



Ayuntamiento
de **Constantina**



PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO (2026-2030)

Constantina

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	2
1. ANÁLISIS INTERNO	5
1.1 Análisis geográfico y de la conectividad	5
1.2 Principales recursos e infraestructuras turísticas	7
1.3 Análisis de la Oferta Turística	11
1.4 Análisis de la Demanda Turística	14
1.5 Análisis de la Gobernanza Turística	16
2. ANALISIS EXTERNO	18
2.1 Factores sociodemográficos	18
2.2 Factores tecnológicos	19
2.3 Factores económicos	19
2.4 Factores ambientales	20
2.5 Factores políticos	20
2.6 Factores legales	21
3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN	22
3.1 Matrices DAFO	22
3.2 Matriz Producto-Mercado	29
4. PROPUESTA DE VALOR	30
5. MARCO ESTRATÉGICO	32
5.1 Principios rectores del Plan	32
5.2 Misión, Visión y Valores	34
6. OBJETIVOS GENERALES	35
7. EJES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	37
8. PROPUESTAS DE ACTUACIÓN	39
Eje 1: Transición Verde y Sostenible	39
Eje 2: Mejora de la Eficiencia Energética	44
Eje 3: Transición Digital	47
Eje 4: Competitividad	52

RESUMEN EJECUTIVO

El Plan Estratégico de Turismo de Constantina 2026-2030, es una hoja de ruta técnica diseñada para transformar el municipio en el referente del turismo rural y enogastronómico de la provincia de Sevilla, aprovechando su estatus único en el corazón del **Geoparque Mundial de la UNESCO Sierra Morena de Sevilla**.



1. El Destino: Potencial y Diagnóstico

Constantina se presenta como un destino de alta densidad de recursos, con una oferta alojativa excepcional de **511 plazas regladas** (8,9 plazas por cada 100 habitantes) y un tejido de restauración consolidado de **26 establecimientos**.

Factores Diferenciales

- **Patrimonio:** Conjunto Histórico-Artístico con activos B.I.C. como la **Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación**, el **Castillo** y la **Morería**.
- **Naturaleza:** Nodo central del Geoparque con el **Sendero de Los Castañares** y cercanía al **Cerro del Hierro**.
- **Identidad Industrial:** Tradición destiladora de anís y cremas única en la región, motor del "Turismo de Destilados" y una tradición vitivinícola con bodegas de prestigio.

Retos Críticos (DAFO)

- **Debilidades:** Inexistencia de estación ferroviaria en el núcleo, brecha digital en la promoción y falta de personal técnico especializado.
- **Amenazas:** Incendios forestales y competencia regional.

2. Visión y Marco Estratégico

El Plan se alinea con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y los fondos **Next Generation EU**, bajo una misión clara: profesionalizar la gestión turística mediante la innovación y la sostenibilidad.

- **Misión:** Consolidar un modelo de excelencia rural basado en la sostenibilidad del entorno UNESCO y el patrimonio industrial.
- **Visión 2030:** Ser referente como **destino inteligente de interior** de Andalucía occidental, reconocido por su oferta digitalizada, accesible y desestacionalizada.

3. Ejes de Actuación y Proyectos Clave

Se han definido **12 propuestas de actuación** organizadas en 4 ejes estratégicos:

Eje 1: Transición Verde y Sostenible

- Homologación de la red de senderos circulares (PR y SL).
- Tematización de la "**Ruta del Agua**" y "**Ruta de los enológica**".
- Adecuación y limpieza de accesos a la **Cueva de la Sima**.

Eje 2: Eficiencia Energética

- Sistema de **alerta temprana contra incendios** mediante sensórica IoT en el castañar.
- Alumbrado monumental LED inteligente para el Castillo y la Morería.
- Movilidad sostenible: punto de préstamo de **bicicletas eléctricas**.

Eje 3: Transición Digital

- Creación de un **Portal Turístico Exclusivo** con motor de reservas de experiencias.
- Sistema de **Realidad Aumentada** para la reconstrucción virtual del Castillo.
- Adhesión a la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI)**.

Eje 4: Competitividad y Calidad

- Implantación integral del sistema de calidad **SICTED** en el sector privado.
- Dotación de una **Vía Ferrata** para diversificar el turismo activo.

4. Implementación y Gobernanza

Para garantizar la ejecución, el Plan propone la creación de un **Consejo Municipal de Turismo** (público-privado).

Este enfoque técnico asegura que Constantina no solo conserve su esencia tradicional, sino que compita en la vanguardia del mercado turístico global, garantizando el bienestar de sus residentes y la preservación de su entorno natural.

1 ANÁLISIS INTERNO

1.1 Análisis Geográfico y de la Conectividad

Constantina es un municipio situado en el cuadrante noreste de la **provincia de Sevilla**, en la comarca de la **Sierra Morena Sevillana**, integrándose plenamente en el **Parque Natural Sierra Morena de Sevilla** (Geoparque Mundial de la UNESCO). Su ubicación la sitúa como un centro neurálgico del turismo de interior en Andalucía occidental.

Situación Geográfica y Límites

El término municipal de Constantina es uno de los más extensos de la comarca, con **481,31 km²**. Limita con ocho municipios, lo que le otorga una posición de **punto de encuentro regional**:

- **Norte:** Alanís y San Nicolás del Puerto.
- **Sur:** Lora del Río y Villanueva del Río y Minas.
- **Este:** Las Navas de la Concepción y La Puebla de los Infantes.
- **Oeste:** Cazalla de la Sierra y El Pedroso.

Esta posición geográfica facilita la conexión entre la Vega del Guadalquivir y las zonas más elevadas de la sierra, convirtiéndolo en un centro receptor de visitantes de diversas regiones de la provincia.

Población y Densidad

Constantina cuenta con una población de **5.744 habitantes** (datos de 2023), concentrados mayoritariamente en el núcleo urbano. A pesar de ser una de las localidades más pobladas de la comarca, su densidad poblacional es de **11,9 hab/km²**, lo que se considera **relativamente baja**. Esta baja densidad es un factor positivo para el desarrollo de un modelo de **turismo sostenible y de naturaleza**, evitando la masificación.

Conectividad por Carretera

La conectividad por carretera es el eje principal de llegada. Aunque la distancia a **Sevilla capital** es de unos **87 km**, el trayecto se realiza en aproximadamente una hora y cuarto. Las vías principales de conexión son:

- **A-455:** Eje fundamental que conecta Constantina con **Lora del Río**, permitiendo el enlace con la A-431 hacia Córdoba y Sevilla.
- **A-432:** Carretera que une la localidad con **El Pedroso y Cantillana**, sirviendo de acceso sur desde la capital.
- **A-452:** Conexión directa con **El Real de la Jara**, facilitando el flujo desde la Vía de la Plata (A-66).

Transporte Público y Ferroviario

Respecto al transporte municipal y regular, Constantina presenta limitaciones:

- **Autobuses:** El servicio regular es operado principalmente por la compañía **Autocares Monbus** con líneas que conectan Constantina con Sevilla (Estación de Plaza de Armas). La frecuencia es limitada, especialmente en fines de semana, lo que fomenta el uso del vehículo privado o el taxi local para desplazamientos turísticos.
- **Conexiones Ferroviarias:** Constantina **no cuenta con estación de tren en su núcleo urbano**. No obstante, dispone de la **Estación de Cazalla-Constantina** (situada a unos 15 km), por donde transcurre la línea de Media Distancia Sevilla-Mérida. Además, la estación de **Lora del Río** (a 27 km) ofrece servicios de Cercanías (C1) con una frecuencia mucho mayor, situándose como un nodo logístico clave para el turista que utiliza el ferrocarril.
- **Taxi:** Se dispone igualmente del servicio de taxi a demanda.

