



PROGRAMA **PUENTES**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES



TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP) **PROYECTO DE APLICACIÓN DE LA** **AGENDA URBANA**

ÁREA DE AUTOCARAVANAS "EL MIRADOR DE SIERRA NEVADA"

DIEZMA, GRANADA

ANA DELGADO LEAL

31/12/2021

EL PROYECTO DE APLICACIÓN EN AGENDA URBANA (PAU)

1	Proyecto de intervención para la aplicación de la agenda urbana.	Pg 04
1.1	Objetivos específicos del proyecto de intervención.	Pg 04
1.2	Rescate y tratamiento de información de partida.	Pg 05
1.3	Diagnóstico de situación.	Pg 08
1.4	Estudio de casos similares y buenas prácticas.	Pg 10
2	Formulación del problema y evaluación de soluciones.	Pg 14
3	Proyecto de Aplicación de Agenda Urbana.	Pg 15
3.1	Denominación.	Pg 15
3.2	Objetivos.	Pg 16
3.3	Planteamiento general.	Pg 16
3.4	Actores y roles en el proyecto.	Pg 17
3.5	Recursos necesarios y posibles	Pg 18
3.6	Fases para su implantación	Pg 19
3.7	Hoja de ruta municipal propuesta para el desarrollo del proyecto.	Pg 20
3.8	Análisis de factibilidad para su desarrollo o Resumen del estudio de viabilidad.	Pg 21
3.9	Análisis del mercado del Área de Autocaravanas	Pg 24
3.10	Elementos del Área de Autocaravanas	Pg 27
3.11	Otras consideraciones prácticas, legales y medioambientales para el desarrollo del proyecto	Pg 34
3.12	Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.	Pg 35
3.13	Diseños previos, infografías, mapas, desarrollo 3D, etc...	Pg 37
3.14	Consecución de objetivos en relación al proyecto.	Pg 40
4	Bibliografía.	Pg 41

Anexos

Anexo 1. Presentación del proyecto en Power Point.

Anexo 2. Reportaje gráfico.

Anexo 3. Ficha de proyecto de la entidad local.

Anexo 4. Estudio de viabilidad económico-financiera (si procede).

PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA (PAU)

1 PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA.

1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN.

Desde un ámbito general, el objetivo en sí es la realización del estudio de viabilidad y modelo de negocio de un área de autocaravanas en el municipio de Diezma. Dentro de este objetivo, la Agenda Urbana tiene recopilados otros objetivos más concretos que entrarían dentro del proyecto:

A. Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo.

A.1. Ordenar el suelo de manera compatible con su entorno territorial.

Medidas para vincular la ordenación territorial con la planificación económica, cultural y de los recursos naturales, con el objetivo de limitar la despoblación y contribuir a la conservación de la naturaleza, la protección de los usos rurales tradicionales y prestar una especial atención a los pequeños núcleos de población. La despoblación es fundamentalmente un problema territorial y de ausencia de visión estratégica y de desarrollo supralocal.

Para ello:

A1.1. Cambio de uso de zona de servicio de la autovía A92 y zona de camping en el municipio. A.I.C.

A.2. Mejorar las infraestructuras verdes y azules y vincularlas con el contexto natural.

Incorporar a la planificación y a la gestión urbanística el concepto de infraestructuras verdes urbanas, como soluciones multifuncionales basadas en la naturaleza, que permiten atender a los problemas urbanos. No sólo contribuyen a mejorar la biodiversidad, sino que luchan contra el cambio climático, tanto en el ámbito de la reducción de las emisiones GEIs, como en la adaptación local. Por último, contribuyen al ocio y al disfrute ciudadano. Este tipo de infraestructuras son, por tanto, claves para la comprensión y gestión del metabolismo urbano.

Para ello:

A 2.1 Crear un parque periurbano, con senderos, con zona de acampada y hacer accesible la zona del entorno de Diezma y Sillar Baja. A.I.C.

B. Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente (I)

B.1. Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos.

Conectar los tejidos urbanos mediante corredores continuos de actividad y buscar la mezcla tipológica, funcional y social en la ciudad consolidada.

Para ello:

B.1.1 Puesta en marcha de camping y polígono multiusos. A.I.C

C. Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia (I)

C.1. Mejorar la resiliencia frente al cambio climático

Aprovechar el paisaje como oportunidad y valor de cada pueblo y ciudad, incorporar el término de “restauración ecológica” y transformar en el imaginario colectivo las zonas verdes en modelos autóctonos que permitan realizar una gestión eficiente de los recursos.

Para ello:

C.1.1 Zonas verdes camping descanso y relax. A.I.

D. Impulsar y favorecer la economía urbana

D.1. Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica.

Favorecer actuaciones que permitan diversificar la estructura productiva y generar oportunidades de empleo que garanticen la calidad de vida.

Para ello:

D1.1 Proyecto turístico camping y polígono. A.I.C.

E. Liderar y fomentar la innovación digital

E.1. Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia el desarrollo de las ciudades inteligentes (Smart cities).

Promover el desarrollo de los destinos turísticos inteligentes como caso particular de las Smart Cities al servicio del desarrollo sostenible de destinos turísticos urbanos y rurales.

Para ello:

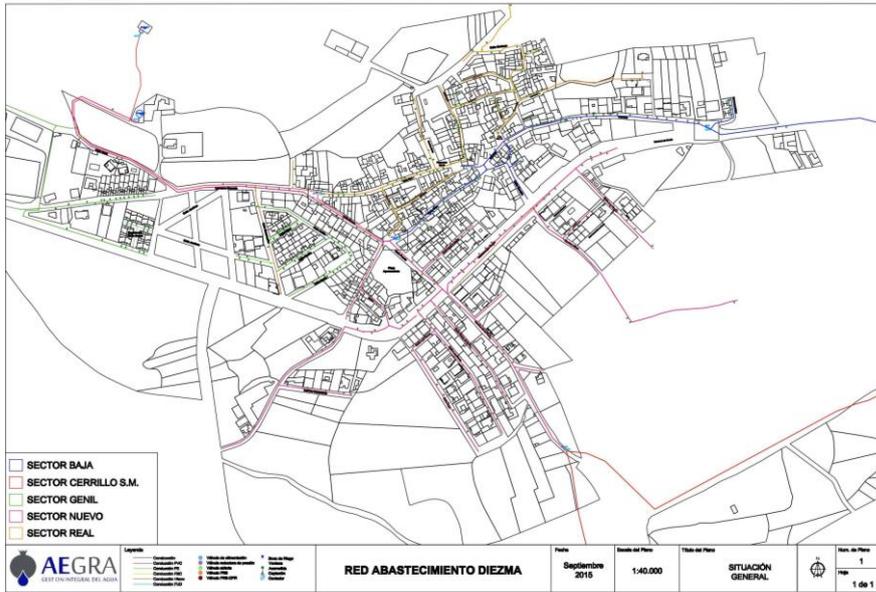
E1.1 SMART ORGULLO DIEZMA, turismo inteligente. A.I

1.2 RESCATE Y TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PARTIDA.

Al tratarse de un proyecto en su fase inicial, muchos de los documentos necesarios no habían sido recopilados por lo que ha sido necesaria la colaboración de distintas personas y entidades para ponerlo en marcha. De manera pormenorizada la información que se ha tenido en cuenta ha sido:

- Informe de tasaciones definitivas donde se redactan las características principales de la parcela a comprar por parte del Ayuntamiento. Realizado por Juan Francisco Calandria Hernández, arquitecto técnico.
- La red de tuberías de saneamiento y abastecimiento (imagen 1) proporcionada por la empresa de Agua de AEGRA. Gracias a esta información, se pueden deducir las tuberías que llegan hasta la parcela de actuación, así como al lugar del cementerio municipal, el cual cuenta con una boca de agua destinada al riego.

Imagen 1: Red de tuberías de saneamiento y abastecimiento



Fuente: Empresa de Agua de AEGRA

- Agenda Urbana de Diezma
- Sede electrónica del catastro, para ver la parcela de actuación. Cuya referencia catastral es 0600601VG7300B0000IG. Dicha información puede verse recogida en la imagen 2 y 3.

Imagen 2: Ficha de la parcela de actuación

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE HACIENDA
SECRETARÍA DE ESTADO DE HACIENDA
DIRECCIÓN GENERAL DEL CATASTRO

CONSULTA DESCRIPTIVA Y GRÁFICA DE DATOS CATASTRALES DE BIEN INMUEBLE
Referencia catastral: 0600601VG7300B0000IG

DATOS DESCRIPTIVOS DEL INMUEBLE

Localización:
LG SUS-B 18
18180 DIEZMA [GRANADA]

Clase: RÚSTICO
Uso principal: Agrario
Superficie construida:
Año construcción:

Subparcela	Cultivo/aprovechamiento	Intensidad Productiva	Superficie m ²
0	C- Labor o Labradío secoano	01	86.773

PARCELA

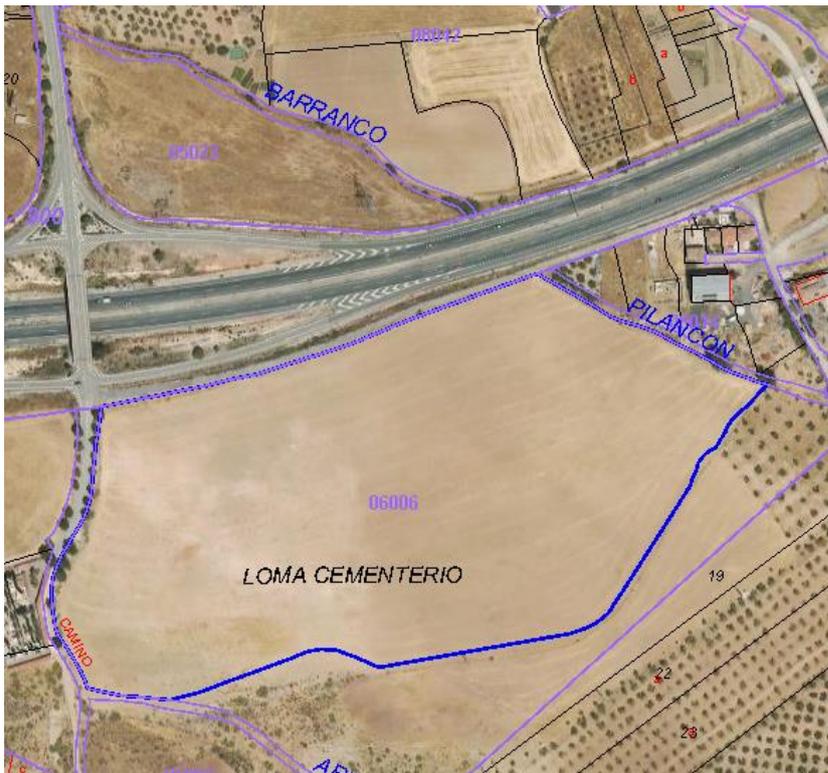
Superficie gráfica: 86.773 m²
Participación del inmueble: 100,00 %
Tipo:

Este documento electrónico constituye un medio de acceso a los datos catastrales de la información catastral. No es un documento con validez jurídica. El uso de este documento no implica la responsabilidad de la información contenida en él. Escala: 1:5000

Este documento no es una certificación catastral, pero sus datos pueden ser verificados a través del "Acceso a datos catastrales no protegidos de la SEC"

Fuente: El catastro del Gobierno de España

Imagen 3: Imagen satelital del terreno a actuar



Fuente: Google Earths

- Norma urbanística de Diezma. Teniendo en cuenta la revisión de las normas subsidiarias del planeamiento municipal de Diezma en el 6 de octubre de 2004. Promovidas por la Diputación provincial de Granada, así como por el Ayuntamiento de Diezma.
- PEPMF - Plan especial de protección del medio físico y catálogo
- LOUA – Ley de ordenación urbanística de Andalucía
- GICA – Ley de gestión integrada de calidad ambiental
- Campamentos de turismo - Decreto 26/2018, de 23 de enero, de ordenación de los campamentos de turismo, y de modificación del Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo.
- Otras fuentes consultadas han sido las áreas de autocaravanas ya existentes en Puebla de Don Fadrique, el municipio de Almuñécar y Posadas de Valdeón.

1.3 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

Es necesario realizar un análisis tanto del entorno del proyecto como de su parte más intrínseca, para ver qué factores podrían potenciar o incluso entorpecer su posible desarrollo.

En primer lugar, desde una perspectiva interna, se trata de un recurso tangible, cuyo público objetivo sería uno que busque vistas, descansar y el contacto con la naturaleza. Teniendo en cuenta estas características, es importante considerar el turismo familiar, ya que suelen ser un importante grupo dentro del turismo de autocaravana. Si se potenciará más el lugar, podría enfocarse incluso al turista de escalada o senderismo.

Por otra parte, el municipio cuenta con poca innovación y pocos recursos para la gestión de nuevos proyectos. Sin embargo, el organismo público muestra un gran interés en su desarrollo y aboga por la búsqueda y promoción de nuevas actividades económicas que generen empleo y luchen por la despoblación. Reflejo de esto es su apuesta por la realización de la Agenda Urbana atendiendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El objetivo principal es atraer personas al municipio para darlo a conocer. Esto podría suponer no solo un aumento económico sino también la potenciación de las relaciones sociales entre sus habitantes. Por eso, para tener ventaja respecto a otras zonas de autocaravanas de la zona y que los turistas se decidan por esta, debe estar muy cuidada y enfocada a potenciar su entorno privilegiado.

Sería beneficioso contar con un negocio de escalada, así como que el Ayuntamiento diera vida al proyecto. Además, sería necesario el contacto con asociaciones de senderismo o escalada para promoverlo. Para ello, habría que localizar experiencias que ya hayan contado con colaboraciones público-privado para su desarrollo.

Por supuesto, se esperaría que la zona de autocaravanas fuera recordada por la unión de una serie de factores como el descanso, naturaleza, deporte, servicios y la hospitalidad por parte de los vecinos de Diezma. Se fomentaría que los trabajadores fueran del mismo municipio para que estuvieran una conexión con el negocio. Así mismo, la sostenibilidad es un factor fundamental y debe ser tenida en cuenta. Seguramente mediante la utilización de energía limpia como placas solares.

Según lo vivido en otras zonas de autocaravanas de la región, se esperaría que estuviera abierta algunos periodos del año y no el año completo. Lo que no debería perjudicar a los clientes, ya que se priorizaría las épocas de más flujo.

En cuanto a los productos que ofertar, se encontrarían principalmente la zona de descanso, así como las actividades al aire libre. Sin duda, influiría en la venta de productos típicos de la zona, sobre todo de su gastronomía.

Por otro lado, como análisis externo del municipio, el cual posee unos 755 habitantes, cabe recalcar que socialmente sus habitantes están volcados con el pueblo, pero las capacidades tanto económicas como tecnológicas del mismo son escasas. Lo que ha impedido que este proyecto se realice con anterioridad.

