

Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN 2026-2030



Ayuntamiento
de La Línea



Campo
de Gibraltar
La Línea de
la Concepción

Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
2. BREVE APROXIMACIÓN TERRITORIAL Y TURÍSTICA DEL DESTINO	4
2.1. ANTECEDENTES	4
2.2. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO	8
2.2.1. Actividad empresarial	11
2.2.2. Incidencia en el Empleo del Sector Turístico	15
2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	20
2.3.1. Principales Indicadores de Satisfacción Turística	20
2.3.2. Principales datos turísticos del territorio	22
2.3.3. Perfil del turista	25
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA	27
2.4.1. Ecosistema turístico	27
2.4.2. Recursos y productos turísticos	29
3. GESTIÓN DEL DESTINO	34
3.1. A NIVEL DE GOBERNANZA E INNOVACIÓN	34
3.2. A NIVEL TECNOLÓGICO	36
3.3. A NIVEL DE SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE	37
3.4. A NIVEL DE ACCESIBILIDAD	39
4. DIAGNÓSTICO DAFO/CAME	40
5. LÍNEAS Y EJES ESTRATÉGICOS: PROPÓSITOS Y OBJETIVOS	45
5.1. CONTEXTUALIZACIÓN ESTRATÉGICA	45
5.2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO INICIAL: Misión, Visión y Valores	61

5.3. OBJETIVOS GENERALES: Líneas Transversales del Plan.....	64
5.4. EJES ESTRATÉGICOS	66
5.5. ALINEACIÓN ESTRATÉGICA	71
6. PLAN DE ACTUACIÓN	74
6.1. PROGRAMA OPERATIVO 2026-2030	74
6.2. EJE 1 GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA	77
6.3. EJE 2 SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES	84
6.4. EJE 3 COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	104
6.5. EJE 4 TRANSICIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DEL DESTINO	115
6.6. EJE 5 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO	122
7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	127
7.1. ORGANOS DE SEGUIMIENTO.....	128
7.2. INDICADORES DE RESULTADO DEL PLAN.....	130
ANEXO I: ANÁLISIS PROCESO PARTICIPATIVO	139
A.1. INTRODUCCIÓN	139
A.2. CUESTIONARIOS ONLINE.....	140
A.2.1. CIUDADANÍA	140
A.2.2. EMPRESAS	148
A.3. ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS.....	162
A.3.1. BLOQUE 1: CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL.....	164
A.3.2. BLOQUE 2: ANÁLISIS DEL DESTINO Y ÁMBITOS DE MEJORA.....	172
A.3.3. BLOQUE 3: ESTRATEGIA FUTURA.....	181
A.4. CONCLUSIONES	187

1. INTRODUCCIÓN

La Línea de la Concepción se sitúa en un enclave estratégico entre la Sierra Carbonera y el Peñón de Gibraltar, en el extremo sur de la provincia de Cádiz. Su frontera directa con Gibraltar y su posición entre el mar y la montaña la convierten en un punto de encuentro entre culturas y en una ciudad abierta al mundo, con una marcada vocación marinera y comercial.

El municipio, rodeado de mar y con más de catorce kilómetros de playas repartidas entre la costa de Poniente y la de Levante, ofrece al visitante extensos arenales, paseos marítimos y una amplia variedad de servicios y opciones de ocio. Destaca el Puerto Deportivo Alcaldesa Marina, situado entre el Peñón y la playa de Poniente, que se ha consolidado como uno de los puertos deportivos más destacados de la zona, punto de referencia para la náutica y el turismo exclusivo.

La Línea cuenta con barrios emblemáticos como La Atunara, de profunda tradición marinera, y con espacios urbanos llenos de vida como la Plaza de la Iglesia, presidida por la Iglesia de la Inmaculada Concepción y la escultura de Las Tres Gracias, símbolo de la ciudad. El patrimonio histórico y cultural se refleja en edificios como La Comandancia, la Plaza de Toros El Arenal y el Museo Cruz Herrera, que alberga una de las pinacotecas más importantes del Campo de Gibraltar. La ciudad también es referente en el mundo del flamenco, con la Peña Flamenca Cultural Linense y una intensa actividad artística y festiva.

En el entorno natural, La Línea ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de playas urbanas y casi vírgenes, como la de Santa Clara, así como de miradores como el de El Higuero, desde donde se contemplan panorámicas únicas del Mediterráneo, el Estrecho, África y Gibraltar.

El presente documento, enmarcado en el Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo para la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar, se orienta a consolidar la posición de La Línea de la Concepción como destino turístico de referencia, contribuyendo a la competitividad y al posicionamiento general del Campo de Gibraltar.



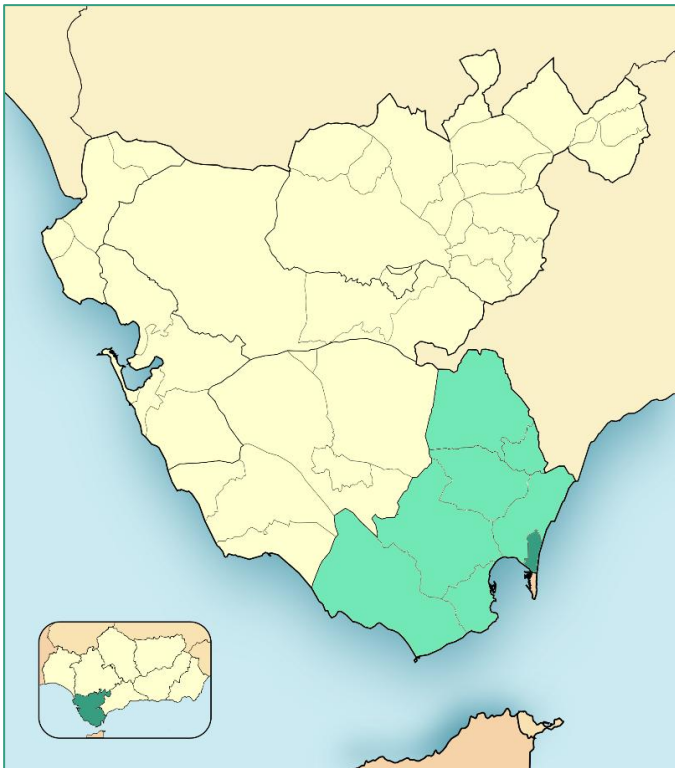
Fuente: Portal Web Somos Campo de Gibraltar (2025)


2. BREVE APROXIMACIÓN TERRITORIAL Y TURÍSTICA DEL DESTINO

2.1. ANTECEDENTES

La Línea de la Concepción es un municipio de la comarca del Campo de Gibraltar, en el sureste de la provincia de Cádiz. Con una superficie de 26,2 km² y un total de 64.177 habitantes, es la segunda localidad más poblada de la comarca y la primera en densidad de población con 2.453,20 habitantes/km². Se compone de 3 núcleos de población, La Línea de la Concepción, Santa Margarita y La Alcaidesa

Su término municipal limita con un municipio del Campo de Gibraltar, San Roque, así como con Gibraltar, la Bahía de Algeciras y el Mar Mediterráneo.



Noroeste: San Roque	Norte: San Roque	Noreste: Mar Mediterráneo
Oeste: San Roque		Este: Mar Mediterráneo
Suroeste: Bahía de Algeciras	Sur: Gibraltar	Sureste: Mar Mediterráneo

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:C%C3%A1diz-loc.svg>

Una de las características principales de La Línea de la Concepción es que, debido a su ubicación geográfica, dispone de una posición estratégica, debido a su frontera con Gibraltar. Del mismo modo, al igual que el conjunto de la comarca del Campo de Gibraltar, forma parte del nodo de comunicaciones que conecta Europa y África. En este sentido, presenta una considerable proximidad a destinos y puntos estratégicos como Gibraltar, Marruecos o Ceuta, desde su mitad sur. Por carretera, se sitúa a distancias relativamente cortas de Cádiz, Jerez de la Frontera, la Costa del Sol, Ronda y Sevilla, lo que facilita el acceso a un amplio abanico de servicios y atractivos turísticos, así como de visitantes.

Su cercanía con los puertos de Tarifa y Algeciras le otorga competitividad al municipio, debido a su posición geoestratégica como puertos de entrada al Mediterráneo. En este sentido, el Puerto Bahía de Algeciras es uno de los más relevantes a nivel global, en torno al cual se encuentra establecida una importante red de empresas dedicadas a la prestación de servicios logísticos y de pasajeros. La intensificación de las relaciones comerciales con el Norte de África y la consolidación del Área de Comercio Euromediterránea suponen un impulso en su actividad turística.

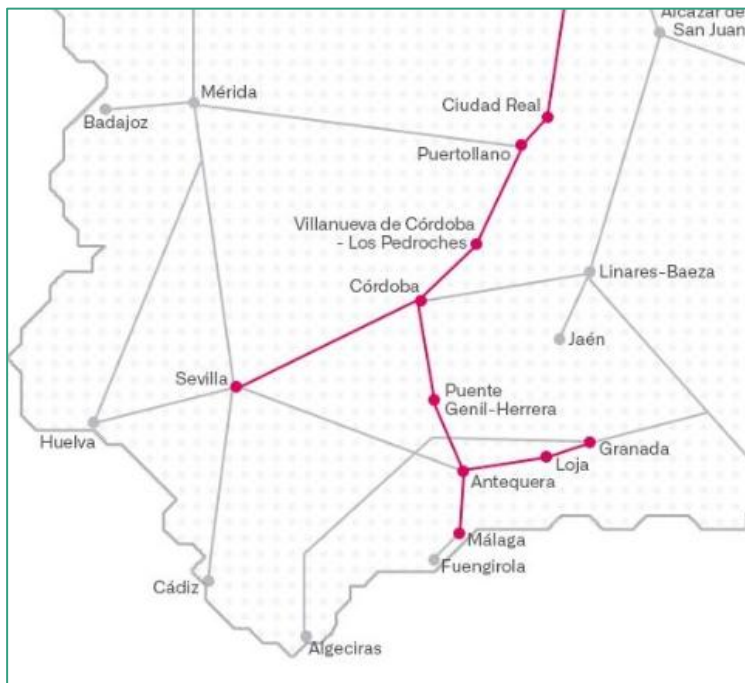
Del mismo modo, la proximidad a los puertos de Gibraltar, Cádiz y Málaga, importantes centros portuarios en cuanto a tráfico de cruceros y mercancías, también influye en la economía linense. Estos reciben anualmente un gran volumen de pasajeros procedentes de todo el mundo, lo que genera oportunidades para el sector turístico y los servicios relacionados.



Fuente: Portal Mancomunidad Campo de Gibraltar (<https://www.somoscampodegibraltar.com/>)

En cuanto a las conexiones por tren, La Línea de la Concepción se encuentra cercana a la estación con líneas de larga y media distancia de San Roque-La Línea.

Desde esta estación, pasando por otras localidades como Algeciras, Los Barrios, Castellar de la Frontera (estación Almoraima) y Jimena de la Frontera, el municipio se conecta con puntos estratégicos como Antequera o Madrid, las únicas dos ciudades de España que disponen de dos estaciones AVE en su término municipal, permitiendo a la localidad la conexión con los principales destinos de España, lo que facilita la movilidad de personas y favorece el desarrollo económico de la zona.



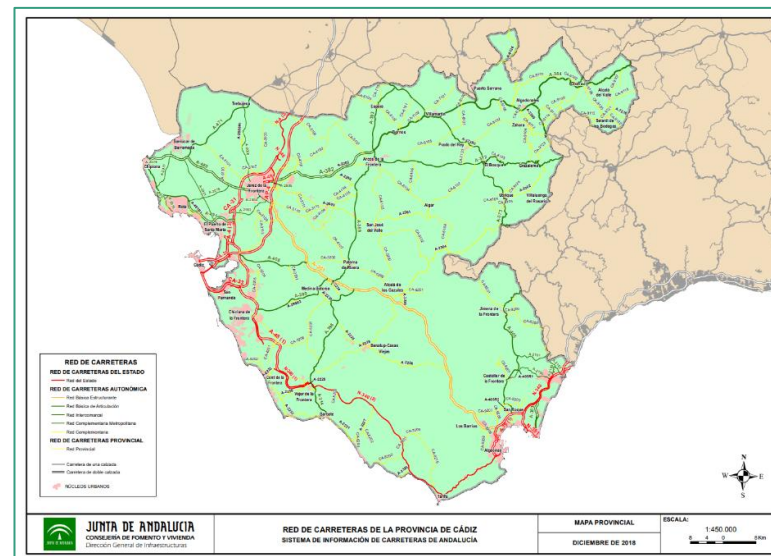
Fuente: Portal web de RENFE (<https://www.renfe.com/es/es>)

La Línea de la Concepción se encuentra a unos 15km del Helipuerto de Algeciras, que une la localidad con Ceuta. Según datos de AENA, en 2024 operó 2.728 vuelos, transportando un total de 33.750 pasajeros. Del mismo modo, La Línea de la Concepción se sitúa a poco más de una hora de distancia de dos aeropuertos internacionales: el Aeropuerto de Jerez de la Frontera y el Aeropuerto Internacional de Málaga-Costa del Sol. Este último es el cuarto aeropuerto más importante de España en cuanto a tráfico de pasajeros, concentrando el 80,0% de las llegadas internacionales aéreas de Andalucía, facilitando la llegada de turistas y favoreciendo la actividad empresarial. Cabe destacar la cercanía con el Aeropuerto de Gibraltar, con vuelos directos a ciudades como Londres o Manchester. Esta cercanía es un factor determinante para el desarrollo económico y turístico del municipio.

Por el municipio atraviesan la CA-34 y la A-383, autovías de acceso a La línea de la Concepción y Gibraltar. Ambas empiezan en la A-7 o Autovía del Mediterráneo (que en algunos tramos es la N-340), una vía de más de 1.300km que va desde Algeciras, hasta La Junquera (Girona), conectando la localidad con algunos de los principales destinos, tanto de la Costa del Sol como del Mediterráneo peninsular.