Conexiones Aéreas y Marítimas

En el plano de las conexiones de larga distancia destaca:

- **Aeropuerto de Sevilla (San Pablo):** Situado a **76 km**, es la principal puerta de entrada internacional, operando con más de 70 destinos europeos y nacionales.
- **Puerto de Sevilla:** Como único puerto fluvial comercial de España, se encuentra a unos **90 km**, con una terminal de cruceros que aporta un flujo puntual de visitantes interesados en excursiones de un día a la sierra

1.2 Principales Recursos e Infraestructuras turísticas

El municipio de Constantina posee una intensa historia humana que se remonta al Paleolítico, reflejando su papel histórico como nexo entre el norte de España y el Valle del Guadalquivir. Su riqueza patrimonial y natural permite articular una oferta diversa clasificada en tres tipologías principales:

Recursos e infraestructuras culturales

Constantina cuenta con un legado monumental excepcional, con centros históricos declarados **Bien de Interés Cultural (BIC)**. Algunos de estos recursos son:

- **Recursos materiales:**
 - **Castillo de Constantina:** Fortaleza situada en el cerro que domina la población. Aunque se encuentra parcialmente destruido, conserva la Torre del Homenaje la muralla perimetral y ofrece vistas panorámicas inigualables del entorno.
 - **Barrio de la Morería:** Núcleo de trazado medieval con calles estrechas y casas blancas que conservan el aire de su pasado histórico.
 - **Parroquia de Santa María de la Encarnación:** Imponente templo, del que destaca su torre campanario de 50 metros que marca el perfil de la localidad.
 - **Arquitectura Civil y Religiosa:** Incluye la Ermita de Nuestra Señora del Robledo (situada a 2 km) y la Ermita de Nuestro Padre Jesús, la y el Hospital de San Juan de Dios,

- **Recursos inmateriales:**
 - **Tradición Destiladora y Vinícola:** Constantina es famosa por su industria del vino, aguardientes, cremas. Destilerías como **La Violetera** y la **Destilería Constantina** funcionan como museos vivos de la tradición donde se realizan catas y se explican técnicas históricas de destilación.

Recursos e infraestructuras naturales

Al estar en el corazón del Geoparque, los recursos naturales son de importancia internacional.

- **Sendero de Los Castaños:** Una de las rutas más emblemáticas que atraviesa bosques de castaños, especialmente espectacular en otoño.
- **Cerro del Hierro:** (Monumento Natural cercano) Antiguo complejo minero y paisaje kárstico ideal para el senderismo y la escalada.
- **Centro de Visitantes El Robledo:** Instalación clave para la interpretación de la geodiversidad y biodiversidad del Parque Natural.

Recursos gastronómicos

La gastronomía local es un pilar de la propuesta de valor, marcada por productos de alta calidad y proximidad.

- **Enoturismo y Licores:** Tradición vitivinícola viva como se puede ver en las Bodegas Cazallo, Bodegas Fuente Fría, Bodegas Fuente Reina, Bodegas La Margarita, que ofrecen visitas guiadas y catas.
- **Productos del Ibérico y Micología:** Constantina destaca por sus carnes y embutidos de la dehesa, así como por sus jornadas micológicas en temporada.

Atractivo y potencialidad turística

Siguiendo la metodología de consulta al sector, se identifica una **potencialidad alta** para el enoturismo y el turismo activo (senderismo en Los Castaños) y una **potencialidad media-alta** para el turismo cultural (Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación, Castillo y Morería), condicionado a la mejora de la interpretación digital de estos espacios.

1.3 Análisis de la Oferta Turística

Este apartado analiza la infraestructura empresarial que sustenta la actividad turística en el destino, centrándose en el alojamiento, la restauración y la oferta complementaria. El análisis permite determinar la madurez del destino y su capacidad para absorber flujos de visitantes de pernoctación.

Oferta de alojamiento

Constantina presenta una oferta de alojamiento robusta y diversificada. Según datos extraídos del Registro de Turismo de Andalucía (a 31 de diciembre de 2024), la localidad cuenta con aproximadamente 511 plazas de alojamiento reglado, lo que supone un ratio de 8,9 plazas por cada 100 habitantes, una cifra elevada que indica una clara vocación turística.

Distribución por tipologías

A diferencia de otros destinos de interior más limitados, Constantina equilibra la oferta entre el alojamiento rural y los apartamentos:

- Casas Rurales: que cuentan con 175 plazas.
- Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural (VTAR): Gran peso en el municipio con 32 establecimientos y 211 plazas.
- Apartamentos Turísticos: Oferta creciente con 133 plazas.
- Viviendas con Fines Turísticos (VFT): con 37 plazas

Tipo de Alojamiento	N.º Establecimientos (1*)	Plazas Totales (2*)
Establecimiento Hotelero	-	-
Casa Rural	17	163
Viviendas Turísticas (VTAR)	32	211
Apartamentos Turísticos	5	100
Viviendas Fines Turísticos (VFT)	8	37
TOTAL	62	511

Fuente: Elaboración propia basada en SIMA (datos diciembre 2024)

Oferta de restauración

La restauración es uno de los motores económicos de Constantina. Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (SIMA 2024), el municipio cuenta con **26 establecimientos de hostelería**.

La oferta destaca por su especialización en productos locales, con un predominio de:

- **Asadores y Cocina Serrana:** Donde degustar las especialidades serranas de la caza y platos típicos de la comarca.
- **Bares de Tapas y Gastrobares:** Con una fuerte cultura del "tapeo" serrano.
- **Repostería Tradicional:** Negocios que complementan la experiencia gastronómica como el obrador Valle de la Osa y las del Monasterio de Ntra. Sra. de los Ángeles (Monjas Jerónimas)

1* - N° establecimientos:

https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badajozoperaciones/consulta/consulta?anexo=11763?CodOper=63_151&codConsulta=11763

2* - N° de plazas:

https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badajozoperaciones/consulta/consulta?anexo=11764?CodOper=63_151&codConsulta=11764

Oferta complementaria

Constantina ha desarrollado una oferta de experiencias que permiten alargar la estancia del turista:

- **Turismo Activo:** Empresas como *Cerro del Hierro Activities*, *NaturSpirit*, *Nugesport* , *TurNature* y *Viajes Sierra Sol*, ofrecen senderismo, escalada y rutas de aventura en el entorno del Geoparque. Junto a estas actividades, *BirdWild Tours* también ofrece la observación de aves, aprovechando el estatus de Reserva de la Biosfera del entorno.

1.4 Análisis de la Demanda Turística

Evolución y Estacionalidad de la Demanda

Constantina es un destino que experimenta una leve estacionalidad, condicionada principalmente por los ciclos turísticos habituales, de inicio de año, siendo estable el resto del tiempo. Aun así, se reconocen dos periodos bien identificados:

- **Picos de máxima afluencia:** Se concentran en los meses de otoño (octubre y noviembre), coincidiendo con la temporada micológica y el atractivo paisajístico del Sendero de Los Castaños, el Sendero de la Jurdana, el Sendero del Molino del Corcho, del Sendero del Cerro del Hierro y del Sendero de Campovid. También destaca el incremento de visitantes durante la Bajada de la Virgen, Semana Santa y la Feria de Agosto.
- **Valles de actividad:** El primer trimestre del año presenta una afluencia más baja, al igual que el resto de los destinos turísticos en este periodo.

Tipología del Turista

Según la infraestructura disponible y el tipo de recursos más consumidos, se identifican los siguientes segmentos predominantes:

- **Parejas y Turismo Senior:** Atraídos por la oferta de alojamientos rurales con encanto, el turismo cultural (Torre de la Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación, Castillo y Morería) y el enoturismo.
- **Grupos de Jóvenes y Escolares:** Gracias al Centro de Visitante del Robledo, Constantina se posiciona como un nodo para el turismo educativo y de convivencia en la naturaleza.