Para tener un estudio más detallado, realizaremos un análisis DAFO donde poder desarrollar ciertos aspectos de la situación del proyecto:

- Debilidades que posee el órgano organizador, es decir, el ayuntamiento, a la hora de actuar:

Sin duda, la **comunicación** que posee el ayuntamiento **no es suficiente** para promocionar ni el área ni las futuras actividades. Necesita llegar a gente de fuera, no solo a sus habitantes.

Actualmente el medio de comunicación principal (o incluso único) es Facebook, sin embargo, esta red social la utilizan para comunicarse con los habitantes del municipio, no con futuros visitantes.

Respecto a los recursos del órgano organizador, **faltaría más personal** dentro del ayuntamiento para sacarlo adelante, así como financiación.

Otra debilidad a tener en cuenta es el **área de autocaravanas de la ciudad de Guadix**, la cual es la mejor valorada dentro de los alrededores de la ciudad. En su caso, solo tiene servicios básicos y ningún elemento especial o atracción cercana. Su principal baza a favor es su precio, ya que el área es totalmente gratuita.

- Amenazas. ¿A qué obstáculos se enfrentaría el proyecto?

En primer lugar, los obstáculos más importantes son los **económicos**, **poca promoción** del propio municipio y **pocos recursos** en cuanto al **personal** disponible.

Según está recogido en la Agenda Urbana, también existe una **pérdida de población**, en especial de población joven y activa con riesgo de desaparición del municipio debido a la tendencia poblacional a ubicarse en núcleos urbanos del cinturón de la capital de Granada (Maracena, Atarfe, Peligros, ...)

Por otra parte, existen factores que están fuera de nuestro control como es la actual situación por el **Covid-19**, lo que ha repercutido en que haya una posible pérdida en la demanda de este tipo de establecimientos o tipo de turismo en el pasado reciente. Lo que ha afectado a las posibles mejoras a realizar dentro del sector. Además, es razonable pensar que la actual competencia pueda ofrecer una mejora de servicios o posibilidades de acceso a actividades lúdicas.

- Fortalezas:

Hay que destacar, que el simple hecho de iniciar los trámites para fomentar el turismo en el municipio es ya un gran paso por parte del organismo administrativo. No cabe duda de que el Ayuntamiento cuenta con la **motivación** y las **ganancias** necesarias para sacar el proyecto adelante y que no se quede parado. Por otra parte, el **entorno inmediato** que cuenta la localidad es un gran reclamo para posibles visitantes y debe ser explotado.

- Oportunidades:

Como ya se ha comentado, el objetivo principal del proyecto es atraer a turistas al municipio, así como darlo a conocer entre los habitantes de las zonas rurales cercanas. Gracias a su **cercanía** con la **capital de provincia**, hacen que el lugar sea perfecto tanto para convertirse en un pueblo dormitorio como para escapadas de fin de semana.

Por otro lado, a pesar de la inactividad por la situación del COVID, existen datos en lo que se muestra un **aumento del turismo de caravanas** una vez abiertas las restricciones. Este tipo de turismo ofrece una salida segura y cómoda para los turistas. Para que eso se produzca, sería necesario mejorar la accesibilidad a la información sobre las posibilidades del municipio a través de una apuesta por las **vías de comunicación** actuales.

1.4 ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS.

Para el análisis de casos que nos sirvieran de referencia para el desarrollo de este proyecto se han considerado las áreas de autocaravanas mejor valoradas, por una parte, de la provincia de

Granada y por otra parte de España. Todos los datos han sido sacados de una página especializada en este tipo de sondeos. *Fuente: <https://www.kucavana.es/areas-autocaravana/>

Según esta página, el municipio mejor puntuado es el de Puebla de Don Fadrique. Esta área cuenta como atractivo principal su piscina y diversos puntos de interés próximos, como la posibilidad de realizar senderismo por el altiplano granadino, el turismo rural y la realización de jornadas gastronómicas.

Imagen 4: Fotos del área de autocaravanas de Puebla de Don Fadrique



Fuente: https://www.areasac.es/puebla-de-don-fadrique/granada/puebla-de-don-fadrique_3225_1_ap.html

En segunda posición se encontraría el área de autocaravanas del municipio de Almuñécar, el cual cuenta con la ventaja de situarse cerca de la playa. Por lo demás, cuenta con los servicios básicos de vaciado de aguas grises, vaciado de negras, llenado de agua y electricidad.

Imagen 5: Fotos del área de autocaravanas del municipio de Almuñécar



Fuente: <https://milyunarutas.com/almunecar-en-autocaravana>

Como se puede observar, dentro de la provincia de Granada los requisitos para ser una de las mejores áreas de autocaravanas no son muy difíciles de conseguir. Para tener un abanico más amplio de ejemplos y saber bien qué es lo que buscan las personas que utilizan estos vehículos, volvemos a la página antes mencionada para ver el sondeo realizado entre 500 autocaravanistas reales. Dicho sondeo se realizó a través de los grupos de Whatsapp y Telegram más influyentes

del sector por parte de la página web kucavana y dio como resultado que las mejores zonas para los autocaravanistas están en Cataluña.

Sin duda el tráfico de turistas que vienen desde Francia, lugar donde este tipo de turismo es muy conocido y alabado, les ayuda.

Imagen 6: Gráfico de las mejores áreas de autocaravanas de España

DÓNDE ESTÁN LAS MEJORES ÁREAS DE AUTOCARAVANAS DE ESPAÑA (TOP 100)

Explora los datos por comunidades autónomas

Haz clic en tu región favorita

1  25



Fuente: <https://www.kucavana.es/categoria/viajesenautocaravana/espana/>

Sin embargo, aunque las mejores áreas están en Cataluña, el área de autocaravanas mejor valorada de España se encuentra en León, concretamente en Posadas de Valdeón. Aunque esto dependerá de a qué página se consulte, es cierto que diversas páginas coinciden en la de León.

Por supuesto, no son las mismas casuísticas que en la provincia de Granada. No obstante, nos sirve para recabar información de los servicios o elementos que son viables o que funcionan en España.

En primer lugar, la zona de autocaravanas de Posadas de Valdeón está anunciada en la página web del Ayuntamiento. Desde esa misma web el usuario puede gestionar la compra de plaza para el acceso y el estacionamiento de la misma, rellenando los datos personales. En total, el área dispone de 36 plazas y de las instalaciones necesarias para el abastecimiento de agua potable y recogida de aguas sucias.

Sus normas de utilización son las siguientes:

- *Para acceder y disfrutar del Área de Autocaravanas de Posada de Valdeón es necesario cumplimentar el Registro de acceso para vehículos. Rellena el formulario adjunto con los datos que se solicitan para iniciar el proceso de registro.*

- *El precio público por la entrada y uso por las autocaravanas de los servicios disponibles en las áreas de servicio y puntos de reciclaje de titularidad municipal es de 10€/día.*
- *El tiempo máximo de estacionamiento permitido son 96 horas continuas durante una misma semana.*
- *Queda expresamente prohibido sacar toldos, patas estabilizadoras o niveladoras, mesas, sillas o cualquier otro mobiliario doméstico al exterior de la autocaravana. Es decir, no se puede estacionar solo aparcar.*
- *Queda expresamente prohibido sacar tendederos de ropa al exterior de la autocaravana.*
- *Queda expresamente prohibido verter líquidos o basura de cualquier clase y/o naturaleza.*
- *Dentro del área la velocidad de los vehículos de todas las categorías no puede superar los 30km/h.*

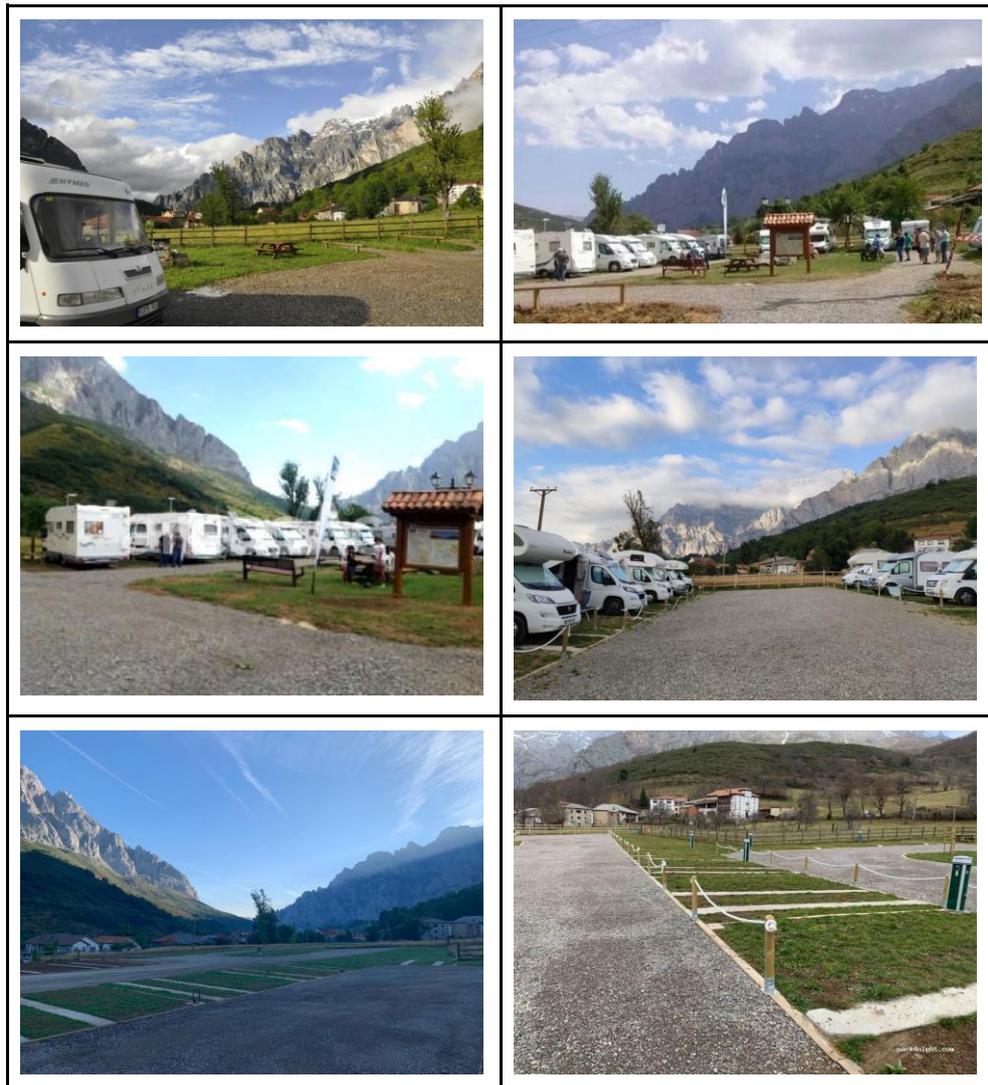
- *Algunas observaciones:*

Para garantizar un óptimo uso y aprovechamiento público de las instalaciones de titularidad municipal (es decir, son propiedad del ayuntamiento), todos los usuarios de las áreas de servicio y puntos de reciclaje de autocaravanas tienen la obligación de comunicar al Ayuntamiento cualquier incidencia técnica, avería, desperfecto, carencia o uso indebido que se produzca en los mismos.

Con el fin de evitar molestias por ruido al vecindario y usuarios colindantes se establece un horario en las áreas de servicio y puntos de reciclaje para entrada y salida de autocaravanas y uso de los servicios desde las 8:00 horas hasta las 23:00 horas.

En los puntos de reciclaje de titularidad municipal se podrá estacionar por el tiempo indispensable para realizar las tareas correspondientes a los servicios que presta, tales como evacuación, abastecimiento y otros, estando prohibido expresamente permanecer más tiempo del necesario en el mismo, o hacer usos distintos de los autorizados. *Fuente:<https://valdeon.org/turismo-en-valdeon/area-autocaravanas/>

Imagen 7: Área de autocaravanas de Posadas de Valdeón



Fuente: Google Imágenes

Respecto a comentarios que han dejado varias personas en la página web Areas Ac, especializada en áreas de autocaravanas, al parecer antiguamente estaba mejor cuidada. La mayoría de los comentarios negativos es por el trato recibido por el personal que gestiona el parking, lo que sin duda también es algo muy importante a tener en cuenta. La gente quiere sentirse como en su casa y por tanto no quiere que alguien le trate mal o le hable con “desdén”. Es algo que el municipio de Diezma debe tener muy presente.

*Fuente: https://www.areasac.es/v_portal/alojamientos/opinionver.asp?cod=652&te=3487&idage=9567

2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES.

Según la Agenda Urbana 2019 del municipio de Diezma, que es donde se esclarecen las causas que originan la necesidad del proyecto, existen unos problemas principales en los que se encuentran la 'Falta de iniciativa empresarial', 'Falta de una buena gestión turística del municipio', 'Zona de urbanización para camping y para zonas comerciales y restauración cerca de la A92' y problemas con los 'Camino rurales'.

Las posibles causas de estos problemas son, según las debilidades establecidas por la Agenda Urbana:

- Pérdida de atractivo turístico por la escasa puesta en valor de los recursos naturales y patrimoniales y métodos de gestión privados.
- Pérdida de valores paisajísticos debido a la contaminación, uso de A92 y escasa puesta en valor de los valores visuales.
- Necesidad de zona de expansión turística o creación de área de acampada y baño.
- Necesidad de mejora en instalaciones deportivas, parques, zonas con equipamientos deportivos, zonas verdes y de camping.

A raíz de estos problemas, se recogen, además, unas posibles soluciones o "modos" de resolver dichos problemas. En el caso de Diezma, mediante el proyecto Geoparque de Granada que es una iniciativa de desarrollo local supramunicipal basada en el valor excepcional del patrimonio geológico y los recursos culturales y naturales de la zona, y llevado a cabo bajo una metodología de cooperación y participación con los agentes de la población local.

El turismo activo es otra de las potencialidades de Diezma. Este tipo de turismo está en auge en gran parte de Andalucía al contar con grandes espacios naturales y todavía con un importante componente rural entre la población. Las principales causas del aumento del turismo activo y por las que se puede considerar como emergente son los nuevos mercados y las nuevas formas de consumo.

Además, Diezma cuenta con rutas para practicar el senderismo, las cuales son sus principales atractivos de turismo activo, y debe potenciar para que este aumente.

En definitiva, las oportunidades que ofrece el municipio son de un paisaje atractivo a los turistas, si se realiza una buena promoción. Según el apartado de economía, posee una buena ubicación para zonas de mejora de camping y un plan provincial para la promoción turística y científica de la zona del Geoparque, zona de acceso por la A92. Por estas razones, se plantea la realización del área de autocaravanas.

Para comprobar la factibilidad de este proyecto es necesario la realización de una evaluación de ciertos aspectos:

- Estimación de las inversiones y posibles fuentes de financiación:

Respecto a las fuentes de financiación, sería beneficioso conseguir inversiones o fondos de Europa, al tratarse de una iniciativa que promueve el turismo activo y dar vida a los "municipios" más subdesarrollados. En la actualidad la Unión Europea está entregando muchos fondos para intentar paliar los efectos de la crisis sanitaria por lo que sin duda este proyecto se podría ver beneficiado por alguno de ellos.

