidad. Esta iniciativa busca fortalecer la conexión entre los turistas y la riqueza culinaria de Roquetas de Mar, destacando el valor de los productos locales y la tradición gastronómica de la región.</p> <p>Una de las actuaciones clave será la <u>dotación del Mercado de Abastos de infraestructura adecuada para la realización de actividades gastronómicas</u>. Estas mejoras permitirán la organización de eventos como <i>showcooking</i>, catas, presentaciones de productos locales y jornadas de degustación, creando un espacio dinámico donde los visitantes puedan experimentar de primera mano los sabores de Roquetas de Mar. Este enfoque convierte al mercado en un punto de referencia para el turismo gastronómico, generando un ambiente vibrante y atractivo tanto para turistas como para residentes.</p> <p>Además de potenciar el mercado como centro de experiencias gastronómicas, esta actuación fomenta el consumo de productos de proximidad y fortalece el tejido empresarial local, beneficiando a productores, comerciantes y profesionales del sector alimentario. La promoción de estos productos a través de eventos y actividades en el Mercado de Abastos no solo apoya la economía local, sino que también posiciona a Roquetas de Mar como un destino de referencia en turismo gastronómico.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Fortalecimiento de la cultura gastronómica de Roquetas de Mar.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
48 meses	

<b>INICIATIVA (ICT) D.3.</b>		<b>Mejora del Puerto Deportivo y Fuente de Aguadulce</b>
<b>Línea Estratégica PTGC Roquetas</b>	2. Aumentar la diversidad de la oferta turística y combatir la estacionalidad	
<b>Objetivo General PTGC</b>	d) Mejora del producto existente y creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos.	
<b>Línea Estratégica Plan Meta 2027</b>	L.E. 5 Estrategias desestacionalizadoras	
<b>Objetivos</b>		
El objetivo de esta iniciativa es crear un nuevo mirador en el puerto deportivo de Aguadulce y convertirlo en un nuevo referente turístico.		
<b>Descripción</b>		
<p>El puerto deportivo de Aguadulce se encuentra en la localidad de Roquetas de Mar, a escasos 8 kilómetros de la capital. Este puerto alberga una amplia selección de restaurantes y una sólida infraestructura turística, con numerosos hoteles. Estas características lo convierten en el lugar ideal como punto de partida para explorar los alrededores de la costa de Almería.</p> <p>El Puerto deportivo de Aguadulce tiene más de 750 amarres y 170.462 m2 totales de puerto.</p> <p>El objetivo de esta iniciativa es crear un nuevo mirador en el puerto deportivo de Aguadulce convirtiendo el punto en un nuevo referente turístico.</p> <p>Entre las actuaciones que podrían desarrollarse dentro de esta ICT, estarían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adecuación del espacio: asientos, catalejos, pérgolas, paneles interpretativos, iluminación, etc.</li> <li>- Dotación de recursos: telescopios de columna, tótem, etc.</li> </ul> <p>Además, se pretende crear este mirador también de forma interactiva que permita a los turistas hacer accesible todos los rincones donde el mirador de telescopio no puede alcanzar.</p> <p>Esta digitalización se llevará a cabo a través de fotografías de 360º de alta calidad y se incorporará locuciones descriptivas de interés turístico.</p> <p>Además, esta iniciativa recoge <u>la restauración de la fuente origen de Aguadulce</u>. La fuente se sitúa al principio del pueblo, debajo de la carretera del Cañarte. En la década de los 80, se empezó a construir el puerto deportivo y esta quedó destruida. El objetivo de su restauración es crear un nuevo producto de interés e identidad turística del municipio.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>		
<b>Resultados Esperados</b>		
Aumento de visitas de turistas en el puerto deportivo de Aguadulce.		
<b>Plazo de ejecución</b>		
<b>24 meses</b>		