- **Turistas Activos:** Deportistas interesados en la escalada en el Cerro del Hierro o en el senderismo y MTB especializado a lo largo de todo el año. Así como actividades de paramotor.

Procedencia del Turista

La dependencia del mercado regional es muy notoria:

- **Turismo Intraautonómico:** Representa el grueso de la demanda (estimada en >85%), procediendo mayoritariamente de Sevilla capital y su área metropolitana, así como de otras provincias andaluzas cercanas como Huelva y Córdoba.
- **Turismo Nacional:** Visitantes procedentes principalmente de Madrid y Cataluña, interesados en la oferta de naturaleza y el producto ibérico.
- **Turismo Internacional:** Segmento minoritario pero creciente, atraído por el estatus de Reserva de la Biosfera y Geoparque Mundial de la UNESCO, centrado en actividades como la observación de aves (birdwatching).

•

Actividades Preferidas

El interés de la demanda en Constantina se centra en tres ejes principales:

1. **Turismo de Naturaleza:** Realización de rutas de senderismo y contacto con el ecosistema de dehesa.
2. **Gastronomía y Enoturismo:** Visitas a destilerías tradicionales y bodegas, así como el consumo de productos derivados del cerdo ibérico.
3. **Turismo Cultural:** Visitas monumentales al Castillo, Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación y el entorno del Barrio de la Morería.

1.5 Análisis de la Gobernanza Turística

La gobernanza se define como la piedra angular sobre la que debe girar la ejecución estratégica del destino. En Constantina, la toma de decisiones en materia turística trasciende a diversas áreas institucionales y colectivos socioculturales debido a la transversalidad del sector.

Estructura de Gestión Actual

- **Gestión Pública:** La gestión recae principalmente en la **Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Constantina**, que se encarga de la atención del punto de información turístico local y Oficina de Turismo, así como la coordinación con la Asociación de Amigos del Museo, que se encargan de la gestión y atención a los visitantes en el Museo de Artes y Costumbres.
- **Coordinación Supramunicipal:** Constantina se integra en la **Mancomunidad de Municipios de la Sierra Morena de Sevilla**, lo que permite sinergias en la promoción de la comarca bajo la marca "Sierra Morena de Sevilla". Asimismo, existe una estrecha colaboración con la dirección del **Parque Natural Sierra Morena de Sevilla** para la gestión del uso público de los senderos y espacios protegidos.

Colaboración Público-Privada

Constantina dispone de mecanismos de consulta, aunque es necesaria la creación de un ente de gestión público-privada más formalizado.

- **Tejido Empresarial:** Existe la **Asociación de Empresarios de Constantina (ADECCONS)**, que actúa como interlocutor con la administración local. Esta asociación es clave para coordinar eventos como la “Feria del Mosto, Vinos, Licores y Productos Ibéricos”.

Inteligencia y Calidad Turística

- **Red DTI:** Actualmente, Constantina participa en iniciativas de digitalización impulsadas por la Diputación de Sevilla (Prodetur), pero se recomienda una adhesión más proactiva a la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI)** para fomentar el intercambio de conocimiento y mejorar la obtención de datos para la toma de decisiones.
- **Sistemas de Calidad:** Constantina ha trabajado históricamente en la implantación del **SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos)** a través del ente gestor comarcal, lo que le otorga una ventaja competitiva en términos de profesionalización del sector.
- **Sostenibilidad Turística en Destino y Calidad Turística:** Actualmente se está trabajando en la obtención de ambas certificaciones, que apoyarán el potencial turístico y cultural de Constantina.

2. ANÁLISIS EXTERNO (MODELO STEEPLE)

El **Plan Estratégico de Turismo de Constantina 2026-2030**, procedemos a aplicar el análisis del macroentorno mediante el modelo **STEEPLE**. Este análisis es imperativo para adaptar la estrategia local a un entorno global cada vez más variable y competitivo.

2.1 Factores sociodemográficos

El sector turístico mundial muestra una recuperación consolidada tras la crisis sanitaria, con un cambio profundo en los hábitos de consumo que Constantina debe capitalizar.

- **Auge del "Turismo Slow":** Existe una tendencia creciente hacia viajes más largos y significativos, donde el turista busca conectar con la cultura local y desconectar de la tecnología. Un tercio de los viajeros nacionales planea realizar este tipo de estancias desde 2024.
- **Turismo Experiencial y de Naturaleza:** La demanda europea de turismo activo y de naturaleza sigue al alza. Los destinos que combinan patrimonio cultural, natural y gastronómico –como es el caso de Constantina– se posicionan como líderes potenciales.
- **Nuevas Estructuras Familiares:** El destino debe adaptar su oferta a segmentos diversos:
 - **Best-agers y Seniors Plus:** Adultos de entre 55 y 75 años, activos, interesados en la salud, la cultura y la gastronomía.
 - **Dinks y Singles:** Parejas jóvenes sin hijos o solteros con alta capacidad de gasto y flexibilidad para viajar fuera de temporada.
- **Nómadas Digitales:** La expansión del teletrabajo permite atraer a profesionales que buscan entornos rurales para trabajar de forma remota mientras mantienen un estilo de vida nómada.

2.2 Factores tecnológicos

La tecnología impregna todas las fases de la experiencia turística, desde la planificación hasta la postventa.

- **Inteligencia Artificial (IA):** Se presenta como una herramienta clave para la optimización de datos, la automatización de tareas y la mejora de la experiencia del cliente mediante la personalización.
- **Destinos Turísticos Inteligentes (DTI):** La gestión debe orientarse hacia un modelo innovador basado en infraestructuras tecnológicas de vanguardia que garanticen el desarrollo sostenible y la accesibilidad.
- **Tecnologías Emergentes:**
 - **Web 4.0 y M2M:** Incremento del uso de asistentes de voz y comunicación entre máquinas para ofrecer recomendaciones personalizadas.
 - **Big Data y Business Analytics:** Fundamentales para transformar el gran volumen de datos del sector en información útil para la toma de decisiones.

2.3 Factores económicos

A pesar del contexto inflacionista, el gasto en viajes se ha recuperado con fuerza, registrando máximos históricos en la actividad turística nacional.

- **Impacto en el PIB:** El turismo es un motor fundamental para la recuperación económica, aportando un valor añadido creciente mediante inversiones en productos de alta calidad.
- **Economía Circular:** El modelo productivo evoluciona hacia el "compartir, reutilizar y reciclar" para crear valor añadido y reducir la huella medioambiental. Esto incluye el suministro de productos locales y de temporada (Km 0).

- **Retos del Empleo:** El sector enfrenta una falta de personal cualificado, requiriendo mejoras en formación de idiomas y cultura de servicio para satisfacer la demanda actual.

2.4 Factores ambientales

La concienciación social a favor del medio ambiente es hoy un factor decisivo en la elección de un destino.

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):** Constantina debe alinear su política turística con los ODS, especialmente en la promoción de productos locales y la creación de empleo sostenible
- **Riesgos del Cambio Climático:** El sector es vulnerable a episodios meteorológicos extremos e incendios forestales, lo que obliga a invertir en sostenibilidad real como criterio de diferenciación.
- **Economía Verde:** El ecoturismo se reconoce como una forma enriquecedora de turismo que respeta el patrimonio natural y la población local, ajustándose a la capacidad de carga del territorio.

2.5 Factores políticos

La actividad turística está condicionada por las directrices estatales y europeas, especialmente en materia de financiación.

- **Fondos Next Generation EU:** Representan una oportunidad histórica para Constantina a través de los **Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD)**, destinados a dinamizar zonas rurales y afrontar el reto demográfico.
- **Estrategia de Turismo Sostenible 2030:** Un marco nacional que prioriza el crecimiento socioeconómico equilibrado y la preservación de los valores naturales.

2.6 Factores legales

La rápida evolución tecnológica y los nuevos modelos alojativos generan una complejidad legislativa creciente.