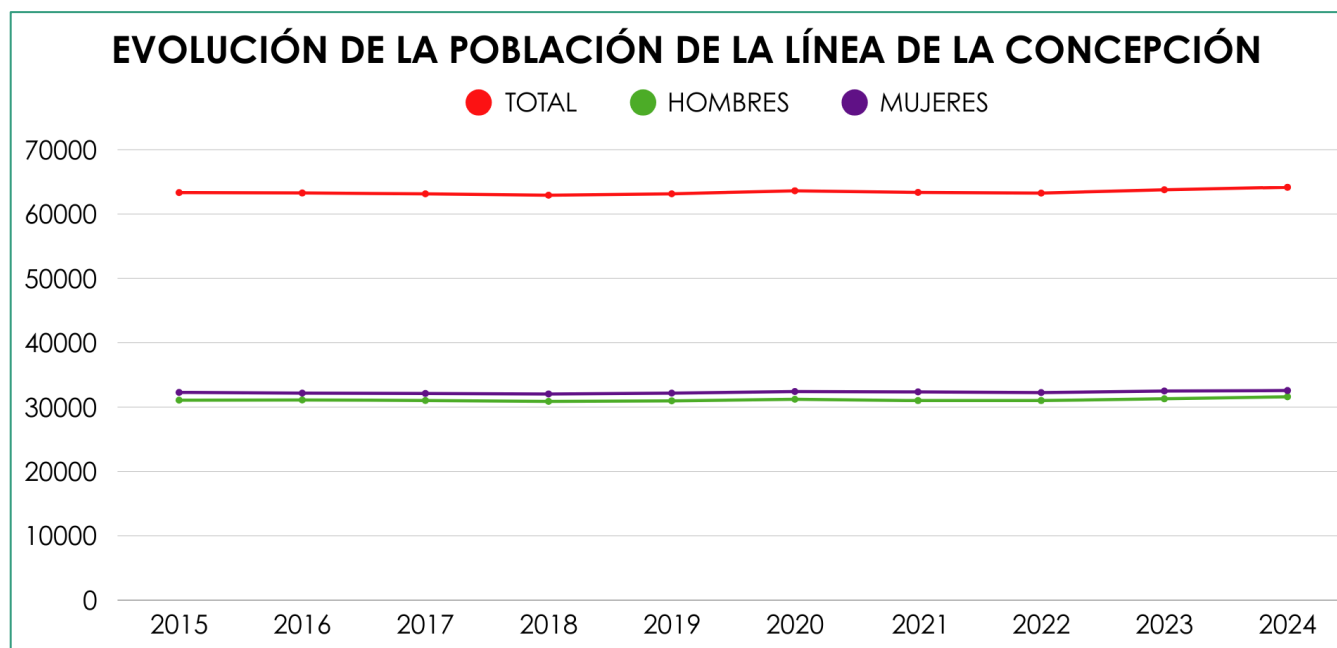
Fuente: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_A-7.png



Fuente: Sistema de Información de Carreteras de Andalucía (2018)

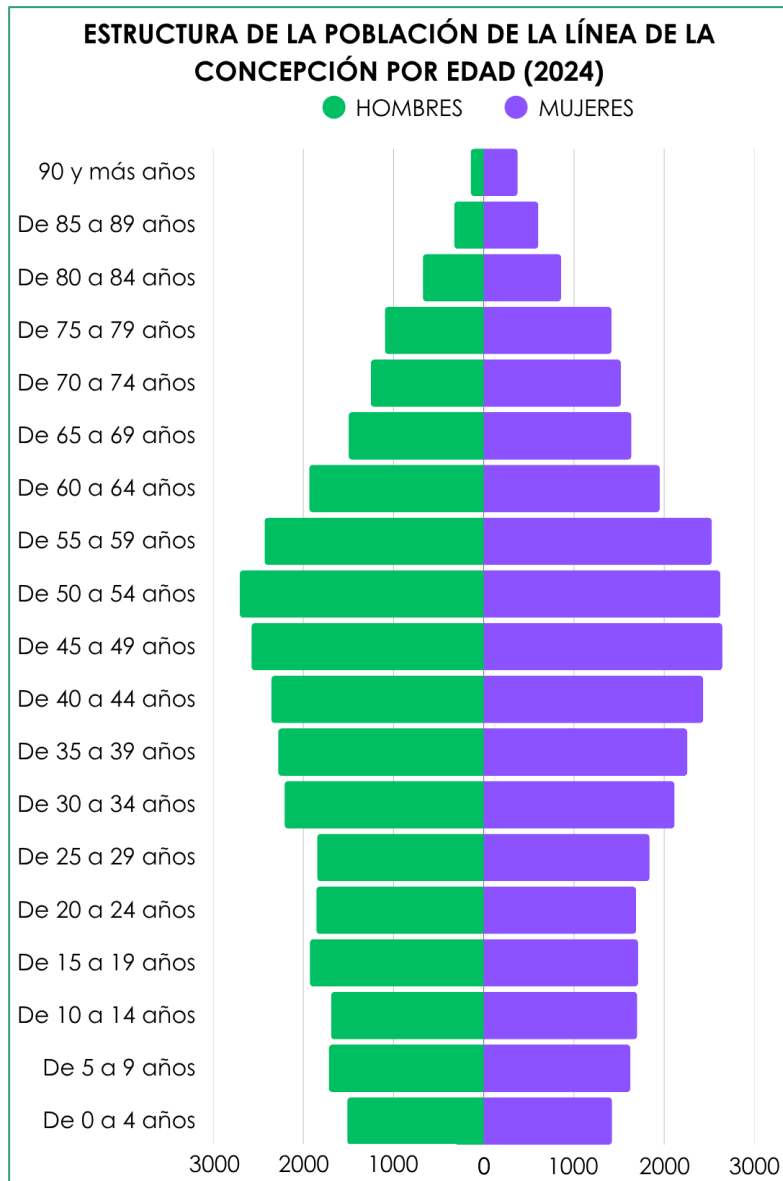
2.2. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

La población de La Línea de la Concepción se situaba, a 1 de enero de 2024, en 64.177 habitantes, siendo un 50,7% mujeres y un 49,3% hombres. A pesar de los pequeños descensos de población en diferentes años, especialmente a principios del periodo, el número de habitantes se ha incrementado en un 1,3% entre los años 2015 y 2024. Por otro lado, la población femenina se ha mantenido ligeramente por encima de la masculina durante todo el periodo.



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL	63.352	63.278	63.146	62.940	63.147	63.630	63.365	63.271	63.773	64.177
HOMBRES	31.073	31.104	31.031	30.895	30.978	31.207	31.010	31.012	31.283	31.608
MUJERES	32.279	32.174	32.115	32.045	32.169	32.423	32.355	32.259	32.490	32.569

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE). Padrón (2024)



Según los últimos datos disponibles en la estadística del Censo Anual de Población del INE, a 1 de enero de 2024, la estructura poblacional de La Línea de la Concepción presenta una población madura con tendencia al envejecimiento, siendo el tramo de edad más representativo entre 45 y 59 años con el 23,9%. Por otro lado, la población infantil, que comprende a menores de 15 años, supone el 14,9% del total.

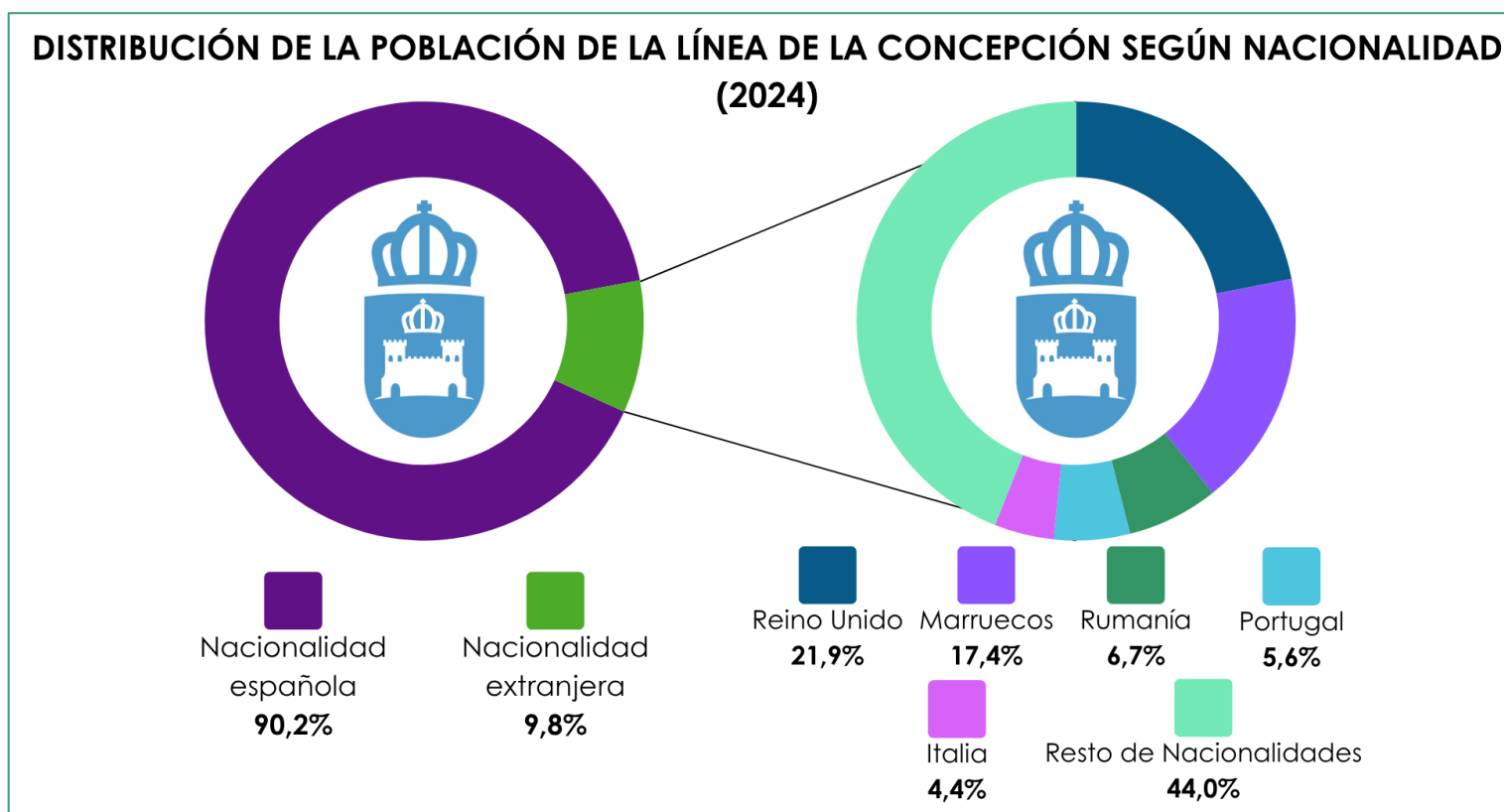
En cuanto al análisis por sexo, en el caso de las mujeres, los tramos de edad con más población son entre 45 y 49 años y entre 50 y 54, ambos con el 8,0%.

Con respecto a los hombres, se repiten los intervalos de la población femenina, siendo, en su caso, entre 50 y 54 años con el 8,4%, y entre 45 y 49 con el 8,0%.

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo Anual de Población (2024)

Por su parte, según los últimos datos de la estadística del Censo Anual de Población del INE (1 de enero de 2024), la distribución poblacional por nacionalidad de La Línea de la Concepción presenta una población española del 90,2%, frente a la nacionalidad extranjera del 9,8%.

Como se puede apreciar en la gráfica, entre el total de la población de nacionalidad extranjera que convive en el municipio, destacan, de mayor a menor cuantía: Reino Unido con el 21,9%, Marruecos con el 17,4%, Rumanía con el 6,7%, Portugal con el 5,6% e Italia con el 4,4%. Por su parte, el resto de las nacionalidades aglutinan el 44,0% de la población extranjera, mostrando la multiculturalidad de La Línea de la Concepción, donde conviven más de 50 nacionalidades.

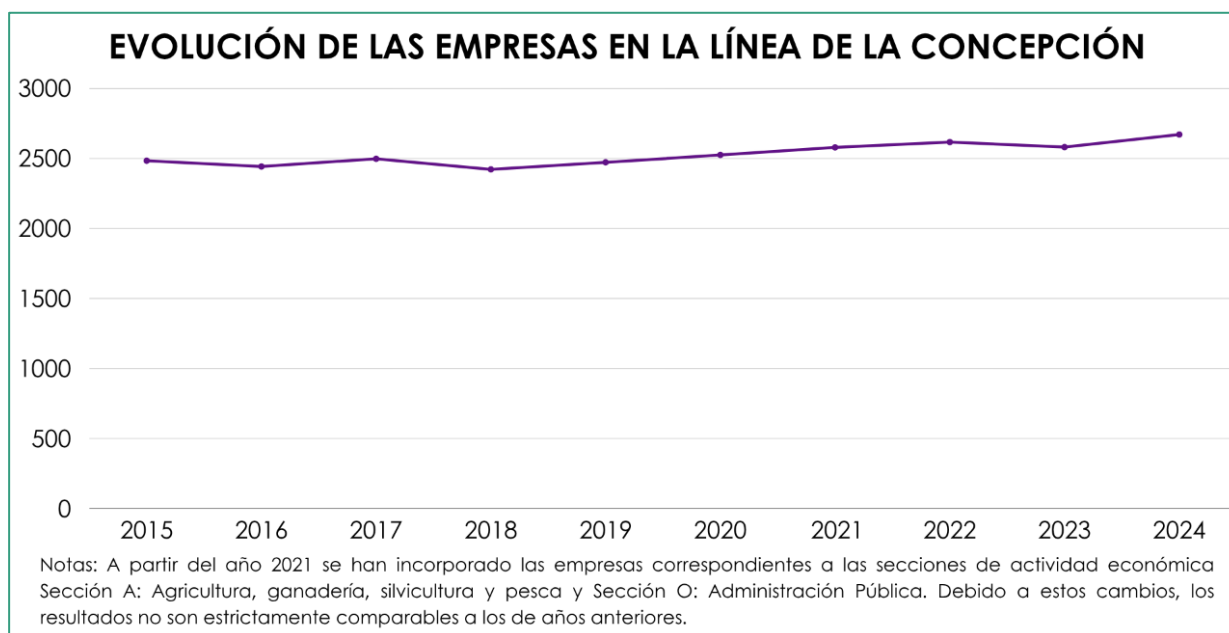


Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo Anual de Población (2024)

2.2.1. Actividad empresarial

Tomando como referencia los datos facilitados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), el sector empresarial de La Línea de la Concepción, a pesar de algunas fluctuaciones, positivas y negativas en ciertos años, se encuentra en una situación favorable, con un aumento del 7,5% entre 2015 y 2024. Es, precisamente, 2024 cuando se contabilizó el mayor número de empresas en el municipio, con 2.671, mientras que en 2018 fue de 2.422, siendo el valor más bajo.