- Retorno económico:

En el anexo se estudiará el coste aproximado de los distintos elementos necesarios para llevar a cabo el área de autocaravanas. Se prevé, como es normal, que los primeros años tengan menos ingresos hasta que la zona se dé a conocer y tenga público habitual.

- Mejora del impacto o externalidades positivas y negativas del proyecto:

Aparte del beneficio económico y el impulso que se pretende dar al turismo del municipio, lo cierto es que el proyecto tiene como objetivo una externalidad positiva, es decir, tener también en cuenta todas las repercusiones beneficiosas que pueda aportar el proyecto a la sociedad.

Con el Ayuntamiento se ha hablado de ciertas “opciones” para involucrar a todo el municipio en el proyecto, como vales descuento que podrán ser utilizados por los turistas en los comercios locales o que el personal que trabaje en esa área de autocaravana sea parte del pueblo.

Por otro lado, como efecto negativo también se puede dar que los futuros turistas no respeten las normas y tranquilidad del pueblo, lo que repercutirá en la convivencia.

3 PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1 DENOMINACIÓN.

El nombre oficial no ha sido elegido ni por el Ayuntamiento ni por la futura empresa que se haga cargo de su explotación, sin embargo, teniendo en cuenta que el nombre que le dan cariñosamente al municipio por sus vistas a Sierra Nevada, una posible denominación podría ser: Área de autocaravanas - El mirador de Sierra Nevada.

3.2 OBJETIVOS.

Como resumen de los objetivos ya nombrados anteriormente, podría considerarse que estos tres son los que mejor engloba la finalidad del proyecto:

- Planificación y ordenación de parte del terreno del municipio de Diezma, concretamente de las tierras que se encuentran frente al cementerio municipal.
- Análisis de su estructura de turismo. Identificar los factores que pueden ser mejorados, así como añadir nuevas prácticas que beneficien al turismo de la localidad.
- Análisis de viabilidad de la propuesta de un área de autocaravanas.

3.3 PLANTEAMIENTO GENERAL

Planteamiento de las fases previas al desarrollo constructivo de un área de autocaravanas en el municipio de Diezma, situado en la provincia de Granada. Teniendo en cuenta que se trata de un proyecto que ha partido de cero, se han llevado a cabo análisis de distintos aspectos que influyen en el buen funcionamiento tanto del área en sí, como en la adaptación del municipio a este nuevo recinto.

Sin duda, ha sido necesario la realización de un estudio sobre el funcionamiento del turismo en Diezma. Ver cómo estaba funcionando hasta ahora, tanto la publicidad que se le da para atraer a turistas como los lugares que poseen estos para disfrutar y visitar. Teniendo esto en cuenta, se ha podido establecer unas pautas para la buena promoción del futuro área de autocaravanas, así como el potenciamiento del municipio o creación de lugares para visitar.

En definitiva, el proyecto base es definir si es viable la realización de esta área, o qué habría que hacer para que fuera viable. Como parte complementaría, crear una red que sirva como estructura de soporte o fiable para que el proyecto sea real y ayude al crecimiento de toda la localidad.

3.4 ACTORES Y SUS ROLES EN EL PROYECTO.

Este proyecto se trata de una concertación local, donde se constituye un modelo de gestión en el que los entes locales de la provincia y la Diputación, apuestan por un trabajo conjunto para fijar las prioridades políticas municipales a desarrollar en un periodo de tiempo determinado, estableciéndose entre ambos una relación de bilateralidad, con absoluto respeto a la autonomía local.

Frente al modelo de subvención, en el que las **entidades locales** se acogen a una financiación condicionada regida por el principio de jerarquía, la concertación, apuesta por la cooperación entre la **Diputación** y los entes municipales para abordar con éxito y de manera global las políticas públicas locales.

Evidentemente, como actor principal estaría el propio **Ayuntamiento de Díezma**, el cual ha tenido la iniciativa de poner en marcha este proyecto de su Agenda Urbana. Además, será el encargado de buscar la financiación para poder llevarlo a cabo, o en su defecto, buscar a una empresa privada o promotor que se haga cargo del proyecto en sí. También hay que mencionar a los técnicos del ayuntamiento así como a las personas de administración, ya que sin duda han aportado una gran ayuda a la evolución de este proyecto.

Por otra parte, la Diputación de Granada ha contribuido con la búsqueda de personal para el desarrollo del proyecto además de aportar fondos para los primeros pasos del proyecto.

Aún no es seguro, pero se prevé que parte del proyecto sea financiado por fondos pertenecientes a Europa, con el motivo de la realización de los proyectos de la Agenda Urbana de los pequeños municipios.

La **ciudad de Granada** sería otro posible inversor, ya que el desarrollo de un municipio como Díezma, el cual se encuentra muy cerca del núcleo urbano principal, beneficiaría la economía y el conocimiento de la propia ciudad.

Además, otro de los actores serían los propios **comercios y negocios** relacionados con el turismo (restaurantes, hoteles y empresas de actividades de ocio), ya que se beneficiarían directamente del proyecto y participarían mediante la promoción de servicios y productos en el parking (folletos con promociones, precios, ...).

3.5 RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES.

En primer lugar, la ubicación del área de autocaravanas se prevé en unos terrenos que no forman parte del control del municipio, es por eso que dichos terrenos van a ser adquiridos por el ayuntamiento de la localidad.

El estudio técnico que se desarrolló para analizar estos terrenos estableció que *“el terreno idóneo y el único que reúne los requisitos necesarios para ser destinado a los fines expuestos es la parcela de referencia catastral 0600601VG7300B0000IG. Esta finca se encuentra inscrita en el Registro de la Propiedad de Iznalloz en el Tomo 1.132, Libro 40, Folio 61, Finca nº 2.931. Esta finca se ubica frente al Cementerio de Diezma, junto a la Autovía A-92, con acceso directo desde la misma, con dimensiones y forma adecuada para los usos a los que se pretende destinar.”*

Los linderos de la finca son:

- Fondo: Parcela catastral 18069A011000280000OL
- Derecha: Parcela catastral 0600602VG7300B0000JG y camino
- Izquierda: Autovía A-92 (Junta de Andalucía)
- Frente: Camino

Es decir, el suelo se trata de un suelo urbanizable. Según las normas subsidiarias de Diezma, este terreno se desarrollaría con el plan parcial correspondiente en su caso. “Según se traduce de las normas”, habría que dividir el terreno en sectores. Cada sector tendría 30.000 m² por lo que aproximadamente saldrían 4 sectores en ese terreno. Ya con el sector localizado, se le daría un uso justificado donde se distribuirán ahí las cargas de uso (tanto por ciento de suelo, tanto por ciento de sistemas, etc...).

Es decir, para poder realizar en ese terreno el área de autocaravanas, se debe redactar un plan parcial donde se definan las parcelas y por tanto las unidades de ejecución. El camping será considerado una unidad de ejecución dentro del plan parcial.

Para ello, sería necesario empezar cuanto antes, ya que es un proceso largo en el que pueden estar involucrados muchos departamentos de orden público.

Alguno de los recursos económicos que se estiman son:

- La compra de los terrenos
- Análisis urbanístico
- Urbanización
- Diseño del área en sí
- Permisos legales para su construcción
- Construcción del área.

Zona de limpieza, muelle, parcelación, equipos informáticos, toma de luz y agua, etc...

- Campaña de comunicación y promoción del turismo en Diezma así como del área de autocaravanas.

*Fuente: <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-resiliencia-de-destinos-turisticos/>

3.6 FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

Para proceder a implementar el proyecto se han definido varias fases. Dichas fases definidas para la materialización del proyecto son las siguientes:

Fases del proyecto	Descripción
Definición del problema	Analizar que aspectos influyen en la necesidad de esta acción
Especificar proyecto a desarrollar	Seleccionar entre las propuestas de la Agenda Urbana la que se va a materializar
Establecer los objetivos	Definir cuál son los propósitos de la acción y de este modo, ajustarse siempre en las acciones y el diseño a estos objetivos.
Analizar la metodología	Establecer los pasos necesarios y definir las herramientas para llevarlas a cabo
Análisis del entorno	Especificar aspectos que influyen en el diseño y materialización del proyecto
Analizar factibilidad	Evaluar aspectos que influyen en la viabilidad del proyecto – aspectos económicos, técnicos, operativos, legales, sociales, climáticos, desarrollo territorial, comunicación y marketing y materiales
Plan de negocio	Analizar aspectos que influyen en la rentabilidad de la propuesta [la explotación del lugar se realizaría a través de un particular.
Mediciones y presupuesto (pliego de condiciones técnicas)	Realizar las mediciones y cálculos necesarios para definir la magnitud y características que va a tener el emplazamiento
Urbanización	Diseño de la urbanización, uso de las calles, saneamiento, electricidad, agua corriente. Acondicionamiento del espacio.
Búsqueda de fondos	Búsqueda de financiación para el desarrollo del proyecto
Diseño del camping	Evaluar y definir los elementos que constituyen el camping. Definición del funcionamiento del recinto.
Tramitación legal del proyecto	Hacer y solicitar todos los trámites necesarios para el inicio de las obras.
Ejecución del proyecto	Construcción y acondicionamiento del espacio

3.7 HOJA DE RUTA MUNICIPAL PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

Es importante esclarecer los primeros pasos para el correcto desarrollo del proyecto. Para ello se desarrollan algunos puntos fundamentales para continuar con el proyecto:

1º Compra y urbanización de los terrenos.

Realización de la compra por parte del Ayuntamiento de los terrenos definitivos donde se edificará el proyecto. A su vez es necesario el planteamiento de la urbanización de dichos terrenos, así como su puesta en marcha, es decir, la construcción de las distintas calles que conformarán las parcelas.

2º Inicio de varias campañas para reactivar el turismo en la zona.

El municipio no cuenta con una dinámica de promoción del turismo efectiva, lo que influenciará en la promoción del camping en sí. Por lo que es fundamental que antes de construir el proyecto, el Ayuntamiento empiece diversas campañas para potenciar y atraer público nuevo a la localidad.

3º Diseño final del camping.

Una vez conocida la parcelación final de los terrenos y según los requisitos que ponga el Ayuntamiento o la empresa explotadora del lugar, se llevará a cabo el diseño de toda el área de autocaravanas. Dicho diseño debe tener muy en cuenta las vistas, así como su relación con el cementerio, al cual también debe dar servicio.

4º Tratamiento legal del camping.

En primer lugar, elegir la forma jurídica del camping. Lo más habitual es que los campings funcionen bajo la forma jurídica de Sociedad Limitada, principalmente porque por su volumen de negocio, son considerados como pymes.

La Sociedad Limitada puede estar formada por un número ilimitado de socios (mínimo 1), los cuales tienen responsabilidad limitada sobre sus participaciones en la sociedad. *Fuente: <https://asesorias.com/empresas/como-crear-gestionar/camping/>

5º Búsqueda de financiación y ejecución del proyecto.

Como ya se ha comentado, lo ideal sería conseguir fondos europeos para llevar a cabo todo el proyecto. Si no, sería posible pedir subvenciones al estado o incluso a la provincia de Granada.

3.8 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA SU DESARROLLO, O EN SU CASO ESTUDIO DE VIABILIDAD.

Para comprobar la factibilidad o viabilidad del proyecto debemos tener en cuenta una serie de factores que influenciarán en el análisis. *Fuente: <https://www.oberlo.es/blog/viabilidad-de-un-proyecto>

1. ¿Cuenta el órgano administrador con la tecnología necesaria para llevar a cabo este proyecto?

Tecnológicamente hablando sí, el Ayuntamiento cuenta con ordenadores, internet, electricidad etc, pero la zona de actuación aún no está habituada por lo que sería necesario invertir ahí y que llegará no solo la electricidad sino también la conexión a internet. En este sentido, el municipio puede contar con algunos problemas...

2. ¿Cuenta, a su vez, con los recursos humanos para llevar a cabo este proyecto?

En la actualidad no, ya que sería necesario personas trabajando específicamente en este proyecto. Tanto en su diseño, como en su funcionamiento, como en la red de "actividades". Así como en su promoción- Sería necesario una persona especialista en turismo.

3. Tenemos la seguridad de que este proyecto nos brindará el retorno sobre la inversión [ROI] que estamos buscando:

A la larga sí, ya que está comprobado que el lugar es el adecuado y que cada vez hay más demanda de este tipo de turismo. Aún así, quizás el retorno no sea tan pronto como lo esperado por el ayuntamiento.

4. Análisis de las diferencias con la competencia:

Respecto a lo observado en otras áreas de autocaravanas de la comarca, es muy importante que la información del camping esté clara, así como el lugar cuidado. La competencia principal se encuentra en el municipio de Guadix, aunque dicha zona está formada como si de un aparcamiento se tratara, por lo que Diezma podría fácilmente diferenciarse. Así como potenciando la promoción de su entorno.

Otros emplazamientos similares en la zona son:

- Área de autocaravanas La Peza. El ayuntamiento posee página web desarrollada pero no hablan de esta área. Existen dos opiniones en Google que la califican de aceptable, pero con varios problemas.
- Área de Autocaravanas de Quéntar. Área abandonada.
- El resto son áreas de la ciudad de Granada o incluso más al sur de la provincia.

5. Acciones o medidas para llevar a cabo

Sería necesario que la zona de autocaravanas de Diezma potencie su conexión con la naturaleza y ofreciera un espacio mucho más verde que el de sus competidores. Donde los campistas pudieran establecerse y disfrutar del contacto con el entorno y no ser meramente un lugar de paso.

Además de que esté bien promocionado. Tanto en la página web del municipio como en las zonas cercanas, así como en la capital de provincia.

También cuidar la cercanía del camping con el pueblo. Será fundamental crear un espacio peatonal entre la zona del área de autocaravanas y el centro del pueblo.

6. Seguimiento - continuas mejoras

Importancia de que en el camping se recoja información de todas las posibilidades que muestra el municipio y lugares donde consumir para generar ingresos: rutas de senderismo, escalada, restaurantes, comercios y otros servicios y actividades culturales. Además de el buen funcionamiento del restaurante-bar.

7. Clientes potenciales:

¿Qué tipo de turista frecuenta la zona? ¿Busca tranquilidad o aventura? ¿Cuál es su nivel adquisitivo?

Familias: Clientes potencialmente con solvencia económica

Turistas: Buscan cosas típicas de la zona.

Turismo de autocaravanas.

Personas con animales.

8. La propuesta de valor:

Para las familias, se buscaría darle un espacio tranquilo en el que puedan relacionarse entre sí y relacionarse con el entorno. Así como descubrir el municipio y sus encantos.

A los turistas se le ofrecería el poder conocer un municipio típico de granada, así como su cultura. Especialmente beneficioso para los comercios que comercializan con elementos típicos de la zona.