- **Regulación de Viviendas de Uso Turístico:** Un tema central en el debate público para mantener el equilibrio del entorno urbano y el acceso a la vivienda de los residentes.
- **Ley de Protección de Datos (RGPD):** Obliga a los profesionales del sector a manejar información sensible de manera segura y transparente.
- **Ley de Inteligencia Artificial:** Pionera a nivel europeo, establece límites éticos y de seguridad para el uso de sistemas generativos.

2.7 Factores éticos

El plan debe inspirarse en el **Código Ético Mundial para el Turismo**, promoviendo una actividad responsable y justa tanto para el turista como para el residente.

- **Respeto Mutuo:** El turismo debe ser un instrumento de entendimiento entre sociedades, reconociendo la riqueza de las tradiciones locales y fomentando la hospitalidad.
- **Derecho al Turismo:** Se debe facilitar el acceso al ocio a los grupos más vulnerables, como personas con diversidad funcional o personas mayores.

3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN (Matriz DAFO)

Este apartado es vital para priorizar las inversiones y esfuerzos comerciales basándonos en la realidad competitiva del destino.

3.1 Matrices DAFO

El diagnóstico DAFO ordena los resultados del análisis interno y externo para identificar los factores críticos que marcarán los objetivos estratégicos. Se divide en tres áreas de interés.

DAFO 1: Recursos, oferta y productos turísticos

DEBILIDADES

- **Conectividad Ferroviaria:** Inexistencia de estación de tren en el núcleo urbano, dependiendo de la estación de Cazalla-Constantina (a 15 km).
- **Señalética Analógica:** La señalización actual es interpretativa básica y carece de elementos inteligentes (códigos QR o tecnología NFC).
- **Personal Técnico:** Limitación de recursos humanos especializados en gestión turística avanzada y obtención de datos en tiempo real.
- **Accesibilidad Física:** Dificultades de movilidad en el trazado medieval del Barrio de la Morería y en el acceso a la zona alta del Castillo.
- **Oferta de Restauración:** Gran volumen de plazas pero con una concentración en categorías medias-bajas, con ausencia de establecimientos de alta distinción (Estrellas Michelin o Soles Repsol).

AMENAZAS

- **Competencia Regional:** Presión de otros destinos de la Sierra Morena de Sevilla (como Cazalla de la Sierra) con productos de naturaleza similares.
- **Riesgo Ambiental:** Alta vulnerabilidad a incendios forestales en verano, lo que puede cerrar rutas emblemáticas como Los Castañares.
- **Despoblación Comercial:** Cierre paulatino de comercios tradicionales por falta de relevo generacional, afectando a la experiencia del turista.

FORTALEZAS

- **Patrimonio Protegido:** Declaración de Conjunto Histórico-Artístico y Bienes de Interés Cultural (Castillo e Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación).
- **Ubicación Estratégica:** Situación en el corazón del Parque Natural Sierra Morena de Sevilla (Geoparque UNESCO).
- **Tradición Única:** Industria vitivinícola, destiladora de anís y cremas de renombre nacional como valor diferencial.
- **Calidad Alojativa:** Ratio de plazas por habitante muy superior a la media de interior (511 plazas para 5.744 habitantes).

OPORTUNIDADES

- **Fondos Europeos:** Acceso a Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) para la digitalización y transición verde.
- **Turismo Activo:** Potencial de crecimiento mediante la creación de nuevas infraestructuras (vías ferratas o senderos BTT).
- **Sinergias Supramunicipales:** Colaboración con el Geoparque para crear productos de geoturismo transfronterizos.

DAFO 1: Recursos, oferta y productos turísticos	
ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Protegido: Declaración de Conjunto Histórico-Artístico y Bienes de Interés Cultural (Castillo e Iglesia). 	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos Europeos: Acceso a Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) para digitalización y transición verde.
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación Estratégica: Situación en el corazón del Parque Natural Sierra Morena de Sevilla (Geoparque UNESCO). 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Activo: Potencial de crecimiento mediante la creación de nuevas infraestructuras como vías ferratas.
<ul style="list-style-type: none"> • Tradición Única: Industria destiladora de anís y cremas de renombre nacional como valor diferencial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sinergias Supramunicipales: Colaboración con el Geoparque para crear productos de geoturismo.
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Alojativa: Ratio de plazas por habitante (8,9 por cada 100 hab.) muy superior a la media de interior. 	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad Ferroviaria: Inexistencia de estación en el núcleo urbano (dependencia de la estación a 15 km). 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia Regional: Presión de otros destinos de la Sierra Norte con productos de naturaleza similares.
<ul style="list-style-type: none"> • Señalética Analógica: Falta de elementos inteligentes como códigos QR o tecnología NFC en recursos clave. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo Ambiental: Alta vulnerabilidad a incendios forestales en verano, afectando rutas como Los Castaños.
<ul style="list-style-type: none"> • Personal Técnico: Limitación de recursos humanos especializados en gestión turística avanzada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Despoblación Comercial: Cierre paulatino de comercios tradicionales por falta de relevo generacional.
<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad Física: Dificultades de movilidad en el trazado medieval del Barrio de la Morería. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obsolescencia Tecnológica: Rápida caducidad de los sistemas digitales aplicados al sector.

DAFO 2: Demanda y Mercados Turísticos

DEBILIDADES

- **Estacionalidad:** Concentración en fines de semana, con menor ocupación de lunes a jueves.
- **Falta de Datos:** Inexistencia de un sistema de monitorización del flujo de visitantes en espacios naturales (Big Data).
- **Perfil Joven:** Escaso impacto en el segmento de jóvenes por falta de una oferta de ocio nocturno y actividades de aventura digitalizadas.

FORTALEZAS

- **Fidelidad del Mercado:** Alta recurrencia del visitante de Sevilla capital y su área metropolitana.
- **Enoturismo Consolidado:** Creciente interés de parejas y grupos senior por las visitas a bodegas y destilerías.
- **Turismo Educativo:** Capacidad del Centro de Interpretación El Robledo para dinamizar grupos escolares.

DAFO 2: Demanda y Mercados Turísticos	
ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Fidelidad del Mercado: Alta recurrencia del visitante procedente de Sevilla capital y su área metropolitana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Interior: Constante crecimiento de la búsqueda de espacios poco masificados por la demanda.
<ul style="list-style-type: none"> • Enoturismo Consolidado: Creciente interés de parejas y turismo senior por las bodegas y destilerías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Slow: Aumento del interés por experiencias largas, auténticas y de desconexión digital.
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad Educativa: dinamización del Cetr de Interpretación El Robledo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nómadas Digitales: Atracción de profesionales que buscan trabajar en entornos rurales de alta calidad ambiental.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Estacionalidad: Mayor concentración de visitantes en fines de semana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de Gasto: Impacto de la inflación en la capacidad de gasto del turista nacional.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Datos: Inexistencia de un sistema de monitorización (Big Data) del flujo en espacios naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio de Patrones: Nuevas necesidades de la demanda tras la crisis sanitaria no cubiertas actualmente.
<ul style="list-style-type: none"> • Perfil Joven: Escaso impacto en el segmento joven por falta de oferta de ocio nocturno y aventura digitalizada. 	

DAFO 3: Promoción y Comercialización

DEBILIDADES

- **Web Institucional:** Portal web orientado a la administración pública y no a la venta de experiencias o conversión turística.
- **Manual de Marca:** Inexistencia de una identidad corporativa turística unificada (Logotipo, Claim y estilos).
- **Redes Sociales:** Uso reactivo y poco dinámico, sin explotación de formatos como Reels o TikTok para captar nuevos mercados.

FORTALEZAS

- **Relatos Tradicionales:** Gran potencial narrativo (Storytelling) basado en la historia del añís, el vino y la historia de Constantina.
- **Experiencia Empresarial:** Bodegas y destilerías ya realizan labores de promoción directa efectiva.