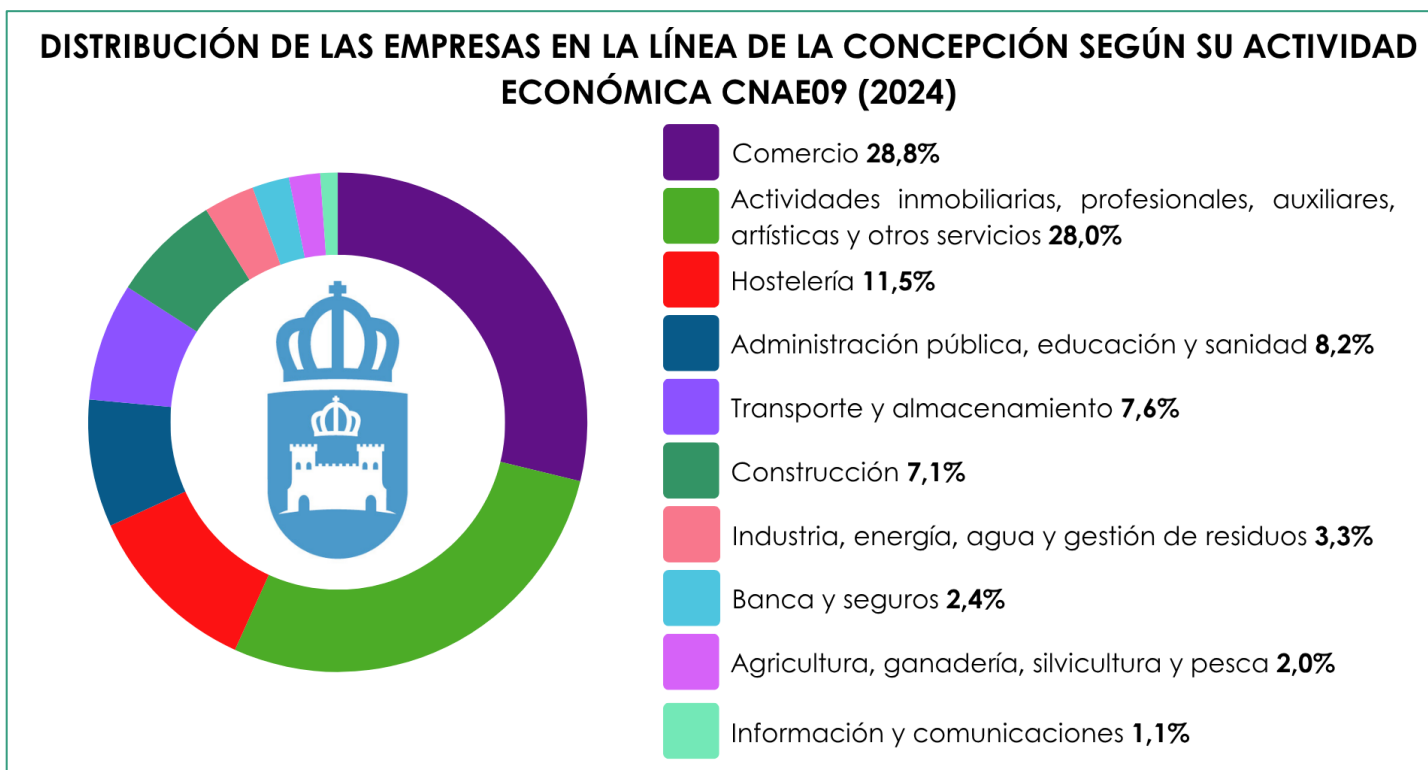
Con respecto a la evolución de las empresas según su actividad principal, 2024 dispone de un 3,5% más que en 2023. El sector de información y comunicaciones es el que más ha aumentado porcentualmente en 2024 frente al año anterior, con un 25,0%. Por su parte, construcción presenta un descenso del 3,6%.



Fuente: Elaboración propia a partir del IECA (2024)

EVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS POR ACTIVIDAD			
ACTIVIDAD	2022	2023	2024
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	-15,5%	6,1%	3,8%
Industria, energía, agua y gestión de residuos	-4,5%	3,6%	1,1%
Construcción	4,7%	-12,1%	-3,6%
Comercio	-1,6%	-4,5%	3,9%
Transporte y almacenamiento	7,2%	5,7%	0,0%
Hostelería	-0,7%	-4,7%	8,5%
Información y comunicaciones	42,9%	20,0%	25,0%
Banca y seguros	-10,5%	-13,2%	8,5%
Administración pública, educación y sanidad	6,0%	3,3%	0,9%
Actividades inmobiliarias, profesionales, auxiliares, artísticas y otros servicios	5,0%	3,0%	3,9%
TOTAL	1,5%	-1,4%	3,5%

En cuanto a la distribución del tejido empresarial en La Línea de la Concepción en el año 2024, destacan, el comercio con el 28,8% y las actividades inmobiliarias, profesionales, auxiliares, artísticas y otros servicios con el 28,0% del conjunto de empresas en el municipio. A continuación, se posiciona la hostelería con el 11,5%, la administración pública, educación y sanidad con el 8,2%, el transporte y almacenamiento con el 7,6% y la construcción con el 7,1%. En menor medida, se encuentran la industria, energía, agua y gestión de residuos con el 3,3%, la banca y seguros con el 2,4%, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 2,0% y, por último, la información y comunicaciones con el 1,1%.



Fuente: Elaboración propia a partir del IECA (2024)

Con el fin de conocer el impacto actual del turismo en la actividad empresarial de La Línea de la Concepción, se ha realizado un análisis a partir de los datos sobre empresas por actividad económica del IECA en 2024, clasificadas por CNAE-2009 (Clasificación Nacional de Actividades Económicas), e identificando las actividades que pueden estar enmarcadas dentro del sector turístico.

En este sentido, las actividades económicas que se han tenido en cuenta para valorar el sector y que están presentes en el municipio son:

- 47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas.
- 493. Otro transporte terrestre de pasajeros.
- 55. Servicios de alojamiento.
- 56. Servicios de comidas y bebidas.
- 771. Alquiler de vehículos de motor.
- 79. Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos.
- 90. Actividades de creación, artísticas y espectáculos.
- 91. Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.
- 93. Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento.

Partiendo de esta información, el sector turístico de La Línea de la Concepción disponía en 2024 de 1.146 empresas, representando el 42,9% del total del tejido empresarial del municipio (2.671). En base a ello, el comercio al por menor (636) y los servicios de comidas y bebidas (300), son las principales actividades del sector, aglutinando entre ambas el 81,7% del total. Aunque en menor medida, resultan reseñables otro tipo de empresas, como son transporte terrestre de pasajeros (10,6%) y las actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento (4,4%).

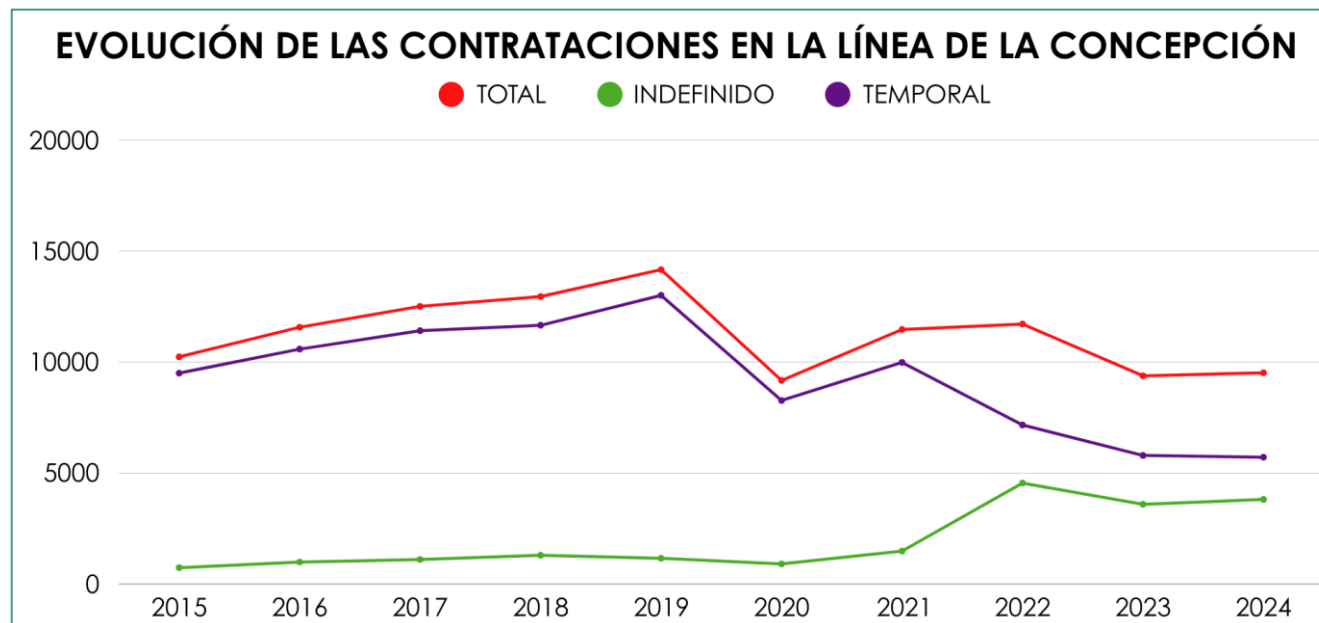
ACTIVIDAD ECONÓMICA	N.º DE EMPRESAS	% SECTOR TURÍSTICO
47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	636	55,5%
56. Servicios de comidas y bebidas	300	26,2%
493. Otro transporte terrestre de pasajeros	121	10,6%
93. Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	50	4,4%
90. Actividades de creación, artísticas y espectáculos	18	1,6%
79. Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	9	0,8%
55. Servicios de alojamiento	6	0,5%
771. Alquiler de vehículos de motor	5	0,4%
91. Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	1	0,1%
TOTAL SECTOR TURÍSTICO	1.146	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir del IECA (2024)

2.2.2. Incidencia en el Empleo del Sector Turístico

Partiendo de los datos del Observatorio Argos, la evolución de las contrataciones en La Línea de la Concepción, a pesar de la crisis provocada por la COVID, presenta algunos signos de estabilidad. En el periodo analizado, se observa que, en 2024, el número de nuevas contrataciones fue un 7,0% inferior al de 2014, pese a las subidas entre 2016 y 2019, así como en 2021, 2022 y 2024. El valor más alto se produjo en 2019, con 14.164 contratos, mientras que, en 2020, se dio el pico más bajo con 9.172 contrataciones, reflejo de la ya mencionada crisis sanitaria.

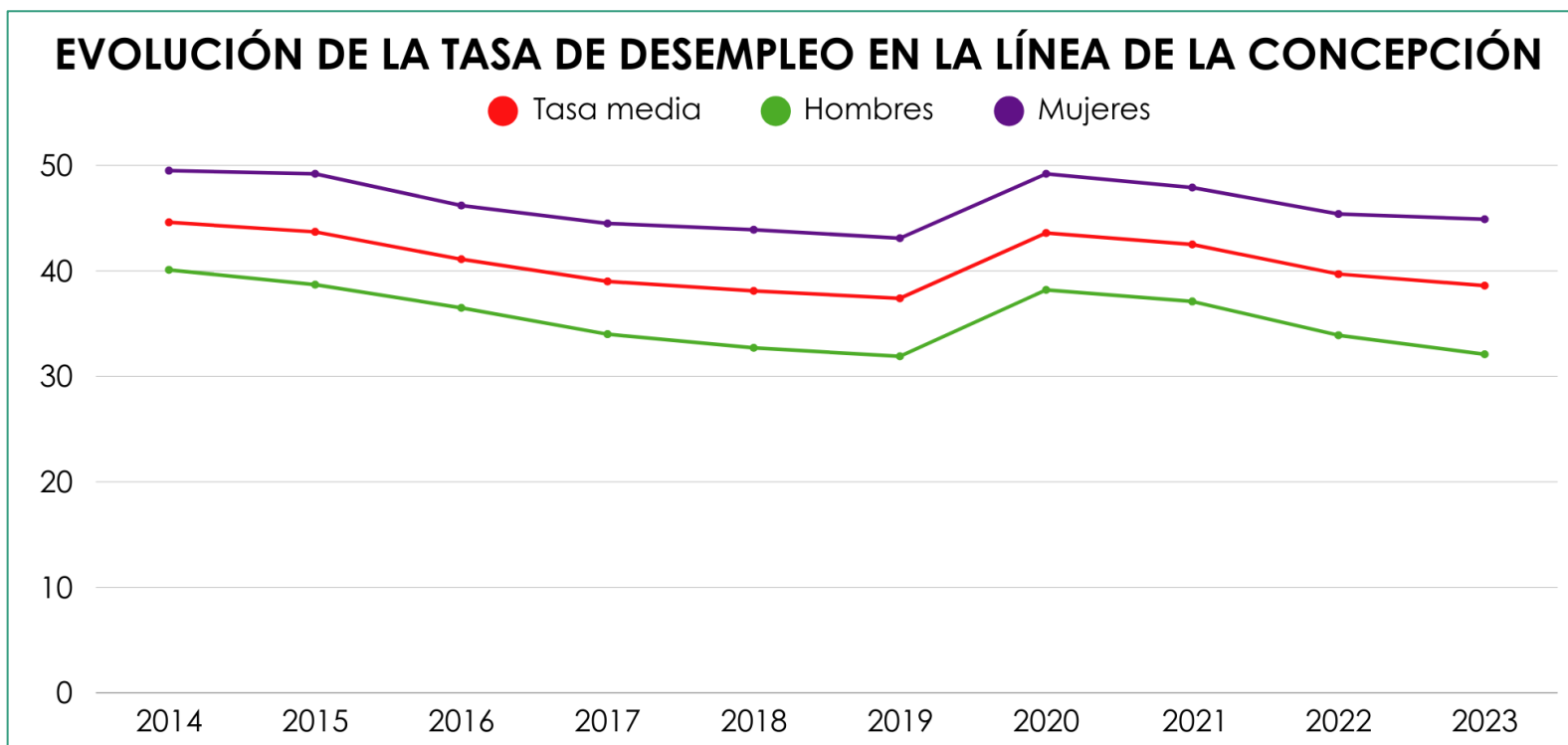
Con respecto al tipo de contrato, el temporal ha sido el claro predominante a lo largo del periodo, no obstante, en los últimos tres años, el contrato indefinido ha ido ganando protagonismo, donde se ha incrementado una tipología más estable de contrato, permitiendo una menor realización de contrataciones temporales



Fuente: Elaboración propia a partir del Observatorio Argos (2024)

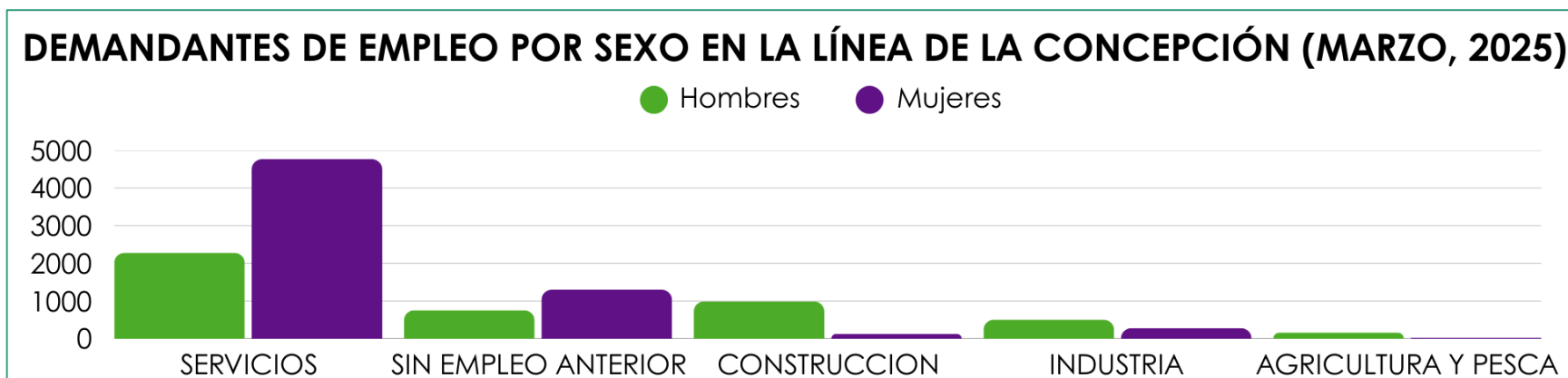
Teniendo en cuenta los datos facilitados por el IECA, la evolución de la tasa de desempleo en La Línea de la Concepción presenta un ligero descenso, a pesar de la crisis sufrida en 2020. En este sentido, 2019 fue el año con la tasa media más baja con un 37,4%, frente a 2014 que era del 44,6%. Cabe destacar que, en 2023, según los datos del IECA, La Línea de la Concepción ha sido el municipio andaluz con mayor tasa de desempleo con un 38,6%.