INICIATIVA (ICT) E.1		Fomento de la calidad como gestión turística inteligente
Línea Estratégica PTGC Roquetas	3. Impulsar y desarrollar una gestión turística integral e inteligente	
Objetivo General PTGC	e) Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.	
Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027	L.E.1. Nuevo modelo de Gobernanza L.E.3. Modelo de competitividad integral turística L.E.4. Calidad como el eje transversal	
<b>Objetivos</b>		
El objetivo de esta iniciativa es la modernización de la gestión de Roquetas de Mar como destino turístico, la homogenización de la calidad de los servicios, así como el incremento de la satisfacción de los turistas en su visita a la ciudad.		
<b>Descripción</b>		
<p>La gestión de la calidad juega un papel fundamental en el desarrollo turístico de Roquetas de Mar. Con el objetivo de ofrecer una experiencia excepcional a los visitantes y fortalecer la posición del destino, se ha priorizado la mejora continua de la calidad en todas las áreas turísticas. En este sentido, se han identificado diversas actuaciones clave que podrían llevarse a cabo en el marco de la iniciativa de Fomento de la calidad como gestión turística inteligente.</p> <p>Entre las actuaciones que podrían desarrollarse dentro de esta ICT, estarían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Implantar sello SICTED en nuestro destino</u>: Este programa, desarrollado por la Secretaría de Estado de turismo, tiene como objetivo principal lograr un nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista. Es necesario realizar actuaciones que provoquen una respuesta efectiva tras la implantación de este sello en nuestro destino y un impacto directo en el tejido turístico de la ciudad, adhiriendo el mayor número de empresas posibles y realizar actuaciones de promoción que consoliden Roquetas de Mar como destino de calidad.</li> <li>- <u>Certificación DTI</u>: Un destino turístico inteligente (DTI) va más allá del uso de la tecnología. Para optar a esta certificación que reconozca a Roquetas como destino inteligente se deberán adoptar medidas bajo 5 ejes estratégicos: Gobernanza, Innovación, Tecnología, Accesibilidad Universidad y Sostenibilidad, en sus vertientes económica, sociocultural y medioambiental.</li> </ul> <p>A través de esta iniciativa se pretende llevar a cabo actuaciones para cumplir con los requisitos de la Norma UNE 178501. La certificación aporta el reconocimiento de los esfuerzos y logros alcanzados, así como la visión de expertos independientes, contribuyendo a la eficacia del sistema de gestión y a su mejora continua.</p> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>		
<b>Resultados Esperados</b>		
Incremento en las valoraciones de satisfacción de los turistas.		
<b>Plazo de ejecución</b>		
48 meses		

<b>INICIATIVA (ICT) E.2</b>	<b>Actuaciones para favorecer la participación social en actividades dirigidas al turismo</b>
<b>Línea Estratégica PTGC Roquetas</b>	4. Mejora de la Calidad Turística enfocada hacia la mejora continua
<b>Objetivo General PTGC</b>	e) Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística
<b>Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027</b>	L.E.1 Nuevo modelo de Gobernanza L.E.3 Modelo de competitividad integral turística L.E.4. Calidad como el eje transversal
<b>Objetivos</b>	
El objetivo de esta actuación es involucrar a la ciudadanía en las actividades promovidas en materia de turismo, así como fomentar el interés por el emprendimiento turístico en Roquetas de Mar.	
<b>Descripción</b>	
<p>Esta iniciativa profundiza en el potencial de la participación ciudadana como herramienta para el diagnóstico y planificación turística en su gestión y en el manejo de impactos. La iniciativa se dirige a ofrecer un espacio útil para la reflexión ciudadana en torno a las implicaciones del modelo turístico-urbanístico a escala local y sus posibilidades de desarrollo futuro, así como proporcionar un mecanismo para el acercamiento de las necesidades y opiniones ciudadanas a los procesos de planificación y toma de decisiones municipales en materia de turismo.</p> <p><b>Entre las actuaciones que podrían desarrollarse dentro de esta ICT, estarían:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora integral del Aula del Mar para potenciar su valor educativo y de sensibilización ambiental a través de la digitalización y la tecnología de realidad virtual. Esta inversión contempla actualizar las instalaciones de la primera y segunda planta, que actualmente muestran la biodiversidad marina y la importancia de la Posidonia oceánica en el ecosistema local, con elementos interactivos y audiovisuales que incluirán simulaciones en realidad virtual, paneles digitales y experiencias inmersivas para un aprendizaje más profundo y dinámico.</li> <li>- Y, la adecuación de espacio de una tercera planta en el Aula del Mar para jornadas formativas y sala de conferencias dirigidas al turismo en la ciudad. El Aula del Mar es un museo que nace de la necesidad de poner en alza los valores del municipio para conseguir un desarrollo sostenible.</li> </ul> <p>Este espacio abarca aproximadamente 500 metros cuadrados e incluye áreas donde se puede escuchar el sonido del mar, espacios dedicados a los cetáceos, réplicas de delfines que se encuentran en la zona costera local, juegos interactivos, un panel informativo sobre la avifauna local y un acuario recreado que representa la Posidonia y las especies asociadas.</p> <p>Con la adecuación de este espacio se podrá disfrutar de un lugar de encuentro entre profesionales del sector turístico en el que abordar, entre otros, el potencial del sector turístico en Roquetas de Mar y aprovechar las sinergias entre los diferentes profesionales del sector. Se trata de destinar una parte de este museo a un espacio dedicado exclusivamente para el debate sobre cómo el turismo puede convertirse en un catalizador de desarrollo socioeconómico de Roquetas de Mar.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Incremento de la participación ciudadana en estrategias vinculadas con el turismo. Aumento del interés por el emprendimiento turístico.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
<b>36 meses</b>	