DAFO 3: Promoción y Comercialización	
ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Relatos Tradicionales: Gran potencial de <i>storytelling</i> basado en la historia de los vinos y anísados. • Experiencia Privada: Las bodegas, destilerías y obradores locales ya poseen un <i>know-how</i> avanzado en promoción directa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias en RRSS: Nuevas corrientes que comparan el paisaje de dehesa con regiones como la Toscana. • Programa Creaturisme: Posibilidad de vincularse a la estrategia de posicionamiento de la comunidad autónoma. • Marketing de Influencia: Colaboraciones con bloggers especializados en turismo rural y gastronómico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Web Administrativa: Portal orientado a la gestión municipal y no a la conversión de experiencias turísticas. • Manual de Marca: Inexistencia de una identidad visual corporativa unificada para el turismo. • Redes Sociales: Contenido repetitivo y poco atractivo, con baja frecuencia de formatos como <i>reels</i> o TikTok. 	<ul style="list-style-type: none"> • Indefinición de Producto: La falta de especialización puede hacer infructuosos los esfuerzos promocionales. • Falta de Conocimiento: El desconocimiento del perfil exacto del visitante resta eficacia a las campañas comerciales. • Descoordinación Idiomática: La falta de traducción profesional al inglés resta competitividad internacional.

3.2 Matriz Producto-Mercado

Siguiendo la metodología de Boston Consulting Group adaptada al turismo, clasificamos los productos de Constantina según su posición competitiva actual y su atractivo de mercado.

Productos de Prioridad ALTA (Eje del modelo)

- **Turismo de Naturaleza y Senderismo:** Constantina es referente por el Sendero de Los Castaños. Es el producto con mayor capacidad de atracción actual.
- **Enoturismo y Destilados (Spirits Tourism):** Producto maduro y diferenciador. La visita a destilerías es una experiencia única en la provincia.
- **Turismo Cultural y Monumental:** Basado en la Torre Fachada de la Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación, el Castillo y el Barrio de la Morería. Requiere mejoras en interpretación, pero tiene una base sólida.

Productos de Prioridad MEDIA (Apuesta de futuro)

- **Turismo Gastronómico y Micológico:** Muy atractivo en otoño, pero requiere profesionalización para ser un producto "ancla" durante todo el año (p.ej. platos de caza permanentes).
- **Turismo Activo y Cicloturismo:** Gran potencial por la cercanía al Cerro del Hierro, pero necesita más empresas locales que operen en el término municipal.

Productos de Prioridad BAJA (Mantenimiento)

- **Astroturismo:** Aunque los cielos son de alta calidad (Reserva Starlight), la falta de miradores específicos y guías especializados sitúa este producto en una fase incipiente.

4 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es la razón de ser del destino Constantina. Es el conjunto de factores diferenciales que motivan a un turista a elegir la Sierra Norte de Sevilla frente a otros destinos rurales competitivos de la península. Para Constantina, esta propuesta se vertebra sobre el concepto "Geoparque, Dehesa, Patrimonio, Vinos y Destilados", una combinación de patrimonio natural de rango UNESCO y herencia industrial única en Andalucía.

¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?

- Cliente final: Proporcionamos una inmersión auténtica en el Geoparque Sierra Morena de Sevilla, donde el paisaje de castaños y dehesas se fusiona con un patrimonio monumental B.I.C. perfectamente conservado. El valor diferencial reside en la herencia destiladora y vitivinícola: la posibilidad de visitar fábricas y bodegas centenarias que operan bajo métodos tradicionales, ofreciendo una experiencia sensorial (olfativa y gustativa) que no existe en otros destinos de montaña.
- Trade (Intermediación): Constantina ofrece al sector profesional una infraestructura de acogida superior a la media rural, con más 500 plazas y un tejido empresarial familiar pero profesionalizado bajo estándares de calidad. Es un destino "llave en mano" para agencias que buscan combinar naturaleza, cultura y gastronomía de alta gama (ibérico y micología) a menos de 90 km de un aeropuerto internacional.

¿Qué necesidades de nuestros clientes podemos satisfacer?

- Cliente final: Satisface la necesidad de desconexión y bienestar físico a través de una red de senderos de alto valor ecológico, como Los Castañares, y la necesidad de seguridad y tranquilidad de un destino de interior no masificado. Atiende también al segmento de "coleccionistas de experiencias" que buscan aprender sobre geología (Cerro del Hierro) y etnografía andaluza.
- Trade: Cubre la demanda de productos turísticos segmentados para familias, grupos senior y turismo educativo. Además, garantiza una oferta gastronómica de proximidad (Km 0) que responde a la creciente exigencia de sostenibilidad por parte del mercado europeo.

¿Qué se espera del destino para superar las expectativas?

- Cliente final: Se espera un destino que, aunque tradicional, facilite la visita mediante herramientas digitales avanzadas (señalética inteligente, apps de interpretación geológica y realidad aumentada en el Castillo). El visitante espera que la hospitalidad serrana se traduzca en servicios accesibles y una oferta cultural dinámica durante todo el año.
- Trade: Se espera una gobernanza técnica proactiva que proporcione datos estadísticos fiables, una agenda digital de eventos sin solapamientos y acuerdos de co-marketing que posicionen a Constantina como la "Capital del Anís, Vino y la Dehesa".

5 MARCO ESTRATÉGICO

5.1 Principios rectores del Plan

Este Plan se alinea con las estrategias de vanguardia para garantizar su viabilidad técnica y financiera (acceso a fondos PSTD y Next Generation).

Sostenibilidad y Cambio Climático: El Plan asume el reto de proteger el ecosistema de la Sierra Norte. Se priorizará la gestión eficiente de recursos básicos, la prevención tecnológica de incendios en el castañar y el fomento de la economía circular en las bodegas y almazaras locales.

Adaptación al Mercado y Producto: Constantina no solo debe "mostrarse", sino "venderse". Esto implica diversificar sus productos para combatir la estacionalidad, transformando recursos pasivos en experiencias comercializables online.

Transformación Digital (DTI): Siguiendo el modelo de Destino Turístico Inteligente, se impulsará el uso de *Big Data* para conocer al turista, la implantación de tecnología NFC en el Barrio de la Morería y la creación de un portal de reservas integrado.

Gobernanza y Participación: La política turística no será solo municipal, sino consensuada con la Asociación de Empresarios (ADECCONS) y los colectivos civiles, bajo un marco de transparencia y colaboración público-privada.

Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (3^a)



El plan impactará directamente en:

- ODS 8 (Trabajo decente): Fomentando el empleo especializado en guías de naturaleza y sumilleres de destilados y vinos.
- ODS 11 (Ciudades sostenibles): Mejorando la accesibilidad en el conjunto histórico y la señalética urbana.
- ODS 12 (Consumo responsable): Potenciando el producto ibérico y vinícola de Km 0.
- ODS 13 (Acción por el clima): Implementando sistemas de alerta temprana y eficiencia energética en el alumbrado monumental.

Y de manera indirecta en los ODS siguientes:

- ODS 3: Salud y Bienestar de la población.
- ODS 4: Educación de calidad.
- ODS 7: Energía asequible y no contaminante.
- ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructuras.
- ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres.
- ODS 17: Alianzas para lograr los ODS.

3^a - ODS: <https://www.on.102.it/it/indicadores/objetivos-sustentables-desarrollo-sostenible>

5.2 Misión, Visión y Valores

Misión

Consolidar a Constantina como un modelo de excelencia en turismo rural y enogastronómico, fundamentado en la sostenibilidad de su entorno UNESCO y la valorización de su patrimonio industrial, generando riqueza endógena y empleo de calidad mediante la innovación tecnológica y la hospitalidad serrana.