Analizando la comparativa entre hombres y mujeres, la tasa de desempleo en mujeres es superior a la de los hombres durante todo el periodo, especialmente en 2023, cuando la diferencia fue de 12,8 puntos, mientras que, por otro lado, en 2014 se dio la menor diferencia con 9,4 puntos. Por otro lado, 2019, fue el año donde ambas partes presentaron sus valores más bajos, siendo 31,9% para los hombres y 43,1% para las mujeres.



Fuente: Elaboración propia a partir del IECA (2023)

En referencia a la población desempleada, se observa que, a marzo de 2025, en La Línea de la Concepción hay 11.203 personas demandantes de empleo, siendo 6.506 mujeres y 4.697 hombres. En el caso de las mujeres, destaca el sector servicios con el 73,3% de las demandantes de empleo, seguido de personas sin empleo anterior con el 20,0% y con el resto de los sectores por debajo del 5,0% cada uno. En cuanto a los hombres, se mantienen los servicios como el sector que más demandantes aglutina, con el 48,5%. No obstante, otros sectores, como la construcción con el 21,1%, sin empleo anterior con el 16,1% y la industria con el 10,8%, aportan un número significativo a su conjunto.



SECTOR	TOTAL		MUJERES		HOMBRES	
	Demandantes	%	Demandantes	%	Demandantes	%
SERVICIOS	7.046	62,9%	4.767	73,3%	2.279	48,5%
SIN EMPLEO ANTERIOR	2.059	18,4%	1.302	20,0%	757	16,1%
CONSTRUCCION	1.119	10,0%	127	2,0%	992	21,1%
INDUSTRIA	787	7,0%	281	4,3%	506	10,8%
AGRICULTURA Y PESCA	192	1,7%	29	0,4%	163	3,5%
TOTAL	11.203	100,0%	6.506	100,0%	4.697	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir del Observatorio Argos (2025)

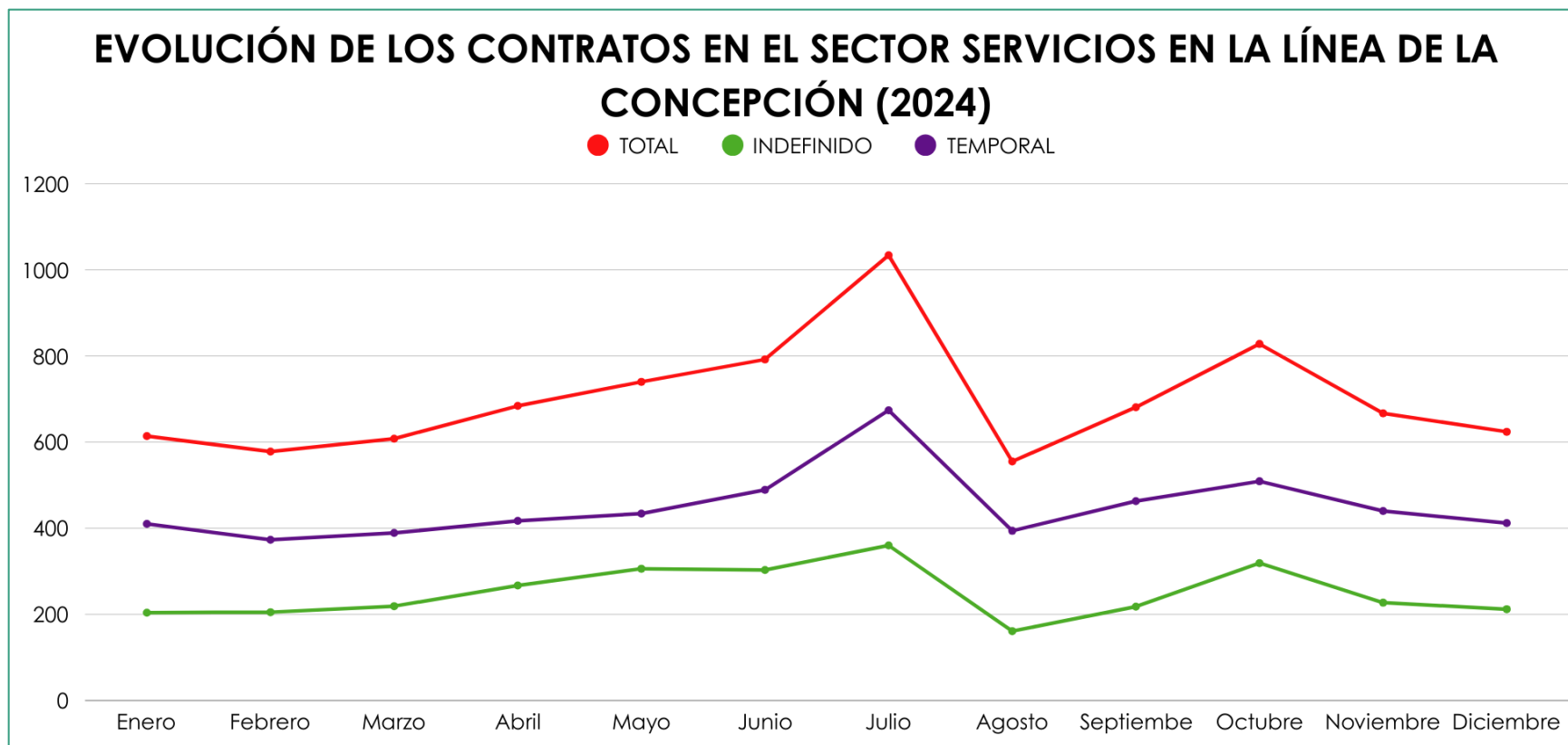
Tomando como referencia el análisis de los contratos generados por sectores entre 2015 y 2024, la evolución de la estructura productiva de La Línea de la Concepción se presenta con una marcada influencia del sector servicios, directamente relacionado con el turismo.

En concreto, se observa en la tabla cómo los servicios están consolidados como el principal sector del municipio, siendo prácticamente superior al 80,0% durante todo el periodo, lo que evidencia una baja diversificación en la estructura económica del municipio, con sectores como la industria y la agricultura con un peso poco significativo.

Año	SERVICIOS	%	CONSTRUCCIÓN	%	INDUSTRIA	%	AGRICULTURA	%	TOTAL
2015	8.392	82,0%	1.222	11,9%	545	5,3%	77	0,8%	10.236
2016	9.678	83,6%	969	8,4%	825	7,1%	98	0,8%	11.570
2017	10.784	86,2%	893	7,1%	760	6,1%	75	0,6%	12.512
2018	11.359	87,7%	947	7,3%	580	4,5%	66	0,5%	12.952
2019	12.571	88,8%	830	5,9%	672	4,7%	91	0,6%	14.164
2020	7.202	78,5%	1.057	11,5%	820	8,9%	93	1,0%	9.172
2021	9.349	81,5%	1.111	9,7%	931	8,1%	77	0,7%	11.468
2022	10.193	87,0%	775	6,6%	685	5,8%	59	0,5%	11.712
2023	8.585	91,5%	509	5,4%	227	2,4%	60	0,6%	9.381
2024	8.405	88,3%	855	9,0%	171	1,8%	87	0,9%	9.518

Fuente: Elaboración propia a partir del Observatorio Argos (2024)

Los datos del Observatorio Argos sobre el mercado laboral del sector servicios en La Línea de la Concepción muestran cierta fluctuación estacional en el número de contrataciones a lo largo de 2024. En concreto, los meses de julio (1.034) y octubre (828) acumularon el 22,2% de las contrataciones anuales en el sector. Sin embargo, agosto (555), uno de los meses estivales, fue el de menor de menor generación de empleo en servicios.



Fuente: Elaboración propia a partir del Observatorio Argos (2024)

2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.3.1. Principales Indicadores de Satisfacción Turística

A partir de los datos disponibles en Dataestur a mayo de 2025, se ha elaborado una tabla que resume la percepción de los turistas sobre diferentes aspectos de su experiencia en la provincia de Cádiz. Estos indicadores, evaluados de 0 a 100, siendo 0 la peor valoración y 100 la mejor, son obtenidos mediante el análisis de las interacciones en redes sociales y ofrecen valiosa información sobre la satisfacción de los visitantes, siendo los siguientes:

- **Índice de Satisfacción de Productos Turísticos:** Evalúa el nivel de satisfacción con la oferta turística del destino, analizando las menciones relacionadas con cada producto y clasificándolas en positivas, negativas o neutras.
- **Índice de Percepción de Seguridad:** Cuantifica el nivel de seguridad que se percibe en un destino, mediante técnicas de procesamiento del lenguaje natural que identifican y cuantifican las menciones negativas relacionadas con la seguridad.
- **Índice de Percepción Climática:** Mide el grado de satisfacción de los visitantes respecto al clima del destino, analizando las menciones negativas relacionadas con el clima, lo que permite comprender la relación entre las expectativas climáticas de los turistas y la realidad del destino.
- **Índice de Satisfacción Hotelera:** Determina el nivel de satisfacción de los visitantes con los alojamientos hoteleros del destino. Se calcula analizando y clasificando los comentarios sobre el conjunto de los establecimientos hoteleros.
- **Índice de Percepción Turística Global:** Refleja el grado de satisfacción general que experimenta el visitante en un destino. Se obtiene combinando los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima, proporcionando así una visión general del sentimiento hacia el destino.

SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL VISITANTE EN LA PROVINCIA DE CÁDIZ (MAYO, 2025)	
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN	VALORACIÓN
Índice de Percepción de Seguridad	91,9
Índice de Percepción Climática	89,1
Índice de Satisfacción Hotelera	75,1
Índice de Satisfacción de Productos Turísticos	73,3
Índice de Percepción Turística Global	88,7

Fuente: Elaboración propia a partir de Dataestur (mayo, 2025)

Del mismo modo, partiendo de los datos proporcionados por Dataestur, a junio de 2025, se ha elaborado la siguiente tabla con la información de las valoraciones que realizan los turistas acerca de las atracciones y recursos turísticos de la provincia de Cádiz. Las valoraciones se basan en una escala de 0 a 5, en la que; 0-1 es 'Pésimo', 1-2 es 'Malo', 2-3 es 'Normal', 3-4 es 'Muy bueno' y a partir de 4 es 'Excelente'. Están clasificados por las siguientes categorías y subcategorías:

- **Entorno naturaleza:** Categoría de atracciones turísticas que contiene las subcategorías: 'Activo Naturaleza' que incluye, por ejemplo, acuarios, áreas de recreo al aire libre, hipódromos, etc y 'Paisaje Naturaleza'.
- **Entorno urbano:** Categoría de atracciones turísticas que contiene las subcategorías: 'Activo urbano' que incluye, por ejemplo, anticuarios, cines, cervecerías, etc., 'Compras', 'Museos' y 'Paisaje urbano'.

VALORACIÓN DE ATRACCIONES TURÍSTICAS EN LA PROVINCIA DE CÁDIZ (JUNIO, 2025)	
ENTORNO NATURALEZA	VALORACIÓN
Activo Naturaleza	4,3
Paisaje Naturaleza	4,2
ENTORNO URBANO	VALORACIÓN
Activo Urbano	4,6
Comida y Bebida	4,6
Servicios	4,4
Museos	4,4
Paisaje Urbano	4,2
Otros	4,1
Vida Nocturna	4,1
Compras	3,9

Fuente: Elaboración propia a partir de Dataestur (junio, 2025)

2.3.2. Principales datos turísticos del territorio

A falta de datos actualizados específicos de La Línea de la Concepción, se ha realizado un análisis a partir de la combinación de las Encuestas de Ocupación hotelera, en campings y en apartamentos turísticos del INE, teniendo en cuenta la zona turística de la Costa de la Luz de Cádiz, de la que forma parte el municipio. En este sentido, se ha elaborado la siguiente tabla con la evolución del número de viajeros y pernoctaciones, así como el peso de turistas residentes en España y en el extranjero en cada año.

En 2024 hubo un total de 2.939.466 visitantes ente las tres modalidades de alojamiento, siendo un 34,8% superior a 2015 y un 0,7% superior a 2023. A excepción de 2020 y 2021, años de mayor incidencia de la crisis sanitaria, la distribución de la procedencia de los viajeros durante el periodo se ha establecido con un reparto aproximado del 65,0% España y 35,0% extranjero. En concreto, en 2024 los viajeros procedentes de España aglutinaron el 68,4% del total, frente al 31,6% restante del extranjero. En cuanto al número de pernoctaciones, en 2024 hubo un total de 6.067.642 entre establecimientos hoteleros, campings y apartamentos, siendo un 33,2% superior a 2015 y un 5,3% superior a 2023.