<b>INICIATIVA (ICT) F.1.</b>	<b>Promoción y marketing para el fortalecimiento de Roquetas de Mar como destino turístico</b>
<b>Línea Estratégica PTGC Roquetas</b>	3. Impulsar y desarrollar una gestión turística integral e inteligente que contribuya a la mejora del posicionamiento turístico
<b>Objetivo General PTGC</b>	f) Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local
<b>Línea/s Estratégica/s Plan Meta 2027</b>	L.E.6 Optimización del marketing turístico
<b>Objetivos</b>	
El objetivo de esta iniciativa es impulsar y desarrollar Roquetas de Mar como destino turístico a través de acciones de promoción y marketing.	
<b>Descripción</b>	
<p>El objetivo de esta iniciativa es llevar a cabo actuaciones de promoción y marketing para el fortalecimiento de Roquetas de Mar como destino turístico.</p> <p>Entre las actuaciones que podrían desarrollarse en esta ICT, estarían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Creación de producto turístico “Turismo Mice”</b></li> <li>- <u>Ferias de Innovación Turística</u> con empresas de diferentes mercados.</li> <li>- <u>Congreso Internacional “RoqueTurismo”</u>: Un congreso al año de diferentes temáticas.</li> <li>- <u>Fam Trip</u>.</li> <li>- <u>Acuerdos con aerolíneas</u>: Se desarrollarán acciones promocionales que contribuyan a difundir el destino Roquetas de Mar en sus principales mercados.</li> </ul> <p>En cualquier caso, los proyectos que se acometerán en el ámbito de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.</p>	
<b>Resultados Esperados</b>	
Reconocimiento de Roquetas de Mar como destino turístico a través de su propia marca turística.	
<b>Plazo de ejecución</b>	
<b>48 meses</b>	

## 4.4. CRONOGRAMA

ICT	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
A.1 Proyecto Aniversario URBA				
A.2. Mejora de las infraestructuras y acondicionamiento de las playas de Roquetas de Mar				
B.1. Adecuación de espacios y productos turísticos que promuevan un entorno inclusivo				
C.1. Mejora de las competencias profesionales del sector turístico por medio de la formación				
C.2. Mejora de accesos y señalización de recursos turísticos urbanos y naturales				
C.3. Actuaciones para la mejora de la atención al turista				
D.1. Actuaciones para favorecer la diversificación y desestacionalización del sector turístico				
D.2. Creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico				
D.3. Mejora del Puerto Deportivo y Fuente de Aguadulce				
E.1. Fomento de la calidad como gestión turística inteligente				
E.2. Actuaciones para favorecer la participación social en actividades dirigidas al turismo				
F.1. Promoción y marketing para el fortalecimiento de Roquetas de Mar como destino turístico				

## 5. MARCO FINANCIERO

Tanto la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior como el Ayuntamiento de Roquetas de Mar se comprometen a aportar, a través del Convenio de colaboración mediante el cual se articule el Plan, un 50% de la inversión total del citado Plan Turístico, respetando en todo caso los objetivos de sostenibilidad y estabilidad presupuestaria, de acuerdo con lo previsto en el artículo 9.2 b) del citado Decreto 146/2016, de 30 de agosto.

Estos compromisos de financiación únicamente serán exigibles en el supuesto de efectiva suscripción por ambas partes del correspondiente Convenio de colaboración por el que se articule el Plan, teniendo hasta entonces carácter meramente programático.

## 6. CAUSAS Y PROCEDIMIENTO DE MODIFICACIÓN Y EXTINCIÓN DEL PLAN

### 6.1. PROCEDIMIENTO

Uno de los elementos fundamentales para garantizar la utilidad práctica de la elaboración de un procedimiento de modificación y extinción de las actuaciones previstas en el Plan es que se disponga de un sistema ágil y de sencilla aplicación para efectuar las eventuales actualizaciones que pudieran ser necesarias para el correcto desarrollo y ejecución del Plan, garantizando su ajuste a las circunstancias cambiantes del desarrollo de las operaciones especificadas e incrementando por lo tanto las posibilidades de su correcta implementación.

El procedimiento para modificar el Plan se iniciará siempre de oficio por acuerdo de la Dirección General de Turismo, bien por iniciativa propia, como consecuencia de petición razonada de otros órganos o a instancia del Ayuntamiento.