Visión

Ser el destino inteligente de interior líder en Andalucía occidental para 2030, reconocido internacionalmente por su capacidad para maridar la conservación del Geoparque con una oferta digitalizada, accesible y segmentada que atraiga a un turista de alto valor añadido durante todo el año.

Valores

- **Sostenibilidad:** Respeto absoluto a la capacidad de carga de los senderos y recursos naturales.
- **Autenticidad:** Defensa de los métodos tradicionales de destilación y el trazado mudéjar como activos innegociables.
- **Calidad:** Compromiso con la mejora continua a través del sistema SICTED-CV/Andalucía.
- **Innovación:** Uso de la tecnología para democratizar el acceso a la cultura y la naturaleza (Realidad Virtual, DTI).
- **Colaboración:** Trabajo en red con los municipios del Geoparque y la Mancomunidad de Sierra Morena Sevillana.

6 OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos estratégicos de Constantina se diseñan para corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades detectadas en el diagnóstico previo. Se establecen las siguientes metas fundamentales para el periodo 2026-2030:

1. **Sostenibilidad Integral:** Promover un desarrollo turístico que responda al triple balance: económico (generación de riqueza local), ambiental (protección del Geoparque) y social (bienestar del residente).
2. **Valorización del Patrimonio:** Contribuir a la puesta en valor integral de recursos singulares como el Castillo de Constantina, el Barrio de la Morería y el Sendero de los Castañares, garantizando su interpretación y conservación.
3. **Gobernanza Colaborativa:** Fomentar la participación e implicación del tejido productivo local (ADECCONS, bodegas, destilerías y obradores) en la toma de decisiones turísticas del destino.
4. **Calidad y Excelencia:** Consolidar el sistema de calidad turística SICTED en toda la cadena de valor, mejorando la satisfacción y fidelización de la demanda.
5. **Transformación Digital:** Avanzar en el empleo de nuevas tecnologías (DTI, Big Data, Realidad Aumentada) para mejorar la eficiencia en la gestión y la experiencia del visitante.

EJE 4: Competitividad

Línea 4.1: Reconversión de zonas turísticas y mejora de la señalética integral.

Línea 4.2: Puesta en valor de productos locales (Ruta del Anís, Ruta del Agua, Ruta del Romanticismo, y Ruta del Ibérico).

Línea 4.3: Mejora de la calidad del destino y formación del capital humano (SICTED).

Línea 4.4: Creación de nueva oferta y equipamientos de turismo activo y aventura.

6. Desestacionalización y Diversificación: Crear nuevos productos turísticos (geoturismo, astroturismo) que atraigan visitantes de lunes a viernes y fuera de la temporada de otoño.
7. Accesibilidad Universal: Garantizar, en la medida de las posibilidades técnicas, la accesibilidad de infraestructuras y recursos para personas con diversidad funcional.
8. Posicionamiento de Marca: Convertir a Constantina en el destino de turismo rural, enológico y de destilados de referencia en Andalucía Occidental.

7 EJES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El Plan Estratégico de Constantina basa su propuesta en los cuatro ejes programáticos de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos de España, facilitando así la captación de subvenciones futuras.

EJE 1: Transición verde y sostenible

Línea 1.1: Infraestructura ciclista y adecuación de itinerarios no motorizados (p.e: Senderos del Castañar y conexiones con el Cerro del Hierro).

Línea 1.2: Gestión de espacios naturales y mitigación del impacto ambiental en zonas de alta afluencia.

Línea 1.3: Restauración ambiental y paisajística de accesos al patrimonio monumental.

EJE 2: Mejora de la eficiencia energética

Línea 2.1: Mitigación del cambio climático mediante sistemas de alerta temprana y prevención de incendios forestales.

Línea 2.2: Movilidad sostenible y mejora de la conectividad entre los recursos y las zonas de aparcamiento.

Línea 2.3: Eficiencia energética en el alumbrado público monumental y recursos turísticos.

EJE 3: Transición digital

Línea 3.1: Comunicación y acceso digital a los recursos (Portal Turístico, Web App, Realidad Aumentada).

Línea 3.2: Digitalización de las empresas y proveedores turísticos locales.

Línea 3.3: Gobernanza pública basada en el dato y herramientas de inteligencia turística (DTI).

8 PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

Eje1 : Transición Verde y Sostenible

Línea estratégica: INFRAESTRUCTURA CICLISTA Y ADECUACIÓN DE ITINERARIOS NO MOTORIZADOS

Propuesta de actuación 1.1

Adecuación del Sendero de Los Castaños y mejora de la señalética en el entorno de la Cueva de la Sima

- **Objetivos:**
 - Garantizar la seguridad del visitante en tramos de pendiente pronunciada.
 - Minimizar la erosión en el bosque de castaños mediante técnicas de silvicultura.
 - Facilitar la orientación en el acceso a la Cueva de la Sima.
 - Mejorar la experiencia del turista en el producto estrella del otoño.
- **ODS:** 11, 13, 15.
- **Agentes implicados:**
 - Concejalía de Turismo y Medio Ambiente de Constantina.
 - Dirección del Parque Natural Sierra Morena Sevillana.
 - Empresas especializadas en adecuación de senderos.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026-2027.
- **Detalle de la actuación:** Actualmente, el Sendero de Los Castaños es el recurso natural más transitado. Se propone una intervención para la limpieza de vegetación, la nivelación de firme en puntos críticos y la instalación de barandillas de madera tratada. Específicamente para la Cueva de la Sima, se delimitará

un itinerario seguro con marcadores visuales para evitar la dispersión de excursionistas en zonas de protección ambiental.

Propuesta de actuación 1.2

Mantenimiento de la Red de Senderos de Constantina.

- **Objetivos:**
 - Generar confianza mediante estándares de la Federación Andaluza de Montañismo (FAM).
 - Aumentar la presencia del destino en el mercado de senderismo y cicloturismo nacional e internacional.
- **ODS:** 8, 11, 15.
- **Agentes implicados:**
 - Ayuntamiento de Constantina.
 - Federación Andaluza de Montañismo (FAM).
 - Consejería de Sostenibilidad, Medio Ambiente y Economía Azul.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 € - 50.000 €).
- **Calendario:** 2026-2028.
- **Detalle de la actuación:** El proyecto contempla el mantenimiento de los numerosos senderos, rutas de ciclismo y MTB del municipio. Se incluye el marcado de balizas según la normativa internacional y la publicación de los tracks oficiales en el portal web turístico.

Propuesta de actuación 1.3

Instalación de paneles informativos e interpretativos en los recursos geológicos del municipio.

- **Objetivos:**
 - Poner en valor el estatus de Geoparque UNESCO de Constantina.
 - Educar sobre los procesos kársticos y la historia minera de la zona.
 - Promover un comportamiento responsable en cuevas y afloramientos geológicos.
- **ODS:** 4, 11, 15.
- **Agentes implicados:**
 - Concejalía de Turismo de Constantina.
 - Expertos en geología y museografía.
 - Agencia de señalización interpretativa.
- **Grado de prioridad:** MEDIA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026.
- **Detalle de la actuación:** Se propone la instalación de tótems interpretativos en la entrada de la Cueva de la Sima y en los miradores con vistas al Cerro del Hierro. Los paneles incluirán cartografía geológica simplificada, textos en tres idiomas (castellano, inglés, francés) y códigos QR para ampliar información digital.

Propuesta de actuación 1.4

Creación, señalización y tematización de la "Ruta del Agua y los Destilados".