AÑO	VIAJEROS					PERNOCTACIONES				
	Total	España	% Total	Extranjero	% Total	Total	España	% Total	Extranjero	% Total
2015	2.179.974	1.499.126	68,8%	680.848	31,2%	7.165.630	4.331.513	60,4%	2.834.117	39,6%
2016	2.304.218	1.508.801	65,5%	795.417	34,5%	7.711.700	4.436.332	57,5%	3.275.368	42,5%
2017	2.391.317	1.535.356	64,2%	855.961	35,8%	8.013.933	4.491.907	56,1%	3.522.025	43,9%
2018	2.451.843	1.595.222	65,1%	856.621	34,9%	8.108.534	4.675.292	57,7%	3.433.241	42,3%
2019	2.620.235	1.740.833	66,4%	879.402	33,6%	8.384.202	5.040.533	60,1%	3.343.669	39,9%
2020	1.241.572	1.036.758	83,5%	204.814	16,5%	3.515.022	2.898.370	82,5%	616.652	17,5%
2021	1.963.665	1.616.225	82,3%	347.439	17,7%	6.184.771	4.907.283	79,3%	1.277.488	20,7%
2022	2.731.420	1.951.587	71,4%	779.833	28,6%	8.556.639	5.627.789	65,8%	2.928.849	34,2%
2023	2.919.444	2.056.946	70,5%	862.498	29,5%	9.064.972	5.864.650	64,7%	3.200.322	35,3%
2024*	2.939.466	2.011.337	68,4%	928.128	31,6%	9.541.380	6.067.642	63,6%	3.473.738	36,4%

Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, de Camping y de Apartamentos Turísticos del INE (2024)

*Datos provisionales

Respecto a la distribución de viajeros a lo largo del último año completo, se muestra en la siguiente tabla cómo los meses con mayor afluencia de visitantes son en verano, principalmente agosto (424.870) y julio (388.481), que aglutinan el 27,6% del total anual, mientras que enero (89.861) y diciembre (105.039), son los meses con menor número de viajeros.

Por su parte, los turistas españoles también presentan un mayor número de viajeros en agosto (332.694) y julio (302.532), siendo, en este caso, el 31,5% de su conjunto en 2024.

Por otro lado, los viajeros de procedencia extranjera distribuyen algo más sus visitas a lo largo del año, aportando, en su caso, un mayor número de viajeros en septiembre (117.291) y mayo (115.542), que suponen el 25,1% de su total anual.

EVOLUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE VIAJEROS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, CAMPINGS Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS EN LA COSTA DE LA LUZ DE CÁDIZ DURANTE 2024						
Mes	Total	% Total	España	% España	Extranjero	% Extranjero
Enero	89.861	3,1%	55.252	2,7%	34.610	3,7%
Febrero	131.041	4,5%	87.071	4,3%	43.970	4,7%
Marzo	171.641	5,8%	113.516	5,6%	58.126	6,3%
Abril	245.323	8,3%	152.162	7,5%	93.161	10,1%
Mayo	342.101	11,6%	226.559	11,2%	115.542	12,5%
Junio*	339.257	11,5%	243.750	12,1%	95.507	10,3%
Julio*	388.481	13,2%	302.532	15,0%	85.949	9,3%
Agosto*	424.870	14,4%	332.694	16,5%	92.176	10,0%
Septiembre*	343.550	11,7%	226.259	11,2%	117.291	12,7%
Octubre*	238.611	8,1%	132.141	6,6%	106.469	11,5%
Noviembre*	122.537	4,2%	73.655	3,7%	48.882	5,3%
Diciembre*	105.039	3,6%	70.911	3,5%	34.128	3,7%
Total 2024*	2.942.313	100,0%	2.016.501	100,0%	925.811	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, de Camping y de Apartamentos Turísticos del INE (2024)

*Datos provisionales

En cuanto a la evolución del grado de ocupación en 2024 por tipología de alojamiento, se ha elaborado la siguiente tabla. En este sentido, se relaciona la mayor afluencia de visitantes en agosto y julio, con un mayor grado de ocupación en estos meses en las tres tipologías de alojamiento. Del mismo modo, destaca el establecimiento hotelero con una mayor afluencia a lo largo del año, con respecto al camping o al apartamento turístico. No obstante, este último presenta un alto grado de ocupación por apartamentos en fin de semana, especialmente entre junio y septiembre.

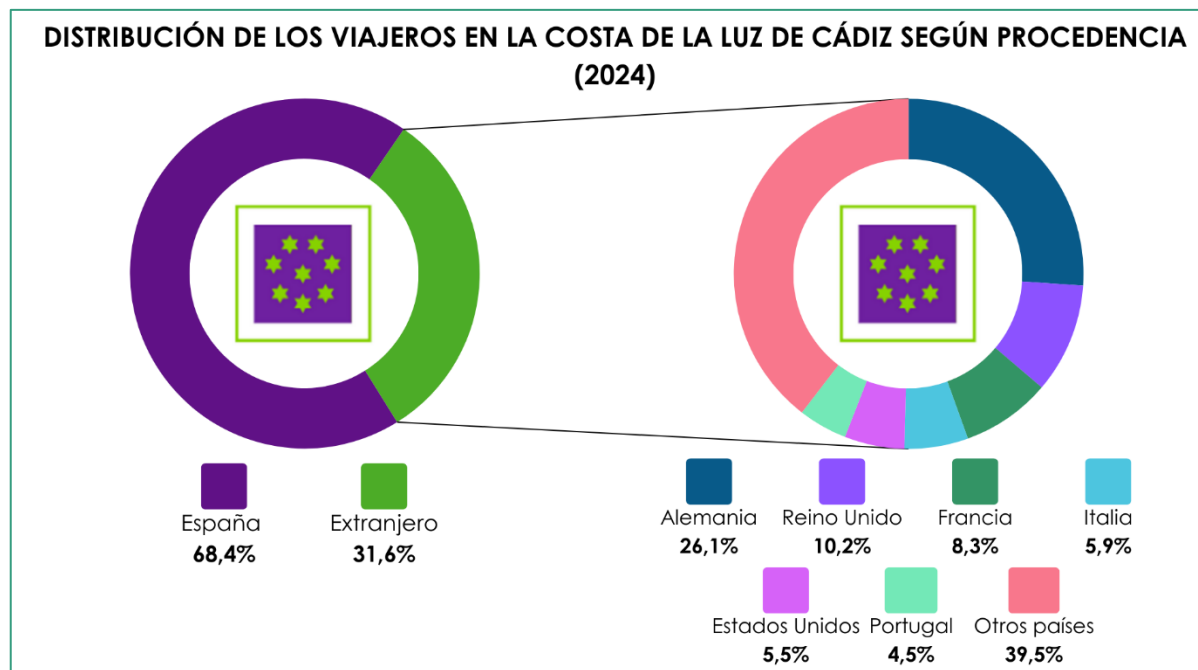
EVOLUCIÓN DEL GRADO DE OCUPACIÓN POR TIPO DE ALOJAMIENTO EN LA COSTA DE LA LUZ DE CÁDIZ DURANTE 2024								
MES	HOTEL			CAMPING		APARTAMENTO		
	Grado de ocupación por plazas	Grado de ocupación por habitaciones	Grado de ocupación por plazas de fin de semana	Grado de ocupación por parcelas	Grado de ocupación por parcelas en fin de semana	Grado de ocupación por plazas	Grado de ocupación por apartamentos	Grado de ocupación por apartamentos en fin de semana
Enero	30,69	41,16	37,49	38,89	41,87	18,39	28,43	32,58
Febrero	42,27	53,88	53,16	37,87	42,63	17,11	27,59	41,64
Marzo	41,38	49,48	48,15	24,61	26,87	15,49	25,47	32,84
Abril	44,02	53,08	56,36	22,88	28,13	18,49	31,05	42,59
Mayo	56,46	65,33	69,46	29,81	40,60	24,62	40,87	57,51
Junio*	64,90	72,11	74,81	32,20	39,94	35,27	53,72	63,89
Julio*	76,85	79,33	80,73	55,92	65,38	38,91	57,94	65,86
Agosto*	81,93	85,21	81,19	59,73	63,49	54,03	75,30	75,16
Septiembre*	66,23	77,38	72,11	37,19	50,51	34,96	57,61	62,99
Octubre*	51,18	62,41	62,71	24,81	35,60	25,43	43,02	51,39
Noviembre*	41,50	54,25	49,15	29,55	22,61	17,19	32,51	38,06
Diciembre*	31,68	39,01	39,07	37,88	27,55	21,56	33,54	48,83

Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, de Camping y de Apartamentos Turísticos del INE (2024)

*Datos provisionales

2.3.3. Perfil del turista

Partiendo de los datos anteriormente utilizados, de las Encuestas de Ocupación hotelera, en campings y en apartamentos turísticos del INE, se ha analizado la distribución de la procedencia de los visitantes en la Costa de la Luz de Cádiz. La gráfica refleja la proporción entre turistas nacionales y extranjeros que visitaron la zona durante el año 2024. En ella se observa que los turistas residentes en España representan una clara mayoría, con un 68,4% del total, frente al 31,6% correspondiente a visitantes internacionales. Con respecto a los viajeros residentes en el extranjero, Alemania (26,1%) se posiciona como el principal mercado emisor, seguido por Reino Unido (10,2%), Francia (8,3%) e Italia (5,9%). Estos cuatro países concentran una parte significativa del turismo internacional, lo que refleja una consolidada conexión con mercados europeos tradicionales. También se identifican flujos relevantes procedentes de Estados Unidos (5,5%) y Portugal (4,5%). Por su parte, el resto de los países aglutina el 39,5% del total de extranjeros, reflejando la diversidad del mercado turístico en el territorio.



Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, de Camping y de Apartamentos Turísticos del INE (2024)

En cuanto a la estancia media en los diferentes tipos de alojamiento en la Costa de la Luz de Cádiz, se observan algunas diferencias significativas según la tipología de alojamiento y la procedencia del turista. La tabla muestra que los turistas extranjeros presentan una estancia media en 2024 superior a la de los turistas nacionales en todas las modalidades de alojamiento, a excepción del camping. No obstante, este alojamiento dispone de la estancia media más alta del año en el mes de enero (7,11), precisamente por parte del turista extranjero. Este comportamiento evidencia una mayor permanencia del turista extranjero en el destino, lo que puede estar vinculado a factores como la distancia del lugar de origen, la planificación de viajes más prolongados o la búsqueda de experiencias más completas. Por el contrario, el turista nacional tiende a realizar estancias más breves, posiblemente asociadas a escapadas de fin de semana o vacaciones de corta duración.

MES	GENERAL			HOTEL			CAMPING			APARTAMENTO		
	Total	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total	España	Extranjero
Enero	2,60	1,97	3,61	2,19	1,90	2,72	6,54	3,71	7,11	2,41	2,06	3,36
Febrero	2,57	2,13	3,43	2,40	2,08	3,04	5,17	3,97	6,06	2,09	1,78	3,08
Marzo	2,87	2,63	3,35	2,76	2,54	3,21	3,89	3,72	4,08	2,65	2,42	3,36
Abril	2,79	2,40	3,42	2,74	2,27	3,52	3,40	3,71	3,03	2,60	2,39	2,98
Mayo	2,82	2,40	3,64	2,86	2,35	3,84	2,80	2,82	2,77	2,44	2,28	2,83
Junio	3,27	2,92	4,17	3,28	2,83	4,36	3,21	3,29	2,84	3,26	3,21	3,36
Julio	3,97	3,88	4,27	4,03	3,86	4,52	3,73	3,88	2,70	4,01	4,05	3,86
Agosto	4,03	4,06	3,91	4,02	3,94	4,28	4,15	4,35	2,77	3,85	4,18	2,77
Septiembre	3,30	3,01	3,85	3,34	2,91	4,15	3,14	3,36	2,60	3,12	3,28	2,83
Octubre	3,17	2,55	3,94	3,23	2,51	4,21	2,99	3,27	2,86	2,70	2,45	2,99
Noviembre	2,63	2,22	3,24	2,50	2,21	2,98	4,65	3,14	4,99	2,56	2,21	3,17
Diciembre	2,47	2,12	3,19	2,21	2,09	2,49	4,76	2,39	6,30	2,48	2,20	3,42
2024	3,25	3,02	3,74	3,19	2,88	3,84	3,71	3,77	3,57	3,08	3,07	3,09

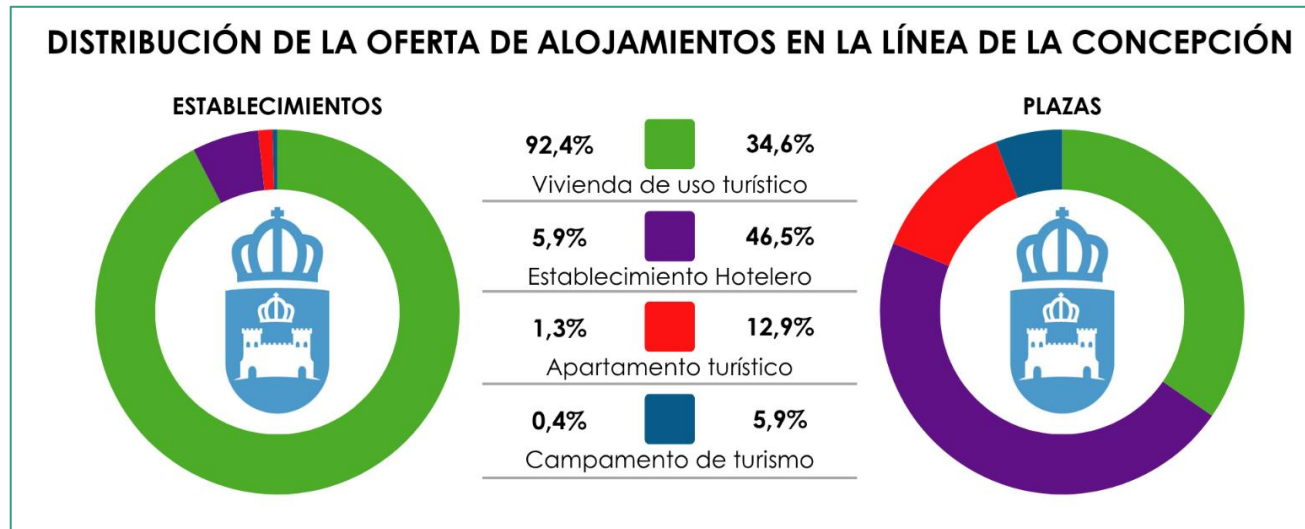
Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas de Ocupación Hotelera, de Camping y de Apartamentos Turísticos del INE (2024)

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

2.4.1. Ecosistema turístico

Tomando como referencia los datos facilitados por el Registro de Turismo de Andalucía (RTA), a fecha de octubre de 2025, la oferta alojativa de La Línea de la Concepción está formada por 237 establecimientos que disponen de un total de 3.635 plazas. Destaca la vivienda de uso turístico con 219 establecimientos (92,4%) y, a continuación, el establecimiento hotelero con 14 (5,9%). Es, precisamente, el establecimiento hotelero el alojamiento con mayor número de plazas con 1.690 (46,5%), seguido de la vivienda de uso turístico con 1.259 (34,6%).