Cuando el alcance de la modificación produzca una alteración de las determinaciones del Plan prevista en los apartados a), b), y c) del artículo 11 del Decreto 146/2016, será necesario someter los términos de la modificación a los trámites de audiencia y de información públicas previstos para la elaboración del Plan, debiendo el Ayuntamiento emitir un informe de valoración de dichos trámites.

Tras el análisis del informe de valoración, la Dirección General de Turismo determinará si existen causas de modificación o extinción del Plan. En este último caso, será necesaria la tramitación de un nuevo procedimiento de elaboración.

La tramitación de este procedimiento deberá iniciarse de forma inmediata a la aparición a las circunstancias que la motiven y con antelación mínima de cuatro meses a la finalización del plazo de ejecución y de justificación concedido, salvo cuando medien causas de fuerza mayor.

La Dirección General de Turismo dará audiencia al Ayuntamiento sobre el acuerdo por el que se adopte la decisión de iniciar o no el procedimiento. La denegación deberá motivarse.

El procedimiento de modificación del Plan se resolverá mediante Orden de la persona titular de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, que será notificada en un plazo no superior a dos meses, previa instrucción del correspondiente procedimiento en el que, junto a la propuesta razonada del órgano instructor, se acompañarán de los informes pertinentes y las alegaciones que, en su caso, hubiera presentado el Ayuntamiento.

La modificación surtirá efecto desde el mismo día de la firma de la Orden de aprobación, y será objeto de notificación al Ayuntamiento y publicación en la página web de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior y del Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

El procedimiento de extinción, salvo en caso de finalización del periodo de vigencia, que se constatará de forma automática, se tramitará conforme a lo previsto para el procedimiento de modificación del Plan.

## 6.2. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL PLAN

El Plan podrá modificarse por la concurrencia de cualesquiera causas sobrevenidas, siempre que sean debidamente justificadas, sin que en ningún caso la modificación pueda suponer la alteración de la finalidad, límites y objetivos generales previstos en el artículo 3 del Decreto 146/2016, de 30 de agosto.

### 6.3. CAUSAS DE EXTINCIÓN DEL PLAN

El Plan se extinguirá por la concurrencia de las causas que, debidamente justificadas, se detallan en el mismo, entre las cuales deberán constar al menos las siguientes:

- a) Transcurso del plazo de vigencia del Plan incluidas, en su caso, las prórrogas que hayan sido acordadas.
- b) Incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes del convenio que se suscriba en desarrollo del Plan.
- c) Alteración sustancial de las determinaciones contenidas en los apartados a), b) o c) del artículo 11 del Decreto 146/2016, de 30 de agosto, que exijan, a criterio razonado de la Dirección General de Turismo, la tramitación de un nuevo Plan.
- d) Resolución judicial declaratoria de la nulidad del Plan.

El procedimiento de extinción, salvo para el caso de finalización de su período de vigencia, que se constatará de forma automática, se tramitará conforme a lo previsto para el procedimiento de modificación del Plan.

## 7. GESTIÓN DEL PLAN

La gestión del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar corresponderá a la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, a través de sus medios propios, tanto personales como materiales, dando cuenta sobre su desarrollo y cumplimiento al Consejo Andaluz del Turismo.

La concreción de las actuaciones que conformen las Iniciativas de Contenido Turístico se llevará a cabo en el Convenio de colaboración mediante el cual se articule la ejecución del Plan, suscrito por la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior y el Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

El Ayuntamiento ejecutará las actuaciones previstas en el Convenio de colaboración de acuerdo con su potestad de autoorganización, dando cuenta a la Comisión de Seguimiento del citado convenio.

## 8. FÓRMULAS DE COORDINACIÓN, COOPERACIÓN Y COLABORACIÓN ENTRE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS IMPLICADAS Y ENTRE ÉSTAS Y EL SECTOR TURÍSTICO

La gestión tanto del Plan como del respectivo Convenio de colaboración se inspirará en los principios de transparencia, colaboración y lealtad institucional. Para ello, existirá comunicación permanente entre la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior y el Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

El Consejo Andaluz del Turismo, como órgano consultivo y de asesoramiento de la Administración de la Junta de Andalucía en materia de turismo, en el que están representados los gobiernos locales andaluces a través de la asociación de municipios y provincias de carácter autonómico de mayor implantación y las entidades y organizaciones más representativas en el sector turístico andaluz, actuará como foro de participación institucional y diálogo entre las Administraciones Públicas implicadas y el sector turístico.