- **Objetivos:**
 - Vincular el patrimonio hidráulico (fuentes tradicionales) con la industria del anís.
 - Diversificar la oferta urbana para fomentar el gasto en comercios locales.
 - Crear un itinerario familiar entretenido y educativo.
- **ODS:** 8, 11, 12.
- **Agentes implicados:**
 - Ayuntamiento de Constantina.
 - ADECCONS (Asociación de Empresarios).
 - Destilerías locales (La Violetera, entre otras).
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 € - 50.000 €).
- **Calendario:** 2026-2027.
- **Detalle de la actuación:** Esta ruta urbana conectará las fuentes históricas (p.e: fuente de la Sima, fuente de la Salud, fuente Torricos,...) con las destilerías y bodegas en activo. Se tematizará mediante placas en el pavimento y señales que narren la importancia del agua pura de la sierra para la calidad de los licores y los vinos de Constantina. Se incluirá una versión gamificada para niños ("Búsqueda del tesoro del alambique").

Propuesta de actuación 1.5

Implementación de señalética interpretativa inteligente con tecnología NFC y QR en el Barrio de la Morería.

- **Objetivos:**
 - Ofrecer contenido multimedia (vídeos 360º, audios) sobre la historia del barrio.
 - Personalizar la experiencia del visitante según su idioma e intereses.
 - Recoger datos estadísticos de uso para mejorar la gestión turística.
- **ODS:** 9, 11.
- **Agentes implicados:**
 - Concejalía de Turismo y Transformación Digital.
 - Empresas de tecnología aplicada al turismo.
- **Grado de prioridad:** MEDIA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 € - 50.000 €).
- **Calendario:** 2027-2028.
- **Detalle de la actuación:** Instalación de placas discretas en puntos estratégicos del Barrio de la Morería. Al acercar el móvil (NFC) o escanear el QR, el turista accederá a reconstrucciones virtuales del barrio en época medieval y testimonios de antiguos artesanos, evitando la contaminación visual de paneles de gran tamaño en calles estrechas.

Eje 2: Mejora de la Eficiencia Energética

Línea estratégica 2.1

MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Propuesta de actuación 2.1.1

Dotación de un sistema de alerta temprana de detección de incendios forestales en el entorno de Los Castaños.

- **Objetivos:**
 - Mitigar los efectos del cambio climático y proteger el ecosistema de la Sierra Morena Sevillana.
 - Detectar conatos de incendio para alertar al INFOCA.
 - Preservar el principal activo natural del municipio (los bosques de castaños) como reclamo turístico.
- **ODS:** 13, 15.
- **Agentes implicados:**
 - Ayto de Constantina (Concejalía de Medio Ambiente).
 - Dirección del Parque Natural y Geoparque.
 - Empresas de sensórica inalámbrica para incendios.
- **Grado de prioridad:** ALTA..
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026-2027.
- **Detalle de la actuación:** Instalación de una red de sensores inalámbricos en puntos estratégicos de la masa forestal del término municipal. Estos dispositivos monitorizan en tiempo real la temperatura, humedad relativa y concentraciones de CO y CO2. Los datos se envían a una plataforma de gestión que, en caso de superar los umbrales configurados, emite una alerta geolocalizada por GPS a los servicios de emergencia. Esto es vital dado el elevado riesgo de incendios detectado en la fase de diagnóstico ambiental de Constantina.

Propuesta de actuación 2.1.2

Implementación de un sistema de alumbrado eficiente e inteligente para el Castillo y el Barrio de la Morería.

- **Objetivos:**
 - Reducir el consumo energético y la contaminación lumínica en el Conjunto Histórico.
 - Mejorar la estética nocturna y la seguridad de los recursos turísticos clave.
 - Favorecer el avistamiento de estrellas (Reserva Starlight) mediante iluminación dirigida.
- **ODS:** 7, 11, 13.
- **Agentes implicados:**
 - Concejalía de Turismo y Urbanismo de Constantina.
 - Agencia Andaluza de la Energía.
 - Empresa especializada en iluminación LED inteligente y monumental.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 - 50.000 €).
- **Calendario:** 2026-2028..
- **Detalle de la actuación:** Sustitución de las luminarias actuales por tecnología LED de alta eficiencia en el perímetro del Castillo y las calles principales de la Morería. Se implementará un sistema de gestión inteligente que permita el control remoto, la regulación de la intensidad según el flujo de personas y el apagado selectivo en horas de nula actividad. El diseño se integrará arquitectónicamente para resaltar la Torre del Homenaje sin generar impacto visual negativo durante el día.

Línea estratégica 2.2

MOVILIDAD SOSTENIBLE

Propuesta de actuación 2.2.1

Desarrollo de un proyecto de movilidad con bicicletas eléctricas para la conexión entre el Casco Urbano , Ermita de Ntra. Sra. del Robledo y Centro de Visitantes “El Robledo”

- **Objetivos:**
 - Fomentar el transporte sostenible en turistas y residentes.
 - Reducir el nº de vehículos en las zonas de acceso a los senderos.
 - Ofrecer una alternativa de movilidad activa y saludable para familias y grupos, que potencie el patrimonio religioso y cultural.
- **ODS:** 3, 11, 13.
- **Agentes implicados:**
 - Concejalía de Turismo y Deportes de Constantina.
 - Empresas locales de alquiler de bicicletas (turismo activo).
 - Dirección del Parque Natural Sierra Norte de Sevilla.
- **Grado de prioridad:** MEDIA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 - 50.000 €).
- **Calendario:** 2027-2029.
- **Detalle de la actuación:** Creación de una red de puntos de anclaje de bicicletas en lugares estratégicos: Oficina de Turismo/Ayuntamiento, entrada del Sendero de Los Castaños, punto de Información Turística (área de autocaravanas) y el Centro de Visitantes “El Robledo”. Se definirá un sistema de alquiler o préstamo mediante aplicación móvil que incluya tarifas diarias y de fin de semana. La gestión podrá ser municipal o a través de una concesión a una empresa local de turismo activo para asegurar el correcto mantenimiento de la flota.

Eje 3 : Transición Digital

Línea estratégica 3.1

COMUNICACIÓN Y ACCESO DE RECURSOS Y SERVICIOS AL TURISTA EN DESTINO

Propuesta de actuación 3.1.1

Creación de un Manual de Identidad Corporativa y Marca Turística "Constantina".

- **Objetivos:**
 - Establecer una imagen visual única y coherente para el destino.
 - Fijar las bases de estilo para todas las campañas de marketing y comunicación.
 - Reforzar el posicionamiento de Constantina frente a otros destinos de la Sierra Norte.
- **ODS:** 8, 9, 11.
- **Agentes implicados:** Concejalía de Turismo de Constantina; Estudio de Diseño Gráfico.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026.
- **Detalle de la actuación:** El manual regulará el uso de logotipos, tipografías y colores corporativos adaptados a los productos clave (destilados, naturaleza, patrimonio). Se definirá un *claim* o eslogan principal que unifique la narrativa del destino y se diseñarán aplicaciones para *merchandising* y soportes digitales.

Propuesta de actuación 3.1.2

Creación de un portal turístico web municipal.

- **Objetivos:**
 - Disponer de una "cara digital" del destino orientada a la conversión y la experiencia.
 - Facilitar la reserva directa de visitas a destilerías, catas en bodegas y rutas de turismo activo.
 - Mejorar la planificación del viaje para el turista potencial.
- **ODS:** 8, 9, 12.
- **Agentes implicados:** Concejalía de Turismo; Agencia de desarrollo web; Tejido empresarial local.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026-2027.
- **Detalle de la actuación:** Desarrollo de un portal independiente de la web municipal, con diseño *responsive* y multiidioma (castellano, inglés, francés). Incluirá un módulo de comercialización donde las empresas locales podrán cargar sus experiencias de forma directa.

Propuesta de actuación 3.1.3

Implantación de un sistema de Realidad Aumentada (RA) en el Castillo de Constantina.