OFERTA DE ALOJAMIENTO EN LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN (OCTUBRE, 2025)		
TIPO DE ALOJAMIENTO	N.º DE ESTABLECIMIENTOS	N.º PLAZAS
Vivienda de uso turístico	219	1.259
Establecimiento Hotelero	14	1.690
Apartamento turístico	3	470
Campamento de turismo	1	216
TOTAL	237	3.635



Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (octubre, 2025)

Según los últimos datos disponibles en el Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía del IECA, el municipio cuenta con 300 establecimientos de restauración, repartidos entre 213 establecimientos de bebidas, además de 52 restaurantes y puestos de comidas, así como de 35 establecimientos de provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas.

ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN EN LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN (2024)	
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	N.º DE ESTABLECIMIENTOS
563. Establecimientos de bebidas	213
561. Restaurantes y puestos de comidas	52
562. Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	35
TOTAL	300

Fuente: Elaboración propia a partir del IECA (2024)

Partiendo de los datos disponibles en el RTA, se ha elaborado la siguiente tabla con la oferta de ocio y servicios turísticos de La Línea de la Concepción. En este sentido, de un total de 31, destacan las agencias de viajes, repartidas entre 13 sucursales y otras 12 propias, y guías de turismo y oficinas de turismo, donde hay registradas en ambos casos 2 en el municipio. Del mismo modo, cabe destacar, además de la presencia de 2 oficinas de turismo, uno de los dos puertos deportivos del Campo de Gibraltar.

OFERTA COMPLEMENTARIA EN LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN (OCTUBRE, 2025)	
TIPO DE ACTIVIDAD	N.º DE ESTABLECIMIENTOS
Agencias de viajes. Sucursal	13
Agencia de viajes	12
Guía de turismo	2
Oficina de turismo	2
Empresa de turismo activo	1
AIAT. Puertos deportivos	1
TOTAL	31

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (octubre, 2025)

2.4.2. Recursos y productos turísticos

Además de la oferta turística de La Línea de la Concepción anteriormente descrita, los recursos turísticos del municipio dan cobertura a los diferentes productos turísticos presentes en el destino.

La Línea de la Concepción, enclavada entre la Sierra Carbonera y el Peñón de Gibraltar, se erige como un destino privilegiado por su estratégica localización geográfica, su diversidad paisajística y su riqueza patrimonial. Esta ciudad costera, con más de catorce kilómetros de litoral repartidos entre las costas de Poniente y Levante, ofrece una amplia variedad de recursos turísticos que combinan naturaleza, historia, cultura y ocio.

Su patrimonio histórico y cultural está reflejado en enclaves como el Museo Cruz Herrera, la Plaza de Toros El Arenal o la emblemática Plaza de la Iglesia, presidida por la escultura de Las Tres Gracias, así como por la Ruta de los Búnkeres de la II Guerra Mundial, con presencia en diferentes municipios del Campo de Gibraltar. Asimismo, la tradición flamenca se manifiesta con fuerza en la Peña Flamenca Cultural Linense, consolidando a La Línea como un referente artístico en Andalucía.

En el ámbito natural, el entorno ofrece espacios de gran valor paisajístico como el mirador de El Higuerón, desde donde se contemplan vistas únicas del Estrecho, África y Gibraltar, así como playas urbanas y casi vírgenes como la de Santa Clara. La proximidad a los parques naturales del Estrecho y de Los Alcornocales amplía las posibilidades de contacto con la naturaleza y el ecoturismo.

La práctica del turismo de naturaleza y deportivo encuentra en La Línea un escenario idóneo, con actividades como el avistamiento de aves y cetáceos o los deportes náuticos, especialmente en el Puerto Deportivo Alcaidesa Marina, uno de los más destacados de la región. Este enclave, junto con los campos de golf de Alcaidesa, compartiendo término municipal con San Roque, completan una oferta diversa y de calidad en el municipio.

Por otro lado, el calendario festivo de La Línea constituye un atractivo turístico en sí mismo. Celebraciones como la Velada y Fiestas de La Línea, declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía, el Carnaval de la Concha Fina o la Semana Santa, entre otras, dotan al municipio de una identidad cultural viva y participativa, que enriquece la experiencia del visitante durante todo el año.

Tomando como referencia la Guía de Turismo del Campo de Gibraltar, se han clasificado los diferentes recursos en base a los productos turísticos a los que dan cobertura.

TURISMO DE SOL Y PLAYA

La Línea de la Concepción se posiciona como un enclave privilegiado para el turismo de sol y playa, gracias a sus más de catorce kilómetros de litoral repartidos entre las costas de Poniente y Levante, así como la presencia de la certificación de Bandera Ecoplayas en 4 playas del municipio.

Este entorno costero ofrece una amplia variedad de playas urbanas y naturales, ideales tanto para el descanso como para la práctica de actividades acuáticas. La playa de Poniente, situada junto al Puerto Deportivo Alcaidesa Marina, destaca por su carácter urbano y sus servicios de ocio. Por otro lado, el litoral de Levante alberga playas más extensas y abiertas al Mediterráneo, como Santa Bárbara, Sobrevela, Torrenueva y Santa Clara, algunas de ellas casi vírgenes y de gran valor paisajístico.



PRINCIPALES RECURSOS DEL PRODUCTO DE TURISMO DE SOL Y PLAYA

RECURSOS

Playa de Levante	Playa de Poniente (Bandera Ecoplayas)
Playa Santa Bárbara (Bandera Ecoplayas)	Playa Sobrevela (Bandera Ecoplayas)
Playa Torrenueva	Playa Santa Clara
Puerto Deportivo Alcaidesa Marina	Playa de Alcaidesa (Bandera Ecoplayas)

Fuente: Elaboración propia a partir de la Guía Turística del Campo de Gibraltar.

TURISMO HISTÓRICO Y CULTURAL

La Línea de la Concepción conserva un valioso patrimonio histórico y cultural que refleja su evolución como ciudad fronteriza y su estrecha vinculación con el mar. Entre sus principales recursos destaca el Museo Cruz Herrera, que alberga una de las pinacotecas más importantes del Campo de Gibraltar. El casco urbano cuenta con espacios emblemáticos como la Plaza de la Iglesia, presidida por la Iglesia de la Inmaculada Concepción y la escultura de Las Tres Gracias, considerada un símbolo de la ciudad. También destacan el edificio de La Comandancia, el más antiguo de la ciudad, o el Barrio de La Atunara, barrio marinero por excelencia de La Línea, con un encanto particular y esencia propia. La tradición flamenca se manifiesta con fuerza en la Peña Flamenca Cultural Linense, que además de espectáculos y recitales, alberga un museo dedicado al arte jondo, con vestuarios, esculturas y recuerdos de figuras como Camarón, Paco de Lucía o Lola Flores. Asimismo, La Línea forma parte de la Ruta de los Búnkeres de la II Guerra Mundial, con vestigios repartidos por su litoral que permiten conocer su papel estratégico en el conflicto.



PRINCIPALES RECURSOS DEL PRODUCTO DE TURISMO HISTÓRICO Y CULTURAL

RECURSOS

Museo Cruz Herrera	Ruta de los Búnkeres de la II Guerra Mundial
Iglesia de la Inmaculada Concepción	Escultura de Las Tres Gracias
Fuerte de Santa Bárbara	Plaza de Toros El Arenal y museo taurino
Edificio La Comandancia	Peña Flamenca Cultural Linense
Iglesia de la Virgen de la Carmen	Barrio de La Atunara

Fuente: Elaboración propia a partir de la Guía Turística del Campo de Gibraltar

TURISMO DE NATURALEZA Y ACTIVO

La Línea de la Concepción ofrece múltiples posibilidades para el turismo de naturaleza y activo, gracias a su entorno privilegiado entre el mar y la montaña. El municipio cuenta con espacios naturales como el mirador de El Higuerón, desde donde se contemplan vistas únicas del Estrecho, África y Gibraltar. Además, su proximidad a los parques naturales del Estrecho y de Los Alcornocales permite el desarrollo de actividades como el senderismo, el cicloturismo, la observación de aves y cetáceos, y deportes acuáticos como el kayak, el paddle surf y el buceo. El Puerto Deportivo Alcaidesa Marina, además de ser un referente náutico, acoge eventos deportivos, escuelas de vela, clubes náuticos, actividades de navegación y avistamiento responsable de cetáceos a través de empresas especializadas. Por otro lado, en el núcleo de población de La Alcaidesa, se ubican dos campos de golf, que comparten término municipal con San Roque.



PRINCIPALES RECURSOS Y ACTIVIDADES DEL PRODUCTO DE TURISMO DE NATURALEZA Y ACTIVO

RECURSOS

Mirador de El Higuerón	Puerto Deportivo Alcaidesa Marina
Avistamiento de aves y cetáceos	Campos de golf
Escuelas de vela y Clubes náuticos	Actividades náuticas y acuáticas variadas

Fuente: Elaboración propia a partir de la Guía Turística del Campo de Gibraltar.

TURISMO DE FIESTAS Y EVENTOS

La Línea de la Concepción cuenta con un calendario festivo diverso y consolidado que refuerza su atractivo turístico durante todo el año. Entre sus celebraciones más destacadas se encuentran la Velada y Fiestas de La Línea, declaradas de Interés Turístico Nacional de Andalucía, y el Domingo Rociero, jornada emblemática que transforma el centro urbano en un espacio de convivencia y tradición. También sobresalen la Feria Medieval, la festividad de la Virgen del Carmen, la Semana Santa y el Carnaval de la Concha Fina, que reflejan la riqueza cultural y la participación ciudadana. Estos eventos, junto con actividades culturales y gastronómicas, como la Ruta de la Tapa, convierten a La Línea en un destino vivo y dinámico.



PRINCIPALES RECURSOS DEL PRODUCTO DE TURISMO DE FIESTAS Y EVENTOS

RECURSOS

Velada y Fiestas de La Línea	Domingo Rociero
La Salvaora	Virgen del Carmen
Carnaval de la Concha Fina	Semana Santa
Festividad María Auxiliadora	Corpus Christi
Aniversario de la ciudad	Fiestas Patronales
Ruta de la Tapa	Feria Medieval

Fuente: Elaboración propia a partir de la Guía Turística del Campo de Gibraltar

3. GESTIÓN DEL DESTINO

3.1. A NIVEL DE GOBERNANZA E INNOVACIÓN

Desde una perspectiva general, el municipio ha desarrollado en los últimos años una estrategia integral del destino, plasmada, entre otras, por las siguientes iniciativas:

- Agenda Urbana La Línea 2030.
- Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) de La Línea.
- Plan Estratégico de Impulso y Crecimiento de La Línea de la Concepción.
- Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) La Línea.
- Plan General de Ordenación Urbana (PGOU).
- Plan Municipal contra el Cambio Climático (PMCC).
- Plan Municipal de Vivienda y Suelo del Municipio de La Línea de la Concepción.
- Plan Local de Instalaciones y Equipamientos Deportivos La Línea de la Concepción.
- Plan Estratégico de Sostenibilidad Turística.
- Plan de Medidas Antifraude.

Del mismo modo, en 2025 La Línea de la Concepción ha comenzado con los trabajos asociados al **proceso de diagnóstico de Destino Turístico Inteligente**, con el apoyo de SEGITTUR, la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, dependiente de la Secretaría de Estado de Turismo. Con ello, se espera mejorar la competitividad, el aprovechamiento de los recursos y el desarrollo sostenible aplicados al sector.

Como parte de la estructura de gobernanza de La Línea de la Concepción, el Área de Promoción Social, Cultural y Digital integra la **Delegación Municipal de Turismo**. Esta entidad, dependiente de la Administración local, tiene la responsabilidad de gestionar, promover y fomentar las actividades turísticas del municipio, estableciendo los cimientos para el desarrollo de la industria turística local. Su principal objetivo es impulsar el crecimiento turístico de la ciudad mediante la promoción de sus atractivos y la preservación sostenible de su patrimonio cultural y natural, contribuyendo así a la generación de beneficios económicos para la comunidad.

Entre las responsabilidades y funciones de la Delegación Municipal de Turismo se incluyen:

- Diseñar y ejecutar estrategias de promoción con el objetivo de atraer visitantes a la localidad. Estas acciones pueden abarcar campañas publicitarias, participación en ferias y eventos turísticos, creación de material promocional y utilización de plataformas digitales y redes sociales.
- Identificar y desarrollar nuevos productos y experiencias turísticas orientados a distintos perfiles de visitantes, como rutas temáticas, actividades de turismo de aventura y eventos culturales o gastronómicos.
- Proporcionar información turística detallada y actualizada a los visitantes, tanto presencialmente en centros de información turística como por medios digitales y telefónicos, incluyendo datos sobre puntos de interés, servicios turísticos, eventos y horarios.
- Promover el uso responsable y sostenible de los recursos turísticos de la localidad, tales como monumentos, museos, parques naturales y playas, así como fomentar su accesibilidad.
- Colaborar con empresas turísticas locales, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y guías turísticos, para favorecer el desarrollo conjunto del sector mediante la organización de eventos, la participación en programas de formación y la facilitación de alianzas estratégicas.
- Participar en la elaboración de planes y políticas turísticas locales en coordinación con otras instituciones y actores relevantes, abarcando la identificación de objetivos, la definición de estrategias de desarrollo sostenible y el establecimiento de mecanismos de seguimiento y evaluación.
- Recoger y analizar datos estadísticos para apoyar la toma de decisiones informadas en materia de turismo.

Por otro lado, en el último año, la Delegación Municipal de Turismo ha llevado a cabo diferentes iniciativas estratégicas para impulsar la competitividad y promoción del destino, destacando:

- Participación en la Feria Internacional de Turismo de Berlín (ITB 2025), impulsando contactos con distintas empresas y operadores turísticos de ámbito internacional especializados en marketing, como la compañía Aviapers, con el objetivo de elaborar campañas publicitarias y estrategias de promoción conjuntas
- Participación en Feria Internacional de Turismo (Fitur 2025), con una amplia agenda de contactos desplegada.
- Presencia de la ciudad en la Feria de Turismo de Londres (2024), propiciando múltiples contactos con empresas interesadas en desarrollar posibles proyectos, además de contactos con destacadas personalidades de la Junta de Andalucía en materia de Turismo.