## 9. MECANISMOS DE EVALUACIÓN DEL PLAN

La principal herramienta de seguimiento y evaluación del Plan será la Comisión de seguimiento que se cree en el marco del Convenio de colaboración mediante el que se articule el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar, compuesta en la forma determinada en el mismo por representantes de la Dirección General de Turismo de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior y del Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

El Ayuntamiento suministrará a Dirección General de Turismo, al menos con carácter trimestral, información sobre la ejecución de las actuaciones previstas en el Convenio de colaboración, para su posterior análisis en la Comisión de Seguimiento.

La Dirección General de Turismo elaborará informes anuales de evaluación sobre la base de la información suministrada por la citada Comisión de Seguimiento.

En virtud de lo dispuesto en el artículo 7 del Decreto 232/2013, de 3 de diciembre, por el que se regula la organización y el régimen de funcionamiento del Consejo Andaluz del Turismo, este órgano recibirá puntual información sobre el desarrollo y cumplimiento del Plan.

## 10. ACCIONES PARA LA DIFUSIÓN Y CONOCIMIENTO DEL PLAN

Ha de resaltarse el proceso participativo realizado, que legitima los contenidos recogidos en este documento, aportando sostenibilidad al futuro Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar. En este sentido, se puede afirmar que con este cauce de participación abierto se genera la base participativa con la que construir el Plan Turístico. Dos han sido los espacios de participación desarrollados.

### A. REUNIÓN DE TRABAJO INICIAL: PRESENTACIÓN DE LA INICITIVA. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES PROBLEMAS Y RETOS.

En esta primera reunión, celebrada el 18 de octubre de 2021, el Ayuntamiento se encargó de presentar la intención municipal de solicitar a la Junta de Andalucía ser objeto de un Plan Turístico de Grandes Ciudades. En este contexto, se explicó el proceso recogido en el Decreto 146/2016 de 30 de agosto y, concretamente, se detallaron los pasos que el Ayuntamiento iba a dar para la confección de la Memoria Justificativa a presentar junto con la solicitud del PTGC.

Además, esta reunión se complementó con un proceso participativo que permitiera las aportaciones de los asistentes sobre la identificación de los principales problemas y retos que tiene la ciudad para consolidarse como destino turístico. En este sentido, se diseñó un formulario que, a través de una serie de preguntas abiertas pretendía, recoger dichas aportaciones.

### B. ENTREVISTAS CON INFORMANTES CLAVE.

Con el objeto de enriquecer el diagnóstico en esta fase inicial del Plan, se llevaron a cabo entrevistas con los agentes clave más representativos del sector turístico del municipio de Roquetas de Mar.

Los objetivos de estas entrevistas fueron:

Por un lado, recoger las necesidades y objetivos básicos del turismo en el municipio. Y, por otro lado, conocer los principales problemas y retos que tiene el municipio para consolidarse como destino turístico.

Es fundamental llevar a cabo un proceso participativo con los agentes claves ya que son conocedores de la realidad local y pueden aportar una visión holística de la situación turística de la ciudad, así como sus tendencias y escenarios previsibles.

Una vez aprobado el Plan estamos comprometidos en promocionar nuestro Plan Turístico de Grandes Ciudades a través de diversos medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. Está prevista la creación de una página web dedicada exclusivamente al Plan Turístico, donde se podrán encontrar todas las novedades, eventos y actividades relacionados con el mismo. Asimismo, se ha establecido una estrategia de redes sociales para difundir información y noticias sobre el plan a una amplia audiencia.

Por otro lado, habría que destacar la colaboración que se ha producido entre los distintos organismos e instituciones turísticas de la región, a fin de garantizar una coordinación adecuada en la promoción del turismo en Andalucía.

Asimismo, estamos comprometidos en participar activamente en ferias y eventos turísticos tanto nacionales como internacionales, para dar a conocer nuestro plan y atraer a un mayor número de turistas.

## 11. PERÍODO DE VIGENCIA DEL PLAN

El Plan tendrá una vigencia de cuatro años a contar desde su aplicación efectiva, sin perjuicio de la posibilidad de prórroga por un periodo de hasta cuatro años adicionales.

La prórroga surtirá efectos desde el mismo día de la firma de la Orden de aprobación, y será objeto de publicación en la página web de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior y del Ayuntamiento de Roquetas de Mar.

La aplicación efectiva del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Roquetas de Mar comenzará con la firma del Convenio de colaboración mediante el cual se articule. A efectos de lo establecido en el artículo 2 del Decreto 146/2016, de 30 de agosto, el Plan se entenderá vigente hasta la liquidación definitiva de las actuaciones contempladas en dicho Convenio.