A los amantes de los viajes con autocaravanas se les ofrecerá un lugar totalmente equipado para ello donde podrán descansar y asear sus vehículos.

Personas con animales. No todos los lugares aceptan mascotas, podría ser una manera de diferenciar esta área de autocaravanas.

Además de ofrecer una gran variedad de actividades en la naturaleza, así como en el tema gastronómico, a partir de la venta de productos típicos y de los restaurantes.

9. Canales de comunicación y distribución:

En primer lugar, será fundamental que la página web del ayuntamiento funcione correctamente o que al menos esté actualizada. En este caso, la promoción del área de autocaravanas también deberá tener su propio apartado.

Por otra parte, sería necesario que hablaran y valoraran el lugar personas que entienden del tema, es por ello que debería introducirse esta área de autocaravanas en lugares, app y webs de autocaravanistas.

Como medio de comunicación podría utilizarse el Facebook, ya que el municipio cuenta con uno para sus habitantes, aunque actualmente se potencia más con Instagram.

Además de información física disponible en el camping o acceso mediante código QR.

10. Relación con los clientes:

En primer lugar, es importante que tengan una relación automática, para el modo de reserva, validación etc. Sin embargo, y como forma de fomentar el trabajo, sería necesario otra parte más

personal, siendo necesario que una persona estuviera encargada del mantenimiento, así como de los servicios esenciales del lugar.

11. Flujo de ingresos:

Según los precios que suelen tener otras áreas de autocaravanas de la zona. El camping valdría en torno a los 7/8€ al día por persona adulta y 4€ por niño, pudiendo elevar el precio en temporada alta.

12. Recursos clave:

El recurso principal que posee esta área de autocaravanas es sin duda las vistas. Para que dichas vistas sean atractivas y funciones como reclamo, se debería de crear actividades que mantengan a los visitantes en dicho entorno. Para ello, sería conveniente la creación o activación de un rocódromo o rutas de senderismo.

13. Actividades clave:

En nuestro caso, el proyecto cuenta con la creación de una zona de restaurante-cafetería que sin duda será fundamental para el buen funcionamiento del área de autocaravanas. Sin embargo, será necesario la creación de servicios complementarios como actividades al aire libre para atraer al turismo.

14. Red de partners:

En este caso, sería importante ver empresas en el municipio que quisieran aportar o participar en este proyecto. Sin duda, también sería importante hablar con empresas de la ciudad de Granada para que promocionarán este municipio. Además de poder contar con empresas que potencian las actividades al aire libre, para que utilicen Diezma como su localización principal.

15. Estructura de costes:

Identificación de los costes principales que deberá tener en cuenta el proyecto para su modelo de negocio:

- Obras de acondicionamiento
- Contratación de personal
- Pago de tasas e impuestos
- Compra del terreno
- Construcción
- Mantenimiento
- Suministros
- Servicios complementarios

3.9 ANÁLISIS DEL MERCADO DEL ÁREA DE AUTOCARAVANAS

El parque de autocaravanas en Europa está compuesto por más de un millón de unidades con un crecimiento anual muy superior a la media de los turismos.

Francia, Italia, Alemania y el Reino Unido son los países de la Unión Europea que disponen de un número mayor de autocaravanas. La suma de estos cuatro países representa más de la mitad de las autocaravanas matriculadas en la UE. España dispone de un parque de unas 25 mil autocaravanas aproximadamente.

Las ventas en el año 2006 fueron de 3.589 con un incremento del 19,2%. Hasta el año 2006 era uno de los países de la UE con el crecimiento más dinámico. En España están establecidas cuatro fábricas de autocaravanas, el 80% de cuya producción se destina principalmente a la exportación. De la actividad del sector dependen más de dos mil puestos de trabajo.

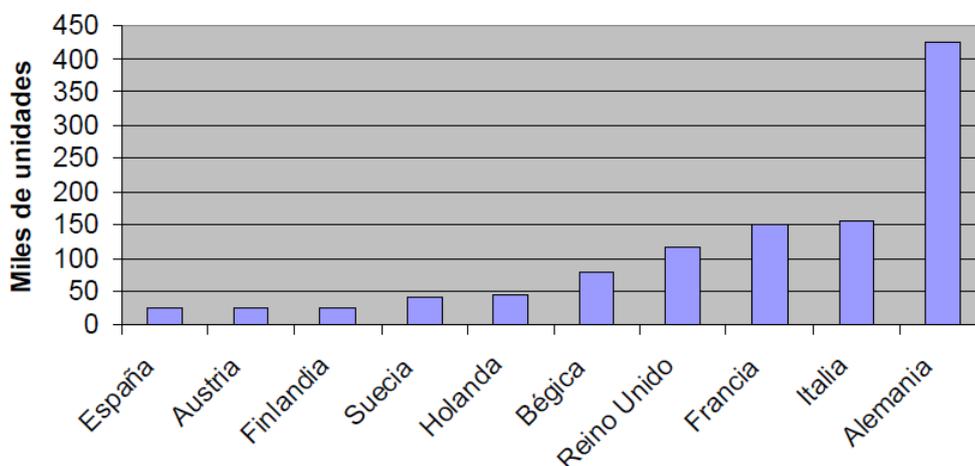
*Fuente: Libro blanco del caravanning de España, 2007

Se calcula que cada año cruzan nuestras fronteras unas 200 mil autocaravanas en las que viajan cerca de 500 mil turistas. Este flujo aporta al negocio del turismo español una cifra superior a los 280 millones de euros al año.

España es, además, el destino de muchos turistas de la Unión Europea que utilizan este medio de transporte y alojamiento (53% franceses).

El usuario de una autocaravana, en ruta, consume combustible, alimentación, restauración y servicios. Sus preferencias a la hora de hacer sus compras se centran en el comercio local y sus hábitos le llevan a uno de cada tres turistas, a visitar un restaurante una o dos veces por semana cuando está de viaje. *Fuente: Encuesta Harris, Francia, 2005

Unidades matriculadas (2005)



¿Cómo son este tipo de turistas? ¿Cómo son los autocaravanistas?

Un 76% de los autocaravanistas consideran que la independencia que proporciona es un factor primordial en la compra de su autocaravana; un 62% basan su decisión porque les permite iniciar un viaje sin necesidad de reservar alojamiento y un 30% porque facilita el contacto con la naturaleza.

Los adultos activos (entre 51 y 60 años), constituyen el 42,8% de los autocaravanistas.

Este grupo, el más numeroso, próximo a la jubilación dispone, desde un punto de vista de remuneración, de su máximo poder adquisitivo.

A continuación, los mayores de 60 años representan un 32,8%, con un ligero y progresivo descenso sobre el total. Finalmente, las jóvenes familias con niños experimentan un incremento en el cómputo total de los usuarios.

En conjunto, el 75% de los autocaravanistas son personas mayores de 50 años. Este colectivo lo componen empleados, funcionarios, autónomos, jubilados y personas vinculadas a la docencia con una renta media anual de más de 28 mil euros.

El autocaravanista práctica, generalmente, un tipo de turismo en el que predomina el deseo por descubrir nuevas formas de cultura, paisajes y el patrimonio histórico de los lugares que visita.

Viaja a lo largo del año y no pasa más de dos noches en el mismo lugar. El 19% utiliza su vehículo más de veinte veces al año. Un 26% de once a veinte y un 38% entre seis y diez veces. Solamente el 17% utiliza su autocaravana menos de seis veces al año. El 80% toma la carretera los fines de semana y durante las vacaciones.

El 25% utiliza la autocaravana para acudir a las zonas donde se practican los deportes de invierno.

- TIPO DE VEHÍCULOS A LOS QUE SE DIRIGE EL PROYECTO

*Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Autocaravana> + Información aportada por Ignacio Vioque, autocaravanista

Dentro del mundo de las autocaravanas es necesario saber que existen distintas clases y que todo depende del acoplamiento que se le dé a la cabina con el chasis. Los tipos son:

1. Camper: Están montadas sobre la furgoneta original, es decir, se trata de una furgoneta adaptada para este fin. Conserva las dimensiones exteriores del vehículo, pero interiormente está rellena con aislamiento térmico, muebles y los elementos necesarios para vivir dentro de ella. También pueden estar dotadas de un techo "postizo" que puede ser levantado completamente. Este tipo de vehículo es muy popular, a pesar de que su habitabilidad es inferior al resto de autocaravanas. Sin embargo, sus dimensiones son muy manejables y les permite ser más rápidos y menos exigentes en cuanto al consumo de combustible.

1. Capuchinas: En este caso, la cabina habitable está formada con un elemento externo donde iría el motor del vehículo. Una particularidad de este tipo de autocaravana es el prolongamiento del extremo de la cabina sobre el habitáculo de conducción. Se trata de una de las versiones más extendidas y conjuga la relativa facilidad de construcción con la posibilidad para acomodar un buen número de pasajeros, típicamente entre 4 y 6, sin un sacrificio excesivo de los espacios comunes a bordo.

La utilidad de este tipo de autocaravana en situaciones de estancias prolongadas puede aumentarse posteriormente con la presencia, en puertas laterales y maletero, de tiendas extraíbles que aumentan la superficie protegida de las inclemencias del tiempo.

También está el tipo “Perfilada” que se trata de la misma autocaravana, pero sin esa parte delantera que le hace tan característica.

3. Integrales: Se trata de la autocaravana conocida como tal. En este caso, la cabina habitable forma un solo elemento con el chasis motor. Por lo tanto, aparte de estar la construcción de la autocaravana 100% orientada a ser habitada, con las mejoras que ello conlleva, por ejemplo, en el aislamiento, tenemos un mayor espacio, ya que no estamos limitados al espacio original de la zona de carga de la furgoneta. Sin embargo, se trata de la autocaravana más cara, más difícil de mover y de mayor consumo

Es importante saber el aporte de energía necesario en cada caso.

- Si posee dos baterías, cabina y el habitáculo: se cargan con el alternador del motor, conexión 220V y/o placa solar.
- En el caso de ser necesario para cocina, nevera trivalente (gas 12V-220V), calefacción y agua caliente, serían necesarias dos bombonas de propano.

También existen accesorios adicionales como los convertidores de 12V a 220V, generador de corriente de gasoil, TV, antena parabólica, hornomicroondas, refrigerador, aire acondicionado...

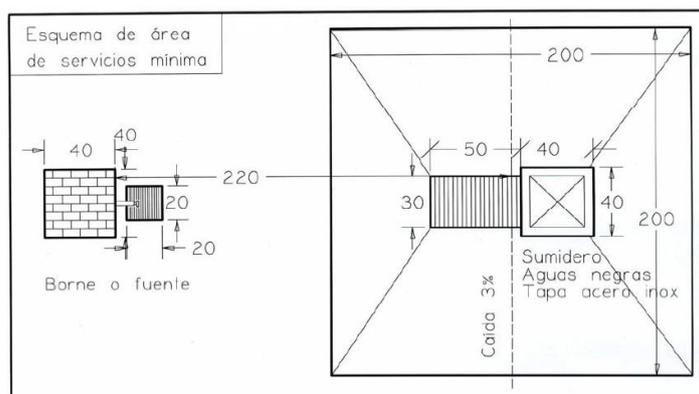
Las dimensiones habituales de una autocaravana media son:

- Vía delantera 1,81 metros, trasera 1,79 metros.
- Longitud, entre 5,50 y 8,10 metros,. (< 7 metros más frecuente).
- Anchura, entre 2,05 y 2,35 metros.
- Altura, entre 2,60 y 3,35 metros
- MMA (Masa Máxima Autorizada) 2,8 a 4,5 tm. (<= 3,5 tm. la más frecuente)

3.10 ELEMENTOS DEL ÁREA DE AUTOCARAVANAS

Un área de servicio para autocaravanas y una estación ecológica de reciclado de residuos que presta un servicio al turista usuario de autocaravana y lo atrae en beneficio del comercio local. En ellas dichos vehículos aparcan y realizan sus labores de limpieza, así como toma de agua o electricidad e incluso cuentan con otros servicios complementarios. Dichas áreas actúan como reclamo de turistas, ya que las rutas de viajes se preparan en función de la localización de estas áreas, es decir, podrían entenderse como si de un puerto marítimo de interior se tratase.

Dentro de las áreas de autocaravanas, existen distintas zonas para su correcto funcionamiento. Las características de los elementos de un área de servicios y su disposición pueden adoptar numerosas variantes ya que no existe una normativa vigente que establezca las condiciones. Higiene, comodidad y limpieza son los principales objetivos.



Zona Muelle: espacio hormigonado liso y conectado a la red de alcantarillado. Tiene por objeto acoger a la autocaravana mientras realiza el servicio y facilita la caída del contenido del depósito de aguas grises a un sumidero provisto de la correspondiente rejilla. Debe tener unas dimensiones suficientes para realizar la maniobra sin dificultad. El tamaño idóneo se puede establecer a partir de una plataforma de captación de 2 x 2 metros, como mínimo, hasta 4 x 4 metros y una rejilla de 30 x 30 cm. Como mínimo, con una pendiente de un 3%. Debe ser de cemento o asfalto y carecer de obstáculos o pendientes que puedan rozar los bajos del vehículo.

- Rejilla de vaciado de “aguas grises”, su instalación debe estar preparada para que dichas aguas pasen por un proceso de depuración o desagüe en la red de alcantarillado. La rejilla captación de las aguas grises puede adoptar cualquier forma siendo, por regla general, la rectangular de 30 x 50 cm. la más utilizada, y situada en el centro de la caída de aguas. El grifo de vaciado del depósito de aguas grises está situado por regla general, bajo el vehículo, en la parte posterior.

- Punto de vaciado “aguas negras” (WC químico), con tapa de registro hermética.

- Arqueta: Como mínimo se debe dotar al área de una arqueta de vaciado del depósito de materia orgánica procedente del váter. Este depósito, en el, aproximadamente, 95% de las autocaravanas, es extraíble y portátil, pudiendo situarla para este propósito en un lugar y posición cómodos para embocar y manipular el depósito con un peso cuando está lleno de 18 a 20 kilos y provisto de un pequeño tubo orientable de unos 6 cm. de diámetro y 15 cm. de largo para facilitar la embocadura.