3.2. A NIVEL TECNOLÓGICO

En los últimos años, La Línea de la Concepción ha apostado decididamente por la modernización de sus servicios turísticos, implementando soluciones tecnológicas que mejoran la experiencia de quienes visitan la ciudad y refuerzan su posicionamiento como destino innovador. La adopción de nuevas herramientas digitales y el aprovechamiento de la tecnología han permitido optimizar tanto la promoción como la gestión del turismo local.

- Mejora de la web municipal: El Ayuntamiento de La Línea ha lanzado un nuevo portal web, optimizando tanto el diseño como la funcionalidad respecto a la versión anterior. Esta plataforma facilita el acceso a información relevante para visitantes y residentes, permitiendo una mejor navegación y una mayor interacción con los servicios turísticos.
- Instalación de sensores para seguimiento turístico: En diferentes puntos estratégicos de la ciudad se han ubicado nueve sensores que permiten monitorizar la afluencia de turistas y visitantes. Esta iniciativa ofrece datos en tiempo real sobre el flujo turístico, ayudando a las autoridades a tomar decisiones informadas y a adaptar la oferta a las necesidades reales de la demanda.
- Aplicaciones de Realidad Aumentada: La Línea de la Concepción cuenta con una innovadora aplicación de Realidad Aumentada dirigida a promocionar los destinos turísticos del municipio. Esta herramienta interactiva ofrece una experiencia única a quienes recorren la ciudad, permitiendo descubrir información adicional sobre lugares emblemáticos y enriquecer la visita de manera dinámica y visual. Además, la app ha sido recientemente actualizada para incorporar nuevos puntos de interés, como La Línea de Contravalación y el Fuerte de San Felipe, ampliando así sus posibilidades educativas y lúdicas.
- Digitalización de la atención turística: La Oficina Municipal de Turismo ha sido beneficiaria de una subvención destinada a la implementación de sistemas digitales de atención al público. Gracias a ello, se han optimizado los procesos de consulta y orientación, brindando un servicio más eficiente y adaptado a las expectativas de turistas cada vez más conectados.

Estas acciones reflejan el compromiso de La Línea de la Concepción con la innovación y la sostenibilidad en el sector turístico, situando a la ciudad a la vanguardia en la aplicación de herramientas tecnológicas para la promoción, gestión y disfrute de su patrimonio cultural y natural.

3.3. A NIVEL DE SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

La Línea de la Concepción ha emprendido en los últimos años un camino decidido hacia la sostenibilidad y la protección del medio ambiente. La estrategia municipal integra iniciativas innovadoras y la colaboración con instituciones educativas, ciudadanas y organismos autonómicos, orientadas a consolidar un destino más resiliente, saludable y consciente de su patrimonio natural.

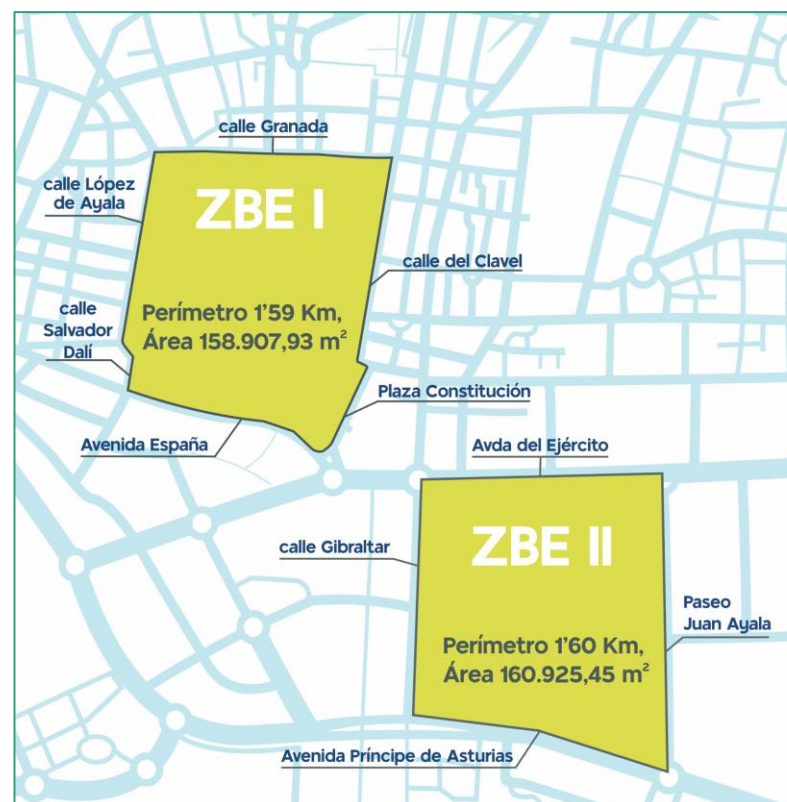
- **Elaboración del Plan Estratégico de Sostenibilidad Turística:** La ciudad ha iniciado la elaboración de un ambicioso Plan Estratégico de Sostenibilidad Turística, cuyo objetivo es definir una hoja de ruta clara para el desarrollo de un turismo responsable y respetuoso con el entorno. Este plan busca generar un impacto positivo tanto en la economía local como en la preservación de los recursos naturales, articulando acciones conjuntas entre los sectores público y privado, promoviendo la participación social y fomentando la innovación en los servicios turísticos.
- **Reconocimiento Andalucía de Medio Ambiente:** La apuesta de La Línea por un modelo urbano sostenible ha sido reconocida con el Premio Andalucía de Medio Ambiente en la categoría de Sostenibilidad y Medio Ambiente Urbano. Este galardón, otorgado por la Junta de Andalucía, pone en valor las políticas locales dirigidas a la mejora de la calidad ambiental, la reducción de emisiones y la promoción de iniciativas ejemplares en la gestión de los espacios públicos.
- **Campaña 'Movimiento Banderas Verdes':** Sumándose a la lucha colectiva por la protección del entorno, La Línea participa activamente en la campaña nacional 'Movimiento Banderas Verdes'. Esta iniciativa, impulsada para promover la conservación de los ecosistemas costeros y marinos, reconoce los esfuerzos de los municipios en la gestión sostenible de playas, la reducción de residuos, la protección de la biodiversidad y la sensibilización ciudadana.
- **Mejoras en playas y espacios públicos:** En línea con su compromiso con el entorno y la accesibilidad universal, el Ayuntamiento ha impulsado una notable transformación de sus playas y espacios de ocio. Entre las actuaciones más relevantes destacan la instalación de nuevas duchas eficientes, la creación de arrecifes artificiales para la protección de la fauna marina y la ampliación de pasarelas recicladas.
- **Educación ambiental y participación escolar:** La promoción de la sostenibilidad también se extiende al ámbito educativo. A través de programas destinados a escolares, el área de Turismo desarrolla rutas guiadas por la ciudad que fomentan el conocimiento y el respeto por el entorno urbano y natural. Estas actividades buscan transmitir a las nuevas generaciones el valor de la biodiversidad local, la importancia del reciclaje y la necesidad de adoptar hábitos responsables con el medio ambiente.

Del mismo modo, en 2024 se aprobó la Ordenanza de Zona de Bien Estar y Bajas Emisiones (ZBE) de La Línea de la Concepción. Se trata de una iniciativa estratégica del Ayuntamiento para avanzar hacia un modelo urbano más saludable, accesible y sostenible. Se trata de una medida alineada con la normativa nacional y europea en materia de calidad del aire y lucha contra el cambio climático, y forma parte de un proceso más amplio de transformación urbana para promover una ciudad centrada en las personas.

En este sentido, el Ayuntamiento de La Línea ha diseñado una ZBE adaptada a las características locales, combinando criterios ambientales, sociales y de movilidad. Del mismo modo, la ZBE de La Línea se estructura en dos zonas diferenciadas, en función de sus características urbanas y operativas.

Los objetivos de la Zona de Bien Estar y Bajas Emisiones (ZBE) de La Línea de la Concepción son:

- Cumplir la normativa vigente en materia de calidad del aire y lucha contra el cambio climático.
- Reducir la contaminación atmosférica y acústica generada por el tráfico.
- Promover una movilidad más sostenible, segura y equitativa.
- Revalorizar el espacio público como lugar de encuentro, convivencia y actividad social.
- Mejorar la salud pública mediante la reducción de emisiones nocivas.
- Impulsar un cambio cultural en la forma de desplazarse por la ciudad.



<https://zbe.lalineas.es/wp-content/uploads/2025/05/mapaZonasB.png>

3.4. A NIVEL DE ACCESIBILIDAD

La Línea de la Concepción ha venido desarrollando una estrategia integral para avanzar en materia de accesibilidad, reconociendo la importancia de construir un municipio inclusivo para todas las personas, independientemente de sus capacidades. El municipio ha priorizado la adaptación progresiva de infraestructuras, servicios y entornos urbanos, con acciones concretas orientadas a garantizar la igualdad de oportunidades y la participación social.

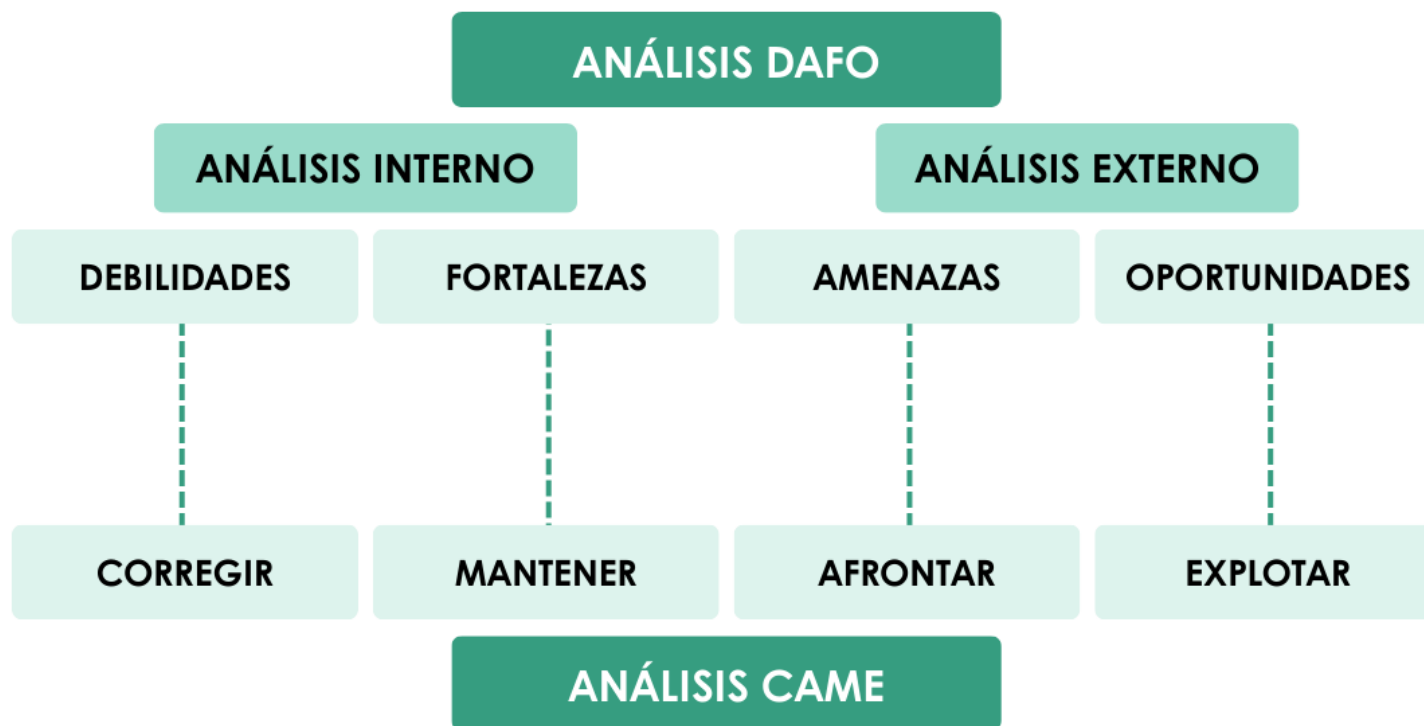
- Mejoras en playas, parques infantiles y espacios recreativos: Se está llevando a cabo la remodelación de parques infantiles, de manera que niñas y niños con movilidad reducida puedan disfrutar en igualdad de condiciones. Además, en las playas se han ampliado pasarelas recicladas e incorporado nuevos puntos accesibles para personas con movilidad reducida.
- Adaptación del espacio público: El Ayuntamiento ha impulsado la eliminación de barreras arquitectónicas en aceras, pasos peatonales y accesos a edificios públicos, facilitando el tránsito de personas con discapacidad visual o movilidad reducida.
- Eventos, festividades y cultura inclusiva: La organización de fiestas patronales y eventos culturales contempla itinerarios accesibles, puntos de información adaptados y zonas reservadas para personas con discapacidad. En las Veladas y Fiestas, por ejemplo, se han incorporado horarios sin ruido y acceso preferente para personas con Trastorno del Espectro Autista.
- Servicios digitales y atención ciudadana: En lo referente a la sede electrónica municipal, se han implementado herramientas de validación de accesibilidad que aseguran la navegación para personas con dificultades visuales o motrices. Los formularios y documentos digitales están diseñados para ser compatibles con lectores de pantalla y, aunque algunos servicios requieren certificado digital, se ofrecen tutoriales y asistencia para su obtención y uso. Además, el Ayuntamiento cuenta con un servicio de atención personalizada mediante cita previa, donde se garantiza la accesibilidad física y comunicativa en las oficinas.
- Colaboración y participación social: Finalmente, el Consistorio ha impulsado la colaboración con asociaciones locales de personas con discapacidad, recogiendo propuestas y evaluando periódicamente la accesibilidad de los espacios urbanos y servicios municipales. Estas acciones buscan fomentar una cultura de inclusión, sensibilizar a la ciudadanía y avanzar hacia una La Línea de la Concepción donde todos y todas puedan disfrutar de los espacios y actividades municipales sin limitaciones.

4. DIAGNÓSTICO DAFO/CAME

Tras el diagnóstico de La Línea de la Concepción como destino turístico, se ha realizado un análisis DAFO, donde se han identificado las posibles debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que influyen en su posicionamiento turístico competitivo.

Con el objetivo de identificar las necesidades de mejora y las oportunidades de crecimiento de la Línea de la Concepción como destino turístico, este estudio ha llevado a cabo un diagnóstico integral, incluyendo un análisis interno, donde se determinan las fortalezas y debilidades, y un análisis externo, identificando las oportunidades y amenazas del municipio.

Complementando el análisis DAFO, se ha elaborado un diagnóstico CAME, centrado en cómo actuar ante los resultados del DAFO, e identificando cómo corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.