- **Objetivos:**
 - Permitir la visualización de la estructura original del Castillo.
 - Hacer la visita al monumento más interactiva y educativa para familias y escolares.
 - Diferenciar el recurso patrimonial mediante tecnología de vanguardia.
- **ODS:** 4, 9, 11.
- **Agentes implicados:** Concejalía de Cultura y Turismo; Expertos en arqueología; Empresa de tecnología RA.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 € - 50.000 €).
- **Calendario:** 2027-2028.
- **Detalle de la actuación:** Basado en el modelo 3D del Castillo se crearán puntos de visión donde el turista, a través de su móvil o tableta, podrá ver reconstrucciones 3D superpuestas a la realidad durante su visita.

Propuesta de actuación 3.1.4

Creación y gestión profesional de redes sociales (Instagram, TikTok y YouTube).

- **Objetivos:**
 - Alcanzar a un público objetivo más joven y dinámico.
 - Generar una comunidad online activa que comparta contenido del destino.
 - Mostrar la belleza visual del Geoparque, las bodegas y las destilerías en formatos de alto impacto.
- **ODS:** 8, 9.
- **Agentes implicados:** Concejalía de Turismo; Agencia de Marketing Digital.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026-2030 (Gestión continua).
- **Detalle de la actuación:** Creación de perfiles específicos de "Turismo Constantina". La gestión incluirá la creación de *Reels* y vídeos cortos de tendencias, uso de *hashtags* estratégicos y colaboración con *influencers* del sector rural y gastronómico. Se priorizará la respuesta proactiva a las dudas de los usuarios.

Línea estratégica 3.3

GOBERNANZA PÚBLICA Y SU ACCESO A LA TECNOLOGÍA

Propuesta de actuación 3.3.1

Redacción del Plan Director de Destino Turístico Inteligente (DTI) y adhesión a la Red DTI.

- **Objetivos:**
 - Integrar a Constantina en la red nacional para compartir conocimientos y captar fondos específicos.
 - Establecer un sistema de indicadores para medir el éxito de la actividad turística basándose en datos.
- **ODS:** 9, 11, 17.
- **Agentes implicados:** Ayuntamiento; Invattur/Segittur; Consultora especializada.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026.
- **Detalle de la actuación:** Elaboración de un autodiagnóstico integral bajo los ejes de gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Se creará una comisión técnica interdepartamental para coordinar la estrategia digital del municipio.

Eje 4 : Competitividad

Línea estratégica 4.1

RECONVERSIÓN DE ZONAS TURÍSTICAS Y EQUIPAMIENTO

Propuesta de actuación 4.1

Identificación y dotación de un área regulada de autocaravanas con servicios inteligentes.

- **Objetivos:**
 - Gestionar de forma adecuada el flujo creciente de *caravanning* detectado en la Sierra Morena Sevillana.
 - Evitar el estacionamiento indiscriminado en zonas sensibles del Geoparque.
 - Generar un nuevo punto de gasto turístico cercano al comercio local.
- **ODS:** 9, 11, 12.
- **Agentes implicados:** Concejalía de Urbanismo y Turismo; Red de Áreas de Autocaravanas de Andalucía; Empresas de servicios de fontanería y electricidad.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 3 (50.000 € - 150.000 €).
- **Calendario:** 2026-2027.
- **Detalle de la actuación:** Creación de un espacio habilitado con punto de suministro de agua potable, lugar de vaciado de aguas grises/negras. Se propone un modelo de gestión inteligente (acceso mediante código QR/App) integrado en redes europeas como *Camping-Car Park* para atraer al turista internacional de alto poder adquisitivo que visita el Geoparque.

Línea estratégica 4.2 CREACIÓN DE NUEVA OFERTA DE TURISMO ACTIVO

Propuesta de actuación 4.2

Dotación de una vía ferrata en el entorno de la Sierra de Constantina.

- **Objetivos:**
 - Ampliar la oferta de turismo de aventura y captar al segmento joven.
 - Crear sinergias con las empresas de turismo activo que ya operan en el Cerro del Hierro.
 - Desestacionalizar la demanda fuera de los meses de otoño.
- **ODS:** 3, 8, 15.
- **Agentes implicados:** Concejalía de Deportes y Turismo; Federación Andaluza de Montañismo (FAM); Empresa especializada en ingeniería de montaña.
- **Grado de prioridad:** MEDIA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 € - 50.000 €).
- **Calendario:** 2027-2028.
- **Detalle de la actuación:** Redacción del proyecto técnico e instalación de una vía ferrata de nivel iniciación/medio (K2-K3). El equipamiento incluirá peldaños, líneas de vida, puentes tibetanos y señalética de seguridad. Esta infraestructura permitirá que los visitantes prolonguen su estancia al ofrecer una actividad técnica que complementa al senderismo tradicional.

Línea estratégica 4.3 GESTIÓN DE EQUIPAMIENTOS PARA SERVICIOS TURÍSTICOS

Propuesta de actuación 4.3

Creación y homologación de la Oficina Tourist Info Constantina en la Red de Andalucía.

- **Objetivos:**
 - Profesionalizar la atención al visitante con personal especializado.
 - Centralizar la oferta de bodegas, destilerías y senderos en un único punto físico de alta calidad.
- **ODS:** 8, 11, 17.
- **Agentes implicados:** Ayuntamiento de Constantina; Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 2 (15.000 € - 50.000 €).
- **Calendario:** 2026.
- **Detalle de la actuación:** Acondicionamiento de un local accesible en la planta baja del Ayuntamiento de Constantina. El espacio deberá contar con zona de autoinformación digital (táctil), almacenamiento de material promocional y un área de *merchandising* de productos locales (vinos, anís, aceite, cremas). Se buscará la certificación de la "Q" de Calidad Turística.

Línea estratégica 4.4 PUESTA EN VALOR DE PRODUCTOS LOCALES

Propuesta de actuación 4.4

Diseño de un sistema de Visitas Guiadas Oficiales: "Constantina, Piel de Alambique".

- **Objetivos:**
 - Estructurar el relato histórico del Barrio de la Morería y la industria destiladora y vitivinícola.
 - Ofrecer una experiencia programada de lunes a domingo para evitar la dependencia de la autogestión del turista.
- **ODS:** 8, 11, 12.
- **Agentes implicados:** Guías locales; Destilerías y Bodegas; Concejalía de Cultura.
- **Grado de prioridad:** MEDIA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 €).
- **Calendario:** 2026-2027.
- **Detalle de la actuación:** Creación de itinerarios guiados profesionales que conecten el Castillo, la Iglesia parroquial de Santa María de la Encarnación, la Morería y finalicen con una cata técnica en las destilerías en activo. Se formará a los informadores en *storytelling* y se establecerá un sistema de reserva previa a través del nuevo portal turístico.

Línea estratégica 4.5 MEJORA DE LA CALIDAD DEL DESTINO

Propuesta de actuación 4.5

Implantación masiva y gestión del SICTED en el tejido empresarial local.

- **Objetivos:**
 - Elevar el estándar de servicio en restaurantes, bares y casas rurales.
 - Mejorar la competitividad del destino frente a otros municipios de la Sierra Morena.
- **ODS:** 8, 12, 17.
- **Agentes implicados:** ADECCONS (Asociación de Empresarios); Secretaría de Estado de Turismo; Diputación de Sevilla.
- **Grado de prioridad:** ALTA.
- **Estimación presupuestaria:** Nivel 1 (< 15.000 € para asistencia técnica).
- **Calendario:** 2026-2030 (Ciclos anuales).
- **Detalle de la actuación:** Contratación de una asistencia técnica para tutorizar a las empresas de Constantina en la obtención del distintivo "Compromiso de Calidad Turística" (SICTED). Incluye talleres de formación, planes de mejora personalizados y auditorías de servicio para garantizar que la "Experiencia Constantina" sea excelente en todos los puntos de contacto.

M.^a Ángeles Rodríguez Tena.

Técnica de turismo.

Excmo. Ayuntamiento de Constantina. Viernes, 24 de abril de 2026.