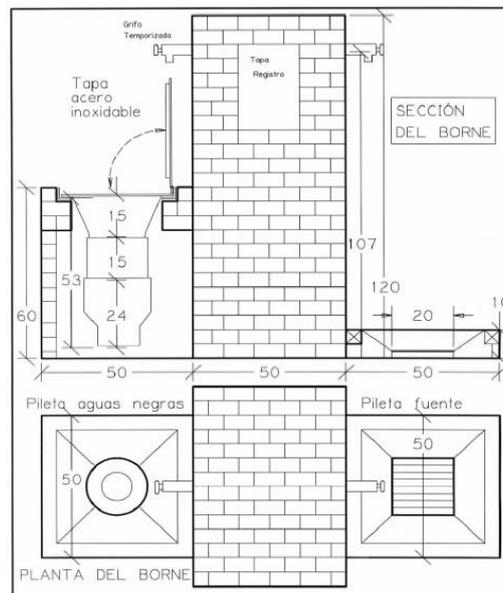
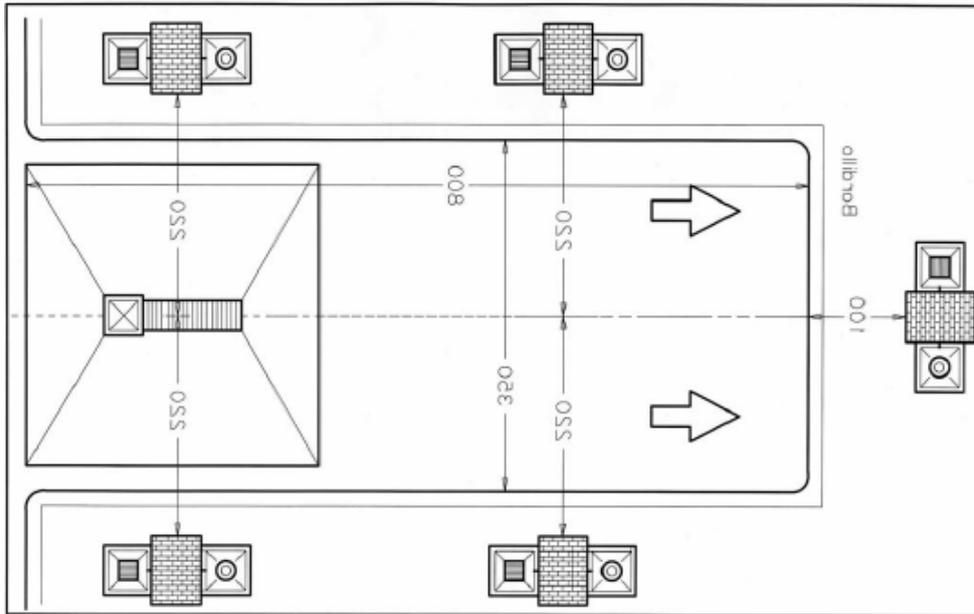
- La tapa que debe dotarse siempre a los sumideros debe ser de acero inoxidable provista de un asa escamoteable para facilitar el acceso y, si existe un sumidero situado en la plataforma, deberá reforzarse convenientemente para soportar eventualmente el peso del eje de una autocaravana cargada (2,5 tm.). En lo posible, lo ideal es disponer de dos sumideros para el vertido de materia orgánica. Uno en el borne, provisto de un grifo para la limpieza y otro adosado a la rejilla en la plataforma de vaciado del depósito de aguas grises para facilitar el vaciado del depósito fijo del váter de tipo náutico.

- A su vez puede contar con enchufe para dar suministro eléctrico.

- Punto de suministro de agua potable, grifo para conexión de manguera. La base es un cajón de obra revestido de ladrillo cara vista de 50x70 cm. De base y 120 cm. de altura. En los costados más largos se construyen dos piletas de 50 x 50 cm. con sendos grifos, una de 60 cm. de altura que alberga el sumidero de aguas negras, de acero inoxidable, de forma cónica o piramidal, con su

correspondiente tapa, y la otra de 10 cm. de altura con la rejilla para la recogida del agua limpia sobrante.

Todo lo comentado anteriormente puede ir englobado dentro de un Borne. Posibles sitios donde poner el Borne:



Esquema de la planta y sección del borne proyectado para el área de servicios para autocaravanas de Donostia—San Sebastián

Borne: Existen varios fabricantes de bornes industriales el más utilizado es Euro Relais, de origen francés con tres modelos básicos. Este tipo de borne puede contener todos los elementos

necesarios para satisfacer las necesidades de un autocaravanista. Además, está preparado para equiparse de un sistema de cobro del servicio, bien sea de moneda, ficha o tarjeta. La experiencia enseña que el pago por servicios es un engorro adicional. Si se opta por moneda se corre el riesgo de que se destruya con la intención de robar, si se opta por una ficha, dificulta el pago y el sistema de tarjetas es caro. Es preferible que el suministro de agua esté incluido en la tarifa de estacionamiento si éste es de pago.

MODELO MINI

Contiene 1 grifo para agua limpia, 1 trampilla para el vaciado del váter químico, 1 grifo de limpieza del váter químico, 1 trampilla para el vaciado de aguas grises. Está construido en poliéster con fibra de vidrio.

MODELO JUNIOR

La misma construcción que el modelo anterior, pero con la posibilidad de dos puestos para el vaciado y llenado de depósitos. Ambos pueden opcionalmente llevar un monedero para el cobro y protección contra heladas.

MODELO JUNIOR INOX

Dotado con dos puestos de para el vaciado y llenado de depósitos y construido en acero inoxidable. Como los dos anteriores está dotado de una puerta de servicio con cerradura.

Zona de Espera: en ocasiones se encuentra junto a la zona muelle y su utilidad es la de servir de estacionamiento a otro vehículo que desee entrar en el muelle.

Zona de Estacionamiento-Pernocta: será aquel lugar dentro del área destinado al estacionamiento y pernocta de las autocaravanas por tiempo limitado.

Zona de Servicios: independientemente de las zonas anteriores, las áreas podrán disponer de otro tipo de servicio tales como, duchas y aseos, lavanderías, parques infantiles, etc...

El área de autocaravanas ideal deberá contar con un fácil acceso, así como estar bien indicado, que se encuentre en una zona segura ya que habrá personas habitando ese lugar. Deberá estar cerca de lugares de interés de medios de transporte públicos. Muestra información de interés sobre actividades y recursos turísticos de la zona.

En resumen, las áreas deben contar con los elementos básicos para suplir las necesidades de las autocaravanas, que son:

- Llenar sus depósitos de agua potable (120 litros aproximadamente cada 3-4 días).
- Vaciar sus depósitos de "aguas grises" (100l de aguas jabonosas, aprox. cada 3-4 días)
- Vaciar sus depósitos de "aguas negras" (20l WC químico, aprox. cada 3-4 días)
- Estacionar en lugares seguros y tranquilos para pernoctar.
- Proveerse regularmente de productos básicos de consumos (alimentos, bebidas, etc.).

- TIPOS DE ÁREAS

De acuerdo con la ubicación, cantidad, calidad y tipo de servicios que prestan las áreas las clasificaremos en:

- ÁREA DE TRÁNSITO:

En las áreas de tránsito sólo se prestarán los servicios de vaciado de aguas grises y negras, así como el llenado de depósitos de aguas limpias y en algún caso la conexión eléctrica para la carga de baterías.

Constarán, por tanto, de una “zona de muelle” y una “zona de espera”. El estacionamiento estará limitado al tiempo necesario para realizar las labores especificadas de mantenimiento.

Las áreas de tránsito las podremos clasificar en áreas de primera, segunda o tercera categoría de acuerdo con su ubicación y a la calidad del servicio que se presta.

- **ÁREA DE ACOGIDA:**

Determinaremos que un área es de acogida, cuando en la misma se presten los servicios de mantenimiento de la autocaravana (vaciado y llenado) y además los de estacionamiento y pernocta. Constarán tanto de una “zona de muelle” como de una “zona de estacionamiento” y opcionalmente de una “zona de servicios”. El estacionamiento estará limitado en tiempo en función de los recursos turísticos de la zona donde está enclavada el área. Por lo que dicho estacionamiento se moverá en una banda de 48 a 72 horas, pudiendo superarse dicho límite horario según la disposición del promotor. Cuando la temporada de afluencia sea baja, dichos límites de acogida podrán ser ampliados. A la vez se clasificarán en áreas de primera, segunda o tercera categoría de acuerdo con su ubicación y calidad de servicios existentes.

- **ÁREA DE ESTANCIA:**

El área será de estancia cuando preste los servicios de vaciado y llenado, así como los de pernocta, dispondrán, además, de espacio anexo a la autocaravana para el uso y disfrute exterior a la misma, de sus ocupantes y una zona de servicios complementaria.

Constarán de “zona de muelle”, una amplia “zona de estacionamiento” y una “zona de servicios”. La estancia máxima será determinada por la entidad que gestione el recurso. No obstante, deberá tener una duración superior a la del área de acogida, teniendo a su vez presente la afluencia de autocaravanas en cada periodo del año. Están clasificadas en áreas de primera o segunda categoría.

Cualquiera de estas áreas se podrá subclasificar en primera, segunda o tercera categoría según los servicios que ofrezca. Las tablas se ubican en el apartado de Anexos.

- **SERVICIOS Y ASPECTOS DEL FUNCIONAMIENTO DEL ÁREA DE AUTOCARAVANAS**

Es necesario aclarar ciertos aspectos para el correcto funcionamiento del área de autocaravanas. Dicha zona será un área de Pernocta que contará con los siguientes servicios:

- Toma de electricidad
- Bar/cafetería/restaurante (con placas solares)
- Duchas y WC
- Máquinas expendedoras
- Toma de agua
- Se admitirán animales

- Desagüe de aguas negras y grises
- Vigilancia las 24h
- Zona para picnic y parque infantil
- Alquiler de bicicletas, así como bonos descuentos para el consumo en los comercios locales

El funcionamiento que se plantea es, en primer lugar, la elección de “Solicitud de servicio” para conocer si el cliente desea la opción de Servicio de parking o si por el contrario decide Estacionar el vehículo. En dicho caso tendría la opción de Limpieza, tanto del vehículo como de sus residuos e incluso la opción de Pernocta. Una vez finalizados todos los servicios se procedería a la realización de la factura.

Según recomendaciones, los precios suelen oscilar entre los 8 y los 20€ por vehículo (ya depende de lo bien acondicionada que esté y de si es un pueblo o una ciudad muy turística) y se suelen cobrar 3-4€ diarios por el enganche de luz, también se puede poner una tarifa única con luz.

En este proyecto se plantean los siguientes servicios a estos precios:

Abono Diario:

Pernocta (de 18:00.a 10:00 h.) 8 Euros

Electricidad: 2 Euros

Solo Servicios:

Vaciado/carga de aguas: 3 Euros

Lavado de vehículos: 3 Euros

Abono más días:

Pernocta: Gratis 24h.

Siguientes días: 8 Euros

Electricidad: 2 Euros

Vaciado/carga de aguas: 3 Euros

Lavado de vehículos: 3 Euros

Servicio de parking:

Gratis 24h.

Siguientes días: 3 Euros

Aparte de los servicios que ofrecerá el área en sí, serán necesarios otros proyectos que atraigan la atención de los posibles clientes para que el área cuente con actividad durante todo el año. Algunas sugerencias son:

Senderismo: Actividad apta para cualquier público, ideal para hacer en grupos ya formados. Escasa necesidad de inversión.

Escalada en roca: Actividad más enfocada en el público joven o participantes de este deporte. Perfecta para atraer empresas de la gran ciudad.

Vía ferrata: Actividad apta para cualquier público, con especial interés en los más pequeños.

-APPS/PÁGINAS WEBS PARA ÁREAS DE AUTOCARAVANAS

El mundo de las autocaravanas y su turismo es relativamente nuevo en España sin embargo posee más recorrido en otras partes de Europa, donde se considera un modelo de turismo más. De estos lugares vendrán muchos futuros clientes movidos por el buen tiempo y los paisajes del sur de España, por lo que el área de autocaravanas de Diezma debe aparecer en los lugares destacados en los que estos turistas buscan información o incluso datos para organizar las paradas de sus viajes.

Por otro lado, en la época actual todo está conectado y se puede leer la opinión de cualquier lugar o de cualquier producto o servicio antes de utilizarlo. Sin duda esto es la mejor publicidad que se puede tener por lo que no solo es importante aparecer en páginas webs así como en aplicaciones de autocaravanistas, sino aparecer bien.

Además la página web del Ayuntamiento debe funcionar correctamente y que hable del área o incluso que se pueda contratar ahí los servicios. Porque, aunque otras páginas webs hablen también del área, la página web del Ayuntamiento será la que se tome más en consideración al ser la oficial del lugar. Deberá ofertar, también, al municipio para que los visitantes no solo elijan el lugar por las buenas condiciones del área de autocaravanas sino también por lo que pueda ofertar el pueblo.

Existen muchas páginas que comentan estos aspectos, aunque en esta página web quedan recogidas las mejores Apps para viajar en autocaravanas:

<https://marketing4ecommerce.net/top-mejores-apps-para-viajar-en-autocaravana/>

Alguna de ellas son:

- Áreas Autocaravanas
- Autocaravanas en ruta
- BeVanLifer
- Campercontact
- Campernight
- Camping-app.eu
- Campy – Camper Happy
- CaraMaps

Otra página importante es :

https://www.areasac.es/area-autocaravanas/areasaces/inicio_132_1_ap.html

Ya que posee información de todas las áreas de autocaravanas de la Península.

Sin duda, el Área de Autocaravanas de Diezma debería aparecer en ellas. Así como que la valoración general de google del área sea favorable. Entrarán muy en juego las redes sociales que se creen para la comunicación externa del área.

3.11 OTRAS CONSIDERACIONES PRÁCTICAS, LEGALES Y MEDIOAMBIENTALES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Desde un punto de vista sanitario, todas las autocaravanas tienen lavabo y ducha, cuyas aguas jabonosas se recogen en un depósito con una autonomía de varios días que evitan verter nada al medio ambiente; disponen igualmente de inodoro. Los residuos del inodoro se depositan en un recipiente incluido. Tanto las aguas grises como las aguas negras se vacían periódicamente en la red de aguas residuales que conduzca a su correcto tratamiento para ser depuradas o bien en las áreas de servicio específicas para autocaravanas.

Respecto a otros elementos de confort, estos vehículos disponen de instalación de gas para cocinar y climatizar el ambiente, instalaciones de televisión, de frigorífico y de un doble sistema eléctrico capaz de conectarse a la red de 220V o bien funcionar bajo 12V.

La autonomía que proporciona una autocaravana permite practicar un turismo que se caracteriza por la libertad y el respeto al medio ambiente. La planificación del viaje puede realizarse sobre la marcha con ayuda de guías de turismo y en función de la disposición personal para visitar o para descansar.

El turismo en autocaravana se distingue de otras formas de turismo por su amplia posibilidad de visitar zonas de interés turístico, escasas necesidades de infraestructuras. Asimismo, se caracteriza por no ser estacional, puesto que durante todo el año viajeros autocaravanistas cruzan Europa en busca de manifestaciones culturales, paisajes, gastronomía y compras de artesanía, entre otras actividades.

No hay que confundir estacionamiento habitado con el concepto de acampar. Las autocaravanas son vehículos homologados para realizar un estacionamiento habitado en cualquier lugar en los que se permite estacionar a un vehículo turismo.

En España, el organismo competente —la Dirección General de Tráfico— juzga en la Instrucción Técnica 08/V-74, del 26 de enero de 2008, que la presencia de los pasajeros en el interior de un vehículo estacionado no afecte al estacionamiento. Por ello, si la autocaravana se mantiene dentro de los límites asignados para el estacionamiento, no despliega elementos propios que desborden el perímetro del vehículo y la actividad interior no trasciende al exterior, los ocupantes de una autocaravana pueden utilizar las instalaciones destinadas al alojamiento sin que el vehículo pierda la condición de estacionado.

*Fuentes: <https://sincodigopostal.com/autocarava-vs-furgoneta-camper/>
BOJA Número 27 - Miércoles, 7 de febrero de 2018

3.12 INCORPORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL PROYECTO.

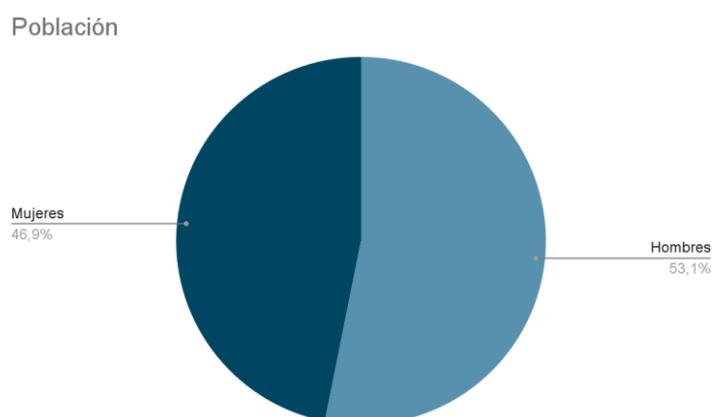
“Por un mundo en el que seamos socialmente iguales, humanamente diferentes y totalmente libres”
Rosa Luxemburgo

Es importante que el proyecto incluya medidas y acciones que atiendan a las diferentes situaciones, roles, necesidades e intereses de las mujeres, los hombres, las niñas y los niños con la visión de eliminar las diferencias entre género y alcanzar la equidad. Se concibe como una nueva forma de ver, de mirar la realidad, un nuevo punto de vista que tiene en cuenta las particularidades y diferencias entre hombres y mujeres en cualquier actividad o ámbito de una política, programa o proyecto.

Esto supone tener presente que el género es una categoría social que debe ser tenida en cuenta en cualquier análisis e intervención, explicitando en todo momento cuáles son las consecuencias y circunstancias de uno y otro sexo y cómo son las relaciones entre ellos. El objetivo último del enfoque de género es, por tanto, contribuir a mejorar la sociedad, equilibrando las posiciones de mujeres y hombres en todos los aspectos de la vida social.

En el municipio de acción, la población es casi igualitaria en cuanto al número de personas según sexo, siendo menor la población de mujeres en contra posición al de hombres.

Gráfica 1: Población por sexos en Diezma



Fuente:

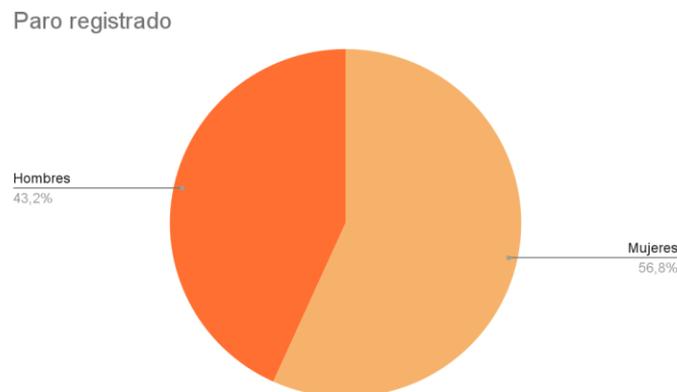
<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=18067>

En el caso concreto de nuestro proyecto del área de autocaravanas es importante contar con la participación de mujeres desde los pasos más básicos, como es en la ideación o desarrollo del proyecto. Hasta los eslabones más altos como pueden ser la coordinación u organización del área en sí. También pensando en ellas para la difusión del área, así como la promoción de actividades complementarias que deberán llevarse a cabo en el municipio para que el proyecto sea fructífero.

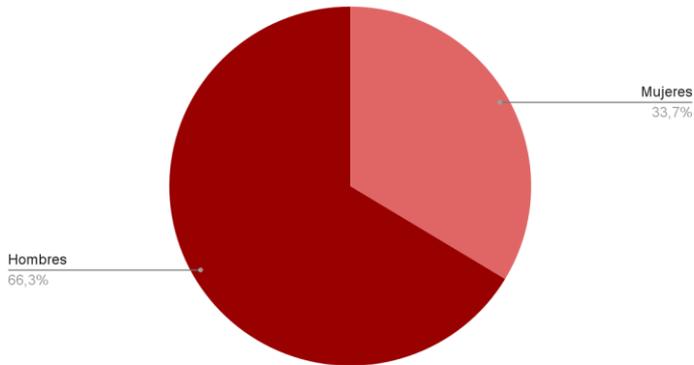
Además, como se plantea que las personas que trabajen en el área sean los propios habitantes del municipio para que tengan esa conexión con el lugar, será necesario unas fases de formación para “enseñar” ese trabajo. En dichas formaciones se tendrá que tener en cuenta la perspectiva de género, quizás para mujeres desempleadas o mujeres que sean madres en riesgo de exclusión social. De esta forma se beneficiaría no solo dichas mujeres, sino también el municipio y el propio proyecto. Incluso, en dicha parte de formación se podría dar algún “workshop” de empleabilidad para que la gente decidiera emprender y querer vender cosas en el pueblo o crear nuevas fuentes de recursos.

Es interesante ver algunos datos sobre el empleo en el municipio para entender mejor estas acciones que se quieren tomar. Como que hay más cantidad de paro en mujeres o que hay más personas de sexo femenino que tienen contratos eventuales con respecto a los hombres.

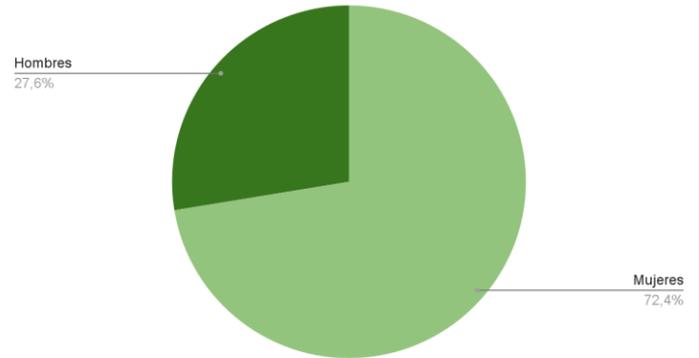
Gráfica 2: Gráficas sobre la situación de los trabajadores en Diezma



Contratos registrados



Trabajadores eventuales agrarios subsidiados



Fuente: <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=18067>

Por otra parte, Diezma no cuenta con una asociación de mujeres como tal. La asociación más cercana se encuentra en Guadix y la conforman mujeres de varios municipios. Sin duda sería un gran avance para el municipio contar con una asociación de mujeres aunque sea pequeña. En ella se podrían dar talleres de actividades, o quedadas para conocerse. Sin duda la población de los pueblos cada vez está más envejecida y este tipo de asociaciones luchan por la inclusión y por recordar el pasado de los pueblos.

Para llevar a cabo estas asociaciones, se pueden pedir subvenciones a la Junta de Andalucía así como al Consejo Andaluz de Participación de las Mujeres. El cual se trata de un órgano colegiado de participación de las organizaciones de mujeres en las políticas de igualdad de género de la Junta, presidido por la persona titular de la Presidencia de la Junta de Andalucía, que tiene entre sus funciones el canalizar las propuestas y aportaciones del movimiento asociativo en relación con las políticas autonómicas de igualdad de género, velar por el incremento de la participación de las mujeres en los procesos públicos y privados de toma de decisiones, prestar asesoramiento a la administración y promover la difusión de los valores de la igualdad entre la sociedad andaluza.

3.13 DISEÑOS PREVIOS, INFOGRAFÍAS, MAPAS, SOLUCIONES MARKETING, ETC ...

*Fuentes: <https://www.sistemaimpulsacom/blog/que-es-una-campana-de-marketing-y-por-que-es-importante/>

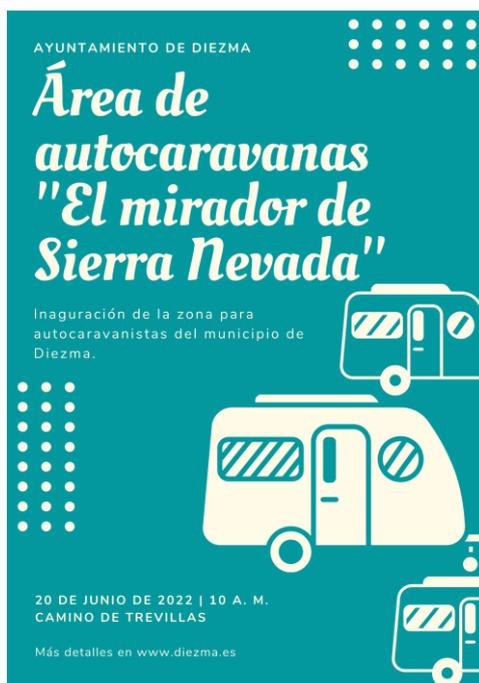
Como con cualquier producto para vender nuestra área de autocaravanas será necesario una campaña de Marketing. Se entiende por campaña el amplio conjunto de estrategias que tiene como objetivos dar a conocer los productos o servicios que tienes para ofrecer. Estas campañas son esenciales para crear y mejorar la aceptación del artículo dentro del mercado donde incursionan.

Es muy importante entender que una campaña publicitaria es mucho más que crear un anuncio. Para que tenga éxito, deberá basarse en la organización planteada desde sus inicios, de igual manera es esencial establecer a qué sector va dirigido y cuál es el mensaje.

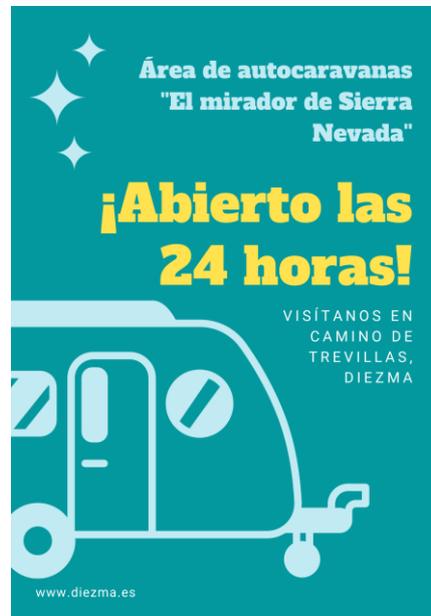
1. Definir los objetivos: Antes que nada, debemos definir qué buscamos o qué queremos obtener con la campaña. En nuestro caso en el mercado actual y ganarle una reputación. El siguiente paso será el de mejorar las condiciones del lugar para obtener más ganancias.
2. Establecer a qué público va dirigido: Para que la campaña tenga éxito y no se pierda el esfuerzo es crucial saber a qué público nos dirigimos. Como ya hemos comentado con anterioridad, buscamos sobre todo familias o turistas que ya conozcan el mundo de las autocaravanas.
3. Definir el Medio de Divulgación: Luego de haber definido el target a la cual va dirigida la campaña, podemos establecer qué medios utilizaremos para hacer la divulgación.
 - Publicidad en redes Sociales: este tipo de publicidad tiene un gran alcance en públicos de todas las edades y ubicación geográfica.
 - Email Marketing: El email se utiliza mayormente para comunicarnos con nuestros clientes ya formales, pero en este caso, al tratarse de un proyecto en su fase inicial, buscamos introducir el producto.
 - Realizar SEO & SEM: Recuerda que el SEO, es la optimización de tu página web o blogs y los motores de búsqueda. El SEM guarda relación con optimizar la web que utilizas, pero mediante la perfección del coste del clic que te ayudará a obtener clientes.

Con estos puntos como base es importante pensar en la temporada y en el momento para lanzar cada campaña. Aparte de la campaña para lanzar el proyecto serán necesarias otras campañas más leves para ir incrementando los ingresos.

Una posible campaña sería a través de carteles publicitarios.



Posible cartel para el día de la inauguración. Sería bueno que ese día se reunieran diversas empresas del sector, así como interesados. Que no sea un día se abre y ya, sino que se haga un evento en torno a ello.



Para la campaña de comunicación externa, es fundamental crear un Logo para el Área así como un posible Slogan para crear impacto. En ambos casos, sería conveniente que apareciera tanto sierra nevada como fondo y una Autocaravana en primer plano.

3.14 CONSECUCIÓN DE OBJETIVOS EN RELACIÓN CON EL PROYECTO.

Como ya se ha comentado, este proyecto está aún en fase de estudio para comprobar su viabilidad. Gracias a este documento ya se han realizado los primeros pasos para poder desarrollarlo correctamente en el futuro.

En primer lugar, se han analizado problemas que ya se comentaban en la Agenda Urbana del municipio y eso ha dado lugar a la elección del proyecto que puede paliar esos problemas. Con la elección del proyecto a materializar, se han establecido diversos objetivos a tener en cuenta para su correcto desarrollo. Dichos objetivos son los propósitos de acción y el modo de realizarlos para que se pueda finalizar correctamente el proyecto.

En segundo lugar, se ha analizado la metodología a seguir para sentar las bases del proceso de desarrollo. En este proceso se ha realizado un análisis del entorno, donde se muestran aspectos que pueden influir en el diseño y materialización del proyecto. A su vez, se han evaluado diversos ámbitos que sin duda influenciarán en la viabilidad del proyecto, como aspectos de comunicación, sociales, económicos y otros.

Por otro lado, tanto en algunos apartados del documento como en los Anexos, se detallan más informaciones sobre las características del futuro emplazamiento, así como fotografías relevantes para conocer el lugar a tratar. También se ha investigado para poder conocer los siguientes pasos a realizar en cuanto a la urbanización de los territorios así como conocer por donde transcurren las cañerías de la zona.

Por último, se comentan acciones para potenciar el comercio entre el área y el resto del municipio así como medidas a tener en cuenta para tratar ciertos aspectos sociales de la población.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Fortín, Manuel. Externalidad positiva. Economipedia.
(Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/externalidad-positiva.html>)
2. Gobierno de España. Agenda urbana española.
(Recuperado de: <https://www.aue.gob.es/>)
3. Diputación de Granada. Programa Puentes. Guía estudiante prácticas.
(Recuperado de: <https://www.dipgra.es/contenidos/programa-puentes/>)
4. “Especificaciones técnicas de áreas de Servicios para turistas en Autocaravana”, Asociación Andaluza de Autocaravanistas (ASANDAC)
5. “Dossier Áreas de Autocaravanas, Federación Española de Asociaciones Autocaravanistas”(FEAA)
6. “Proyecto Área Autocaravanas”, Asociación Cultural Autocaravanista Valenciana (ACAV)
7. “La acogida del turismo en autocaravana”, Colectivo Viajar en Autocaravana (VEA), 2008
8. “La movilidad de una autocaravana. Contexto actual y propuesta de actuación”. DGT, 2006
9. “Área de Servicio y estacionamiento de autocaravanas”. Estudio de viabilidad de la puesta en marcha de un servicio de estacionamiento de autocaravanas en el municipio de Castro-Urdiales. WifiCloud
10. Gómez Solís, Guiomar. “Modelo de Negocio de un Área de Autocaravanas”. Trabajo fin de Grado. 2016
11. “Guía Práctica para la Elaboración de Proyectos con Perspectiva de Género”. Consejería de Juventud e Igualdad. Cabildo de Gran Canaria. 2014
12. Normativa de referencia de Establecimientos y Servicios Turísticos. Junta de Andalucía.
(Recuperado de:
<https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/areas/turismo/registro-turismo/paginas/normativa-turistica.html>)
13. Página Web Camping Las Lomas.
(Recuperado de: <https://www.campinglaslomas.com/camping.html>)

ANEXOS.

- ANEXO I PRESENTACIÓN DEL PROYECTO EN POWER POINT**

- ANEXO II REPORTAJE GRÁFICO**

- ANEXO III FICHA DE PROYECTO DE LA ENTIDAD LOCAL**

- ANEXO IV ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO_FINANCIERA (SI PROCEDE)**

ANEXO I



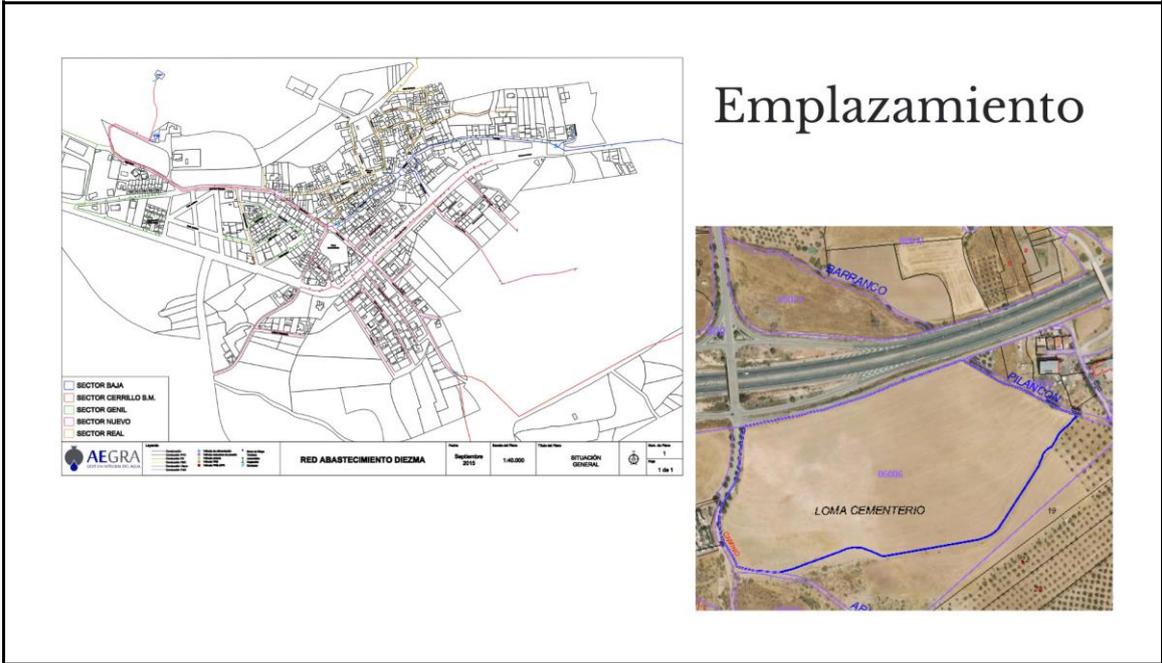
ARQUITECTA
ANA DELGADO LEAL

"Área de Autocaravanas" en Diezma

Programa Puentes - Diputación de Granada

Temas a tratar

- 01
ASPECTOS BÁSICOS
- 02
VARIABLES ANÁLIZADAS
- 03
FASES PARA SU DESARROLLO
- 04
BENEFICIOS Y CONCLUSIONES



Emplazamiento



Emplazamiento Servicios básicos



Emplazamiento Servicios que podría ofertar

- | | |
|----------------------------------|-----------------------|
| Pernocta | Parque infantil |
| Electricidad | Máquinas expendedoras |
| Lavado de vehículos | Señal de área |
| Admite animales/mascotas | Toma de agua |
| Acceso señalizado | Vigilancia |
| Bar/cafetería/restaurante | W.C. |
| Duchas | Zona para picnic |
| Desagüe de aguas negras | Piscina |
| Desagüe de aguas grises | |

*Bonos descuento para el consumo en los comercios locales. + Alquiler de bicicletas.

Actividades complementarias

Proyectos que sin duda serán necesarios para atraer clientes y que el área cuente con actividad durante todo el año.

1

Senderismo

Actividad apta para cualquier público, ideal para hacer en grupos ya formados. Escasa necesidad de inversión.



2

Escalada en roca

Actividad más enfocada en el público joven o participantes de este deporte. Perfecta para traer empresas de la gran ciudad.



3

Vía ferrata

Actividad apta para cualquier público, con especial interés en los más pequeños.



Funcionamiento



Abono Diario:
Pernocta (de 18:00 a 10:00 h.) 8 Euros
Electricidad: 2 Euros
Solo Servicios:
• Vaciado/carga de aguas: 3 Euros
• Lavado de vehículos: 3 Euros

Abono más días:
Pernocta: Gratis 24h.
Sigüientes días: 8 Euros
Electricidad: 2 Euros
Vaciado/carga de aguas: 3 Euros
Lavado de vehículos: 3 Euros

Servicio de parking:
Gratis 24h.
Sigüientes días: 3 Euros

Análisis DAFO

DEBILIDADES

- Escasa adecuación de la oferta turística.
- Capacidad financiera limitada.
- Comunicación con la sociedad insuficiente.

FORTALEZAS

- Aumento de personas que demandan este servicio.
- Escasez de ofertas que dispone la zona
- Combinación de la práctica de Autocaravana con recursos naturales y culturales.

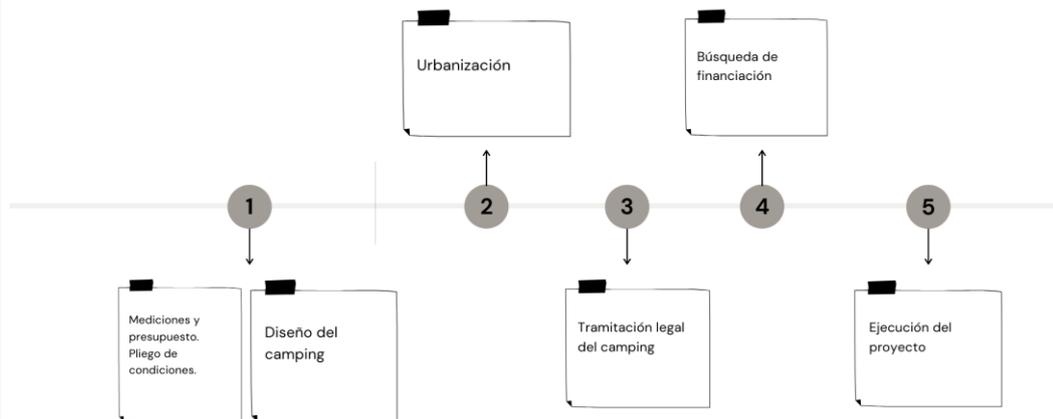
AMENAZAS

- Competencia con el área de Guadix

OPORTUNIDADES

- El entorno inmediato.
- Iniciativa por parte de las sedes públicas.
- Difusión del patrimonio histórico, gastronómico y potenciación del comercio local.

Cronología



Beneficios

- 01 Creación de empleo
- 02 Atracción de turistas y empresas que puedan explotar los recursos de la zona.
- 03 Repercusión para el comercio local, tanto de restauración como negocios dedicados a la reparación de vehículos u otros.
- 04 Monetario a largo tiempo.

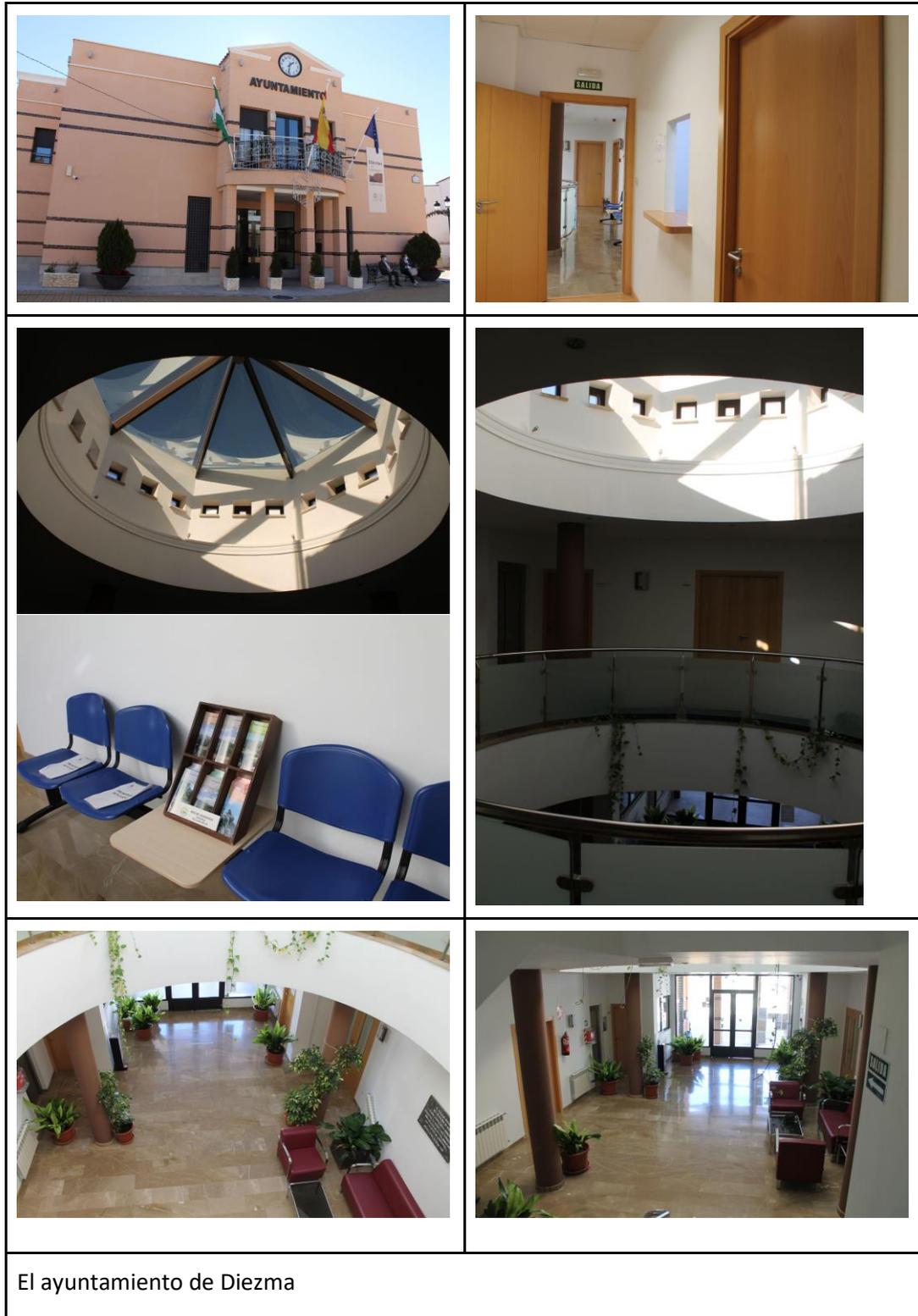
Conclusiones

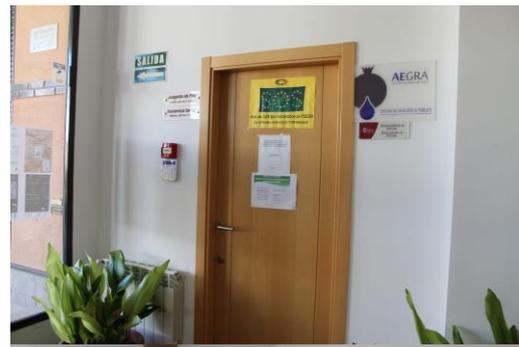
El proyecto es en principio viable siempre y cuando se realicen medidas que fomenten y creen una red de turismo fuerte en el municipio.
En segundo lugar, necesidad de redes sociales que promocionen y añadan valor al lugar. Si no se dá a conocer, los clientes no vendrán.

Una vez creado, valoración por parte de páginas web o entendidos en este tema. Fundamental la creación de negocios que confluyan con el área.

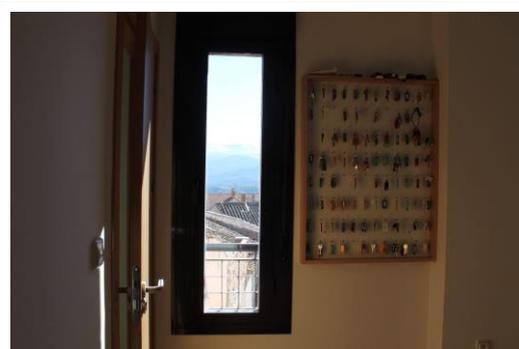


ANEXO II





El ayuntamiento de Diezma



Zona de trabajo



Los alrededores del ayuntamiento







Visita a la zona de actuación

Pautas para las distintas tipologías/clases de Áreas de Autocaravanas

TIPOLOGÍA DE ÁREAS	TRÁNSITO	ACOGIDA	ESTANCIA
INDICADORES			
☞ Dispone de una instalación para el llenado de agua.	SI	SI	SI
☞ Dispone de un sistema para el vaciado de aguas grises.	SI	SI	SI
☞ Dispone de un equipamiento para el vaciado de aguas negras.	SI	SI	SI
☞ Dispone de una conexión eléctrica para la carga de baterías.	NO SI La de categoría superior	NO SI La de categoría superior	SI
☞ Dispone de una zona para el estacionamiento de espera.	SI	NO	NO
☞ Dispone de una zona para pernoctar.	NO PROCEDE	SI	SI
☞ El tiempo de días de pernocta está limitado.	NO PROCEDE	SI	NO
☞ Dispone de una zona de expansión anexa fuera de la autocaravana para uso de la misma.	NO	NO SI La de categoría superior	SI
☞ Dispone de otros servicios complementarios a los específicos de un área de autocaravanas.	NO	NO SI La de categoría superior	SI

INDICADORES: UBICACIÓN	TRÁNSITO			ACOGIDA			ESTANCIA		
	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª
Su situación esta indicada con señales verticales homologadas.	SI	SI	NO	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P
Existe un panel informativo con los servicios condiciones de uso dependencia y otros números necesarios.	SI	NO	NO	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P
Está ubicada a menos de 500 mts de carreteras u otras vías convencionales, con fácil acceso.	SI	SI	SI	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P
Si está a pie de carretera se encuentra separada por arón o acerado de un metro con entrada y salida superior a 5 metros de anchura	SI	SI	NO	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P
Se encuentra a menos de 1000 mts de zonas de servicios (supermercados, gasolineras, etc.)	SI	NO	NO	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P
Su situación esta indicada con señales verticales homologadas.	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	SI	SI	NO
La vía de acceso está integrada en el romenolator del municipio.	N/P	N/P	N/P	SI	SI	NO	SI	SI	NO
Está situada en los límites del caso urbano.	N/P	N/P	N/P	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Existe un panel informativo con los servicios condiciones de uso dependencia y otros números necesarios.	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	SI	NO	NO
Existe un panel informativo con plano de la localidad y explicación del entorno y zonas de interés así como número de teléfonos de urgencias en castellano, francés e inglés.	N/P	N/P	N/P	SI	NO	NO	SI	NO	NO
Está ubicada en las ocho capitales de provincia o en la cercanía de parques naturales playas o bandera azul o ciudades de especial interés turístico.	N/P	N/P	N/P	SI	NO	NO	SI	NO	NO
Está colocada a más de 100 metros de zonas de alta densidad de población y a 25 metros de viviendas habitadas.	N/P	N/P	N/P	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Está situada a más de mil metros de instalaciones que generen ruido superior a 60 dB o 60 dB en áreas de litoral	N/P	N/P	N/P	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Si esta a pie de una vía muy transitada se encuentra separada por arón o acerado de un metro con entrada y salida superior a 5 metros de anchura	N/P	N/P	N/P	SI	SI	NO	SI	SI	NO
En la costa se encuentra a más de diez metros medidos de tierra adentro. Evitando la contaminación visual.	N/P	N/P	N/P	SI	SI	SI	SI	SI	SI

1 En vías de alta intensidad de tráfico (IMD).
SI
NO
NO PROCEDE N/P.

INDICADORES: MUELLE	TRÁNSITO			ACOGIDA			ESTANCIA		
	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª
Existe un panel con las normas de utilización en castellano, francés e inglés. Se encuentran rotuladas las diferentes zonas de vaciado y llenado.	SI	NO	NO	SI	NO	NO	SI	NO	NO
La zona de muelle estará situada en un terreno nivelado con pendientes inferiores al 2% y tener una superficie de 32 m ² (8 m de largo por 4m de ancho).	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
En el centro de la zona de muelle existirá una rejilla conectada al alcantarillado de 1000 X 320 mm.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Las lindes de la zona de muelle deberán ser diáfanos a una distancia de 2000 mm alrededor del borde de la plataforma.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El acceso frontal deberá estar diáfano en 15 mts y sin obstáculos que superen los 20 mm de altura.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Posee un grifo de rosca estándar para el suministro de agua por cada 20 plazas.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Tiene instalados rótulos en castellano, francés e inglés, con referencia al uso racional del agua.	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	NO
El caudal de agua en el grifo es de al menos 4 kg/cm ²	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Dispone de un sistema de vaciado de aguas negras conectado al alcantarillado con grifo de enjuague para dicho depósito.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Tiene una toma de corriente de 1320 vatios.	SI	NO	NO	SI	NO	NO	SI	NO	NO
La zona tiene una iluminación específica con un tipo de luminaria autorizada según normativa.	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	NO
Dispone de una o varias zonas de espera de 32 m ² de 8 por 4 metros.	SI	NO	NO	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P	N/P

INDICADORES: ESTACIONAMIENTO	ACOGIDA			ESTANCIA		
	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª
El terreno está nivelado con una pendiente máxima inferior al 2%.	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El suelo es firme soporta el tránsito de vehículos sin crear todos o levantar polvo soportando un peso mínimo de 3500 kg.	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El espacio de estacionamiento estará cercado en todo el perímetro con cerramiento típico de la zona.	N/P	N/P	N/P	SI	SI	SI
La plaza de estacionamiento es de 40 m ² (8 por 5 metros) para el estacionamiento en batería.	SI	SI	SI	N/P	N/P	N/P
El estacionamiento se realiza en parcelas individuales de 40 m ² (8 por 5 metros) y anexo al mismo se encuentran otros 40 m ² para el uso de la autocaravana con suelo diferenciado.	N/P	N/P	N/P	SI	SI	SI
Las parcelas están limitadas por setos o vallas integradas en el entorno.	N/P	N/P	N/P	SI	NO	NO
Anexo a la plaza de estacionamiento existirá un pilón con toma de corriente mínima de 1320 vatios.	N/P	N/P	N/P	SI	NO	NO
La distancia entre vehículos estacionados no es inferior a 2 metros y las plazas están delimitadas por líneas horizontales pintadas en el suelo.	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Cuenta con suficientes plazas en función de los habitantes de la localidad.	SI	NO	NO	SI	SI	NO
Dispone de viales de 3 y 6 metros (una vía o dos) para ejecutar las maniobras de entrada y salida de vehículos.	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Tiene sombra natural o artificial en al menos un 50%/75%. Los obstáculos (árboles, parasoles, etc.) de sombra estarán señalizados.	50%	NO	NO	75%	NO	NO
Toda la zona del área está iluminada con una iluminación mínima de 4 lux. En el periodo nocturno la iluminación se ajustará a fin de no crear contaminación lumínica.	SI	NO	NO	SI	SI	SI
En los periodos nocturnos estarán iluminados el acceso principal y los lugares estratégicos que faciliten el tránsito.	SI	SI	NO	SI	SI	NO
Contará con depósitos de residuos de 100 litros por cada 15 plazas integrados en el sistema de recogida de basuras de la localidad.	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Dispondrá de una papelería por cada 20 plazas de estacionamiento.	SI	NO	NO	SI	NO	NO

Nota: No procede en las áreas de tránsito este apartado.

INDICADORES: SERVICIOS	ACOGIDA			ESTANCIA		
	1º	2º	3º	1º	2º	3º
Cuenta con una garita-oficina de control de acceso y barrera de entrada.	N/P	N/P	N/P	SÍ	SÍ	NO
Existe vigilancia activa al menos 12 horas o pasiva 24 horas.	P	NO	NO	A	P	NO
Cuenta con un inmueble de una sola planta con lavabos, wc y duchas en proporción al número de plazas.	N/P	N/P	N/P	SÍ	SÍ	NO
Los servicios están separados por sexo y los inodoros separados de las duchas y lavabos.	N/P	N/P	N/P	SÍ	NO	NO
Las duchas y lavabos disponen de agua caliente.	N/P	N/P	N/P	SÍ	SÍ	NO
Existe un lavadero por cada veinte plazas y una lavadora y secadora industrial.	N/P	N/P	N/P	SÍ	L	NO
Por cada 10 plazas existe un fregadero anexo al exterior del edificio de aseos.	N/P	N/P	N/P	SÍ	SÍ	NO
Se incluye en los aseos un número de contacto para el mantenimiento de máquinas o enseres.	N/P	N/P	N/P	SÍ	SÍ	NO
Posee una zona de picnic con mesas y bancos.	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
El área permite el uso de mesas, sillas y toldos en espacios anexos a los vehículos.	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
Dispone de una conexión WIFI abierta para ser usada por los autocaravanistas.	N/P	N/P	N/P	SÍ	NO	NO
Posee otros servicios anexos: zona de expansión, juegos infantiles, petanca, pipi-can, etc.	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO
Tiene instalada una fuente de agua para consumo humano.	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	NO
Dispone de equipamiento para estacionamiento de bicicletas y motocicletas.	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
Podrá ser usada con área de tránsito o estacionamiento por horas siendo el cobro proporcional al servicio.	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	NO

Nota: No procede en las áreas de tránsito este apartado.
P = pasiva.
A = activa.
L = lavadero.

ANEXO III

Ficha obtenida de la Agenda Urbana de 2019 del municipio de Diezma.

8.5 ANEXO V. DESCRIPCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS

ACCIÓN ESTRATÉGICA CÓDIGO: PRIORIDAD: ALTA

- A.2.1.1 Polígono para usos industriales o agroindustriales y turísticos en el municipio
A1.1.1 Cambio de uso de zona de servicio de la autovía A92 y zona de camping en el municipio

OBJETIVO DE LA ACCIÓN

Generar espacios de emprendimiento sostenible y de calidad

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Realizar trámites necesarios y acciones para poder establecer las zonas de uso turístico e industrial, en coordinación con las distintas delegaciones de la Junta de Andalucía implicadas principalmente fomento y turismo. Los planes municipales de la diputación de Granada. Apelando a la sostenibilidad y calidad turística y empresarial.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- A. Mejora de calidad turística y agroindustrial
- B. Creación de un polígono multitarea.
- C. Favorecer el emprendimiento y empleo local con personal local.
- D. Alianzas con operadores turísticos de Granada y empresariales locales.

RETOS A LOS QUE CONTRIBUYE

Reto de cooperación institucional y supra municipal para frenar el despoblamiento y el desempleo.

OBJETIVOS A LOS QUE CONTRIBUYE

OE2. Protección del patrimonio: ordenar el territorio (PGOU) y renovar el casco antiguo, mejorando la resiliencia local y reduciendo el impacto del cambio climático empleando las bases de la economía circular. OE1. Empleo y desarrollo sostenible impulsando y favoreciendo la economía local, creando nuevos yacimientos de empleo y fomentar la innovación digital (OE7 y OE9 de la Agenda Urbana de España) OE4. Evitar el despoblamiento y facilitando la movilidad sostenible.

INDICADORES DE EVALUACIÓN

1. Número de empresas inscritas y emprendedores.
2. Porcentaje de ocupación de empleados
3. Porcentaje de ocupación de superficie de industrial.

FINANCIACIÓN

Ayuntamiento de Díezma, Junta de Andalucía, Diputación Provincial de Granada, GDR, Empresas turísticas

PLAZO PREVISIBLE DE EJECUCIÓN

3 años

ENTIDADES IMPLICADAS

Ayuntamiento de Díezma, Junta de Andalucía, Diputación Provincial de Granada, GDR, Empresas turísticas y emprendedores.

ANEXO IV

*Fuente: Asociación Andaluza de Autocaravanistas ASANDC

A continuación se muestran diversos elementos esenciales para la conformación mínima de un área de autocaravanas:

1. MUELLE

<u>CÓD.</u>	<u>RESUMEN</u>	<u>UNID.</u>	<u>LONG.</u>	<u>ANCHO</u>	<u>ALTO</u>	<u>PARCIAL</u>	<u>CANT.</u>	<u>PRECIO</u>	<u>IMPORTE</u>
1.01.	Ud. Arqueta Ladrillo sífónica 51x51x65 cm.						1,00	235,28	235,28
1.02.	Ud. Arqueta Ladrillo registro 100x32x40 cm.						1,00	282,05	282,05
1.03.	m. Colector enterrado PVC Ø110 mm.						4,00	14,50	58,00
1.04.	m ² Hormigón armado HA-25/P/20/b elaborado en obra y vertido manualmente, con armadura de mallazo 15x15x6 y fratasado manual, incluso formación de pendientes al 4 % hasta sumidero central.	1	8,50	4,50	0,20	7,65			
							7,65	128,20	980,73
1.05.	m. Bordillo de hormigón bicapa gris 9-10x20 cm.	2	9,50			19,00			
		1	4,50			4,50			
							23,50	11,04	259,44
1.06.	Ud. Realización murillo-pilón 100x150x15 mm., para instalación de aguas.						1,00	170,56	170,56
1.07.	Ud. Instalación de agua sanitaria y grifería según especificación técnica.						1,00	180,00	180,00
1.08.	Ud. Fluxor de pared.						1,00	36,00	36,00
1.09.	Ud. Señalización cuadrada L=60 cm. según especificación técnica, incluido soporte.						5,00	39,65	198,25
TOTAL CAPÍTULO 1 (en euros)									2.400,29

2. VARIOS

<u>CÓD.</u>	<u>RESUMEN</u>	<u>UNID.</u>	<u>LONG.</u>	<u>ANCHO</u>	<u>ALTO</u>	<u>PARCIAL</u>	<u>CANT.</u>	<u>PRECIO</u>	<u>IMPORTE</u>
2.01.	Ud. Arqueta hormigón prefabricado separadora de grasas.						1,00	540,00	540,00
2.02.	m. Colector enterrado PVC Ø160 mm.						1,00	19,50	19,50
2.03.	m. Tubería polibutileno 15 mm. ½"						1,00	6,45	6,45
2.04.	m ² Hormigón armado HA-25/P/20/b elaborado en obra y vertido manualmente, con armadura de mallazo 15x15x6 y fratasado manual para losa.	1	8,50	4,50	0,20	7,65	7,65	103,20	789,48
2.05.	m. Bordillo de hormigón bicapa gris 9-10x20 cm.						1,00	11,04	11,04
2.06.	Ud. Realización murillo 100x100x15 mm., para conexiones eléctricas.						1,00	123,54	123,54
2.07.	Ud. Instalación eléctrica BT 1320W, clavija CETACT, según especificación técnica.						1,00	193,78	193,78
2.08.	m. Derivación individual subterránea 3x 16 mm ² .						1,00	14,63	14,63
2.09.	Ud. Luminaria-farola para viario, poliéster VSAP 250W halogenuro metálico, según especificación técnica, incluido soporte.						1,00	284,18	284,18
2.10.	m. Vallado de tubo de acero galvanizado y malla de simple torsión, según especificación técnica, incluido soporte. Altura 2,30 m.						1,00	23,41	23,41
2.11.	Ud. Señal informativa rectangular 60x90 cm., incluido soporte.						2,00	162,39	324,78
2.12.	Ud. Señalización circular Ø 60cm., prohibido aparcar, incluido soporte.						1,00	36,20	36,20

- Estimación de ingresos directos

En la siguiente tabla se observa una valoración de los ingresos directos anuales a través del negocio, según tres escenarios posibles. Contando con que el área se construirá por fases de 20 plazas cada una, esta estimación se realiza para la fase inicial:

	Optimista (30%)	Realista (20%)	Pesimista (10%)
Solo con pernocta y electricidad (11€/día)	24.090 €	16.060 €	8.030 €
Con todos los servicios (17€/día)	37.230 €	24.820 €	12.410 €

*Siendo el precio de la pernocta 8€, la electricidad 3€ y el resto de servicios 6€ (Vaciado/carga de aguas = 3 € y Lavado de vehículos = 3 Euros).

Se prevé que a medida que pasen los años, el área gane popularidad y vengan más clientes, por lo que la ocupación subirá. Además, los primeros años contarán con gastos iniciales que no se volverán a desembolsar.