ANÁLISIS DAFO	
ANÁLISIS INTERNO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>D1. Desempleo alto y falta de diversificación económica: La Línea suele encabezar las tasas de paro de Andalucía. Esto deriva en menor poder adquisitivo local, cierta economía informal y problemas sociales que inciden en el mantenimiento urbano y la seguridad.</p> <p>D2. Falta de una identidad turística definida: La Línea no ha explotado un eslogan o identidad turística clara. Tarifa se asocia a los deportes acuáticos, San Roque al golf y el polo, etc. En cambio, La Línea no tiene un posicionamiento distintivo consolidado (más allá de “la ciudad junto a Gibraltar”). Esta indefinición dificulta la tarea de comunicar un mensaje atractivo al turista potencial. Debe luchar por no ser vista solo como dormitorio de trabajadores o ciudad fronteriza sin más.</p> <p>D3. El municipio presenta un estancamiento en su tejido empresarial, reflejada en un descenso del 1,4% en el número de empresas en el último año. Esta situación, unida a la limitada presencia de empresas de información y comunicaciones, evidencia un bajo grado de innovación empresarial. Esta situación condiciona la competitividad del sector productivo y la adopción de tecnologías digitales por parte de la población.</p> <p>D4. Dependencia de Gibraltar y rol de ciudad de paso: Muchos visitantes llegan a La Línea únicamente para cruzar a y no consideran la ciudad en sí como destino. Ese carácter de lugar de paso implica que la economía local y su actividad turística estén supeditadas a las fluctuaciones de la frontera.</p> <p>D5. Problemas de imagen histórica: La Línea ha cargado con estereotipos negativos asociados al contrabando, el paro elevado y la economía sumergida durante décadas. Aunque la realidad ha mejorado, persiste en el imaginario de algunos viajeros una percepción de ciudad conflictiva o deprimida.</p>	<p>F1. Extenso litoral con playas en dos costas: La Línea posee más de 14 km de playas, tanto en su costa de Poniente (bahía de Algeciras) como en la de Levante (Mar Mediterráneo). Esto le proporciona una variada oferta de playas, paseos marítimos urbanos con servicios y también de tramos semi-virgenes con vistas al Peñón, lo que permite atraer a distintos tipos de bañistas y aficionados a deportes acuáticos.</p> <p>F2. Ubicación geoestratégica singular: Situada en el istmo que conecta con Gibraltar, La Línea es literalmente una ciudad fronteriza entre dos países, en la zona donde se encuentran El Atlántico y el Mediterráneo. Esta posición le otorga un carácter multicultural y cosmopolita, forjado por décadas de convivencia con la colonia británica.</p> <p>F3. Infraestructura portuaria y náutica de calidad: La Línea cuenta con el moderno Puerto Deportivo Alcaidesa Marina, uno de los más importantes del litoral gaditano, consolidado como escala para navegantes internacionales en ruta por el Mediterráneo. Además, la ciudad dispone de clubes y ofertas de turismo náutico, lo que la posiciona en el segmento del turismo náutico y de pequeños cruceros.</p> <p>F4. Tradición marinera y gastronómica reconocida: Barrios emblemáticos como La Atunara aportan una identidad marinera profunda. La Atunara es famosa por su puerto pesquero y por sus restaurantes de pescado, que atrae diariamente a visitantes de municipios vecinos y de Gibraltar.</p> <p>F5. Servicios y capacidad turística considerable: La Línea cuenta con una variada oferta de alojamientos, hostelería y servicios complementarios, pudiendo acoger a un gran volumen de visitantes.</p>

ANÁLISIS DAFO	
ANÁLISIS EXTERNO	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<p>A1. Escenario Brexit desfavorable: La mayor amenaza es un Brexit sin acuerdo local. Si se implantan controles fronterizos estrictos con Gibraltar (sellos, visados) o restricciones de acceso, el flujo de visitantes caería dramáticamente. En un retorno a la “frontera cerrada” como antaño, La Línea perdería gran parte del tránsito que alimenta su economía diaria, muchas personas dejarían de cruzar a comprar o divertirse y la ciudad podría entrar en recesión.</p> <p>A2. Competencia de destinos vecinos fuertemente posicionados: La Línea enfrenta la competencia de la Costa del Sol (Estepona, Manilva) a solo 20 km, que ofrecen playas limpias, resorts y golf; de Tarifa, a ~35 km, con su marca de deportes acuáticos y naturaleza; e incluso de Gibraltar mismo con su carácter exótico.</p> <p>A3. Riesgo de accidentes marítimos: La Bahía de Algeciras es una zona industrial y de mucho tráfico marítimo. Existe el riesgo de vertidos (de hidrocarburos, químicos) o accidentes en refinerías y barcos que afecten a las aguas y playas linenses. Un gran vertido que manche sus playas obligaría a cerrarlas por un tiempo indeterminado, arruinando temporadas turísticas.</p> <p>A4. Vulnerabilidad ante crisis globales: La Línea, al depender en buena medida de flujos transfronterizos, es especialmente vulnerable a estas situaciones, provocando la reducción inmediata de llegada de viajeros nacionales e internacionales.</p> <p>A5. Impacto del cambio climático: La erosión costera, el aumento del nivel del mar y las condiciones climáticas extremas, pueden afectar directamente a las playas.</p>	<p>O1. Fomento de productos turísticos diferenciales: La situación única de La Línea/Gibraltar permite crear productos temáticos muy atractivos: por ejemplo, rutas histórico-militares que cuenten la historia de los fuertes españoles alrededor de Gibraltar y las fortificaciones británicas (incluyendo una visita combinada a túneles en Gibraltar y bunkers en La Línea); o una ruta de los miradores del Estrecho, subiendo al Peñón y luego a miradores linenses.</p> <p>O2. Diversificación con turismo de congresos: Gracias a sus infraestructuras, La Línea puede aspirar a organizar congresos medianos que atraigan visitantes todo el año. Por ejemplo, congresos transfronterizos de temas como derecho internacional (por su situación única) o encuentros profesionales entre Gibraltar y la comarca.</p> <p>O3. Incorporación a redes de innovación turística como la Red DTI: favorece el posicionamiento del municipio como destino innovador, sostenible y adaptado a las nuevas demandas del mercado turístico, así como acceder a asesoramiento especializado y buenas prácticas para avanzar en su competitividad.</p> <p>O4. Acceso a financiación europea y nacional para el impulso del desarrollo turístico: Programas como Next Generation EU, Interreg MED y otros fondos estructurales ofrecen oportunidades clave para financiar proyectos de modernización, sostenibilidad, formación y digitalización del sector turístico.</p> <p>O5. Impulso de sinergias público-públicas y público-privadas para una gobernanza turística eficaz: La colaboración entre administraciones, empresas, asociaciones y ciudadanía, así como la cooperación turística transfronteriza, permitiría una gestión más coordinada, inclusiva y eficiente del turismo. Estas alianzas pueden facilitar la ejecución de proyectos estratégicos, mejorar la calidad de los servicios turísticos y fomentar una visión compartida del desarrollo del destino.</p>

ANÁLISIS CAME	
ANÁLISIS INTERNO	
CORREGIR (DEBILIDADES)	MANTENER (FORTALEZAS)
<p>C1. Impulsar políticas activas de empleo vinculadas al turismo, como formación en hostelería, idiomas y digitalización. Fomentar la diversificación del tejido productivo mediante incentivos al emprendimiento en sectores emergentes (tecnología, economía azul, turismo creativo) y facilitar el acceso a microcréditos para autónomos y pymes turísticas.</p> <p>C2. Desarrollar una marca turística sólida que combine los elementos diferenciales del municipio: litoral dual (Poniente y Levante), tradición marinera, cercanía a Gibraltar y oferta cultural. Crear un eslogan y narrativa coherente que se refleje en toda la comunicación institucional y promocional.</p> <p>C3. Establecer un plan de dinamización empresarial con foco en la digitalización del sector turístico, la atracción de startups y la creación de espacios de coworking. Promover la colaboración entre empresas turísticas y centros de innovación para acelerar la adopción de tecnologías.</p> <p>C4. Reconvertir el tránsito hacia Gibraltar en una oportunidad mediante la creación de productos turísticos de “espera activa” (visitas exprés, rutas guiadas, gastronomía local). Incentivar la pernoctación con paquetes turísticos que incluyan experiencias locales y descuentos en alojamiento.</p> <p>C5. Reposicionar la imagen de La Línea mediante campañas de comunicación que destaquen sus valores actuales: hospitalidad, cultura, naturaleza y modernización. Involucrar a la ciudadanía en la mejora del entorno urbano y en la promoción del destino como embajadores locales.</p>	<p>M1. Continuar mejorando la calidad de las playas mediante servicios accesibles, sostenibles y certificados. Promover la diversidad de experiencias (playas urbanas, familiares, naturales) y su uso durante todo el año con actividades deportivas y culturales.</p> <p>M2. Potenciar la singularidad de ser frontera con Gibraltar como atractivo turístico. Desarrollar productos transfronterizos (rutas históricas, culturales, gastronómicas) y reforzar la cooperación con operadores turísticos del Peñón.</p> <p>M3. Consolidar Alcaldesa Marina como referente del turismo náutico en el Estrecho. Ampliar la oferta de actividades (escuelas de vela, regatas, avistamiento de cetáceos) y mejorar la conectividad con el centro urbano.</p> <p>M4. Promover la gastronomía local como eje de atracción turística. Crear rutas gastronómicas, festivales del pescado y experiencias culinarias en La Atunara. Poner en valor la pesca artesanal y los productos del mar.</p> <p>M5. Reforzar la calidad de los servicios turísticos mediante formación continua, certificaciones y digitalización. Incentivar la mejora de la oferta sin perder autenticidad. Promover la accesibilidad universal en alojamientos y espacios públicos.</p>

ANÁLISIS CAME	
ANÁLISIS EXTERNO	
AFRONTAR (AMENAZAS)	EXPLOTAR (OPORTUNIDADES)
<p>A1. Establecer protocolos de contingencia turística ante posibles restricciones fronterizas. Fortalecer la promoción del destino en mercados nacionales y europeos no dependientes de Gibraltar. Apostar por el turismo de proximidad y el turismo digital como alternativas resilientes.</p> <p>A2. Diferenciar la oferta mediante productos únicos como la Ruta de los Búnkeres, experiencias náuticas en Alcaidesa Marina, turismo flamenco o rutas gastronómicas en La Atunara. Apostar por la autenticidad y el carácter fronterizo como valor añadido.</p> <p>A3. Establecer protocolos de respuesta rápida ante emergencias ambientales. Promover certificaciones de calidad ambiental en playas y puertos. Comunicar de forma proactiva las medidas de sostenibilidad y seguridad adoptadas por el destino.</p> <p>A4. Diversificar los mercados emisores y los productos turísticos. Apostar por el turismo nacional, de proximidad y familiar. Reforzar la digitalización para mantener la promoción activa en contextos de crisis y facilitar la reserva directa.</p> <p>A5. Implementar medidas de adaptación en el litoral (regeneración de playas, infraestructuras resilientes). Fomentar el turismo sostenible y de bajo impacto. Sensibilizar a visitantes y residentes sobre la importancia de la conservación ambiental.</p>	<p>E1. Desarrollar rutas temáticas como la Ruta de los Búnkeres, la Ruta de los Miradores del Estrecho o experiencias combinadas con Gibraltar. Crear productos turísticos que integren historia, naturaleza y cultura local.</p> <p>E2. Posicionar a La Línea como sede de congresos medianos y encuentros profesionales, especialmente en temáticas transfronterizas, náuticas o culturales. Mejorar la infraestructura MICE y la conectividad con aeropuertos y estaciones.</p> <p>E3. Avanzar en la digitalización del destino con herramientas de inteligencia turística, señalética inteligente y apps de experiencia del visitante. Participar en foros y programas de buenas prácticas.</p> <p>E4. Elaborar proyectos estratégicos para presentarse a convocatorias de fondos europeos (Next Generation EU, Interreg MED, etc.) y autonómicos, priorizando la sostenibilidad, accesibilidad y formación en turismo.</p> <p>E5. Crear una mesa de gobernanza turística con participación de administraciones, empresas, asociaciones y ciudadanía. Fomentar la cooperación con Gibraltar y municipios vecinos para desarrollar productos turísticos conjuntos.</p>

5. LÍNEAS Y EJES ESTRATÉGICOS: PROPÓSITOS Y OBJETIVOS

5.1. CONTEXTUALIZACIÓN ESTRATÉGICA

Con el objetivo de asegurar la coherencia, la eficacia y la visión de futuro del **Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción**, se ha realizado una contextualización estratégica alineada con las políticas turísticas nacionales, autonómicas y europeas, así como con los principios y retos que plantea la transformación digital y sostenible del sector. Este proceso ha permitido identificar sinergias, oportunidades y desafíos específicos del municipio, sentando las bases para la definición de las líneas y ejes estratégicos que guiarán la acción turística de La Línea de la Concepción en los próximos años.

Del mismo modo, resulta imprescindible atender al **proceso de transformación de La Línea de la Concepción en un Destino Turístico Inteligente (DTI)**, en consonancia con la propia estrategia municipal y los trabajos desarrollados junto a SEGITTUR y la Mancomunidad del Campo de Gibraltar. En este sentido, el municipio ha comenzado con los trabajos asociados al proceso de diagnóstico DTI, que implica la adopción de un modelo de gestión turística basado en la gobernanza colaborativa, la innovación, la sostenibilidad, la accesibilidad y la tecnología, con el fin de posicionar a La Línea de la Concepción como un destino competitivo, resiliente y adaptado a las nuevas demandas del mercado turístico.

Por lo tanto, la formulación de las líneas y ejes estratégicos responde a la necesidad de articular una hoja de ruta coherente con los planteamientos actuales en materia de inteligencia turística, sostenibilidad y competitividad, integrando la diversidad y riqueza del municipio, la singularidad de sus recursos naturales y culturales, y el potencial de La Línea de la Concepción como nodo estratégico entre continentes y mares. Se persigue, a través de esta estrategia, revalorizar el sector turístico en su conjunto, impactando positivamente en la economía, el empleo y la calidad de vida de la población local, y consolidando a La Línea de la Concepción como un referente en la gestión inteligente y sostenible del turismo.

Este enfoque estratégico permitirá afianzar la línea de trabajo iniciada en el municipio, orientada a garantizar un nivel de calidad homogénea en toda la experiencia turística, destacando atributos como la excelencia, la hospitalidad, la versatilidad, la innovación y la sostenibilidad como señas de identidad del destino. Así, las líneas y ejes estratégicos definidos en este apartado constituyen el marco de referencia para la acción coordinada de todos los agentes implicados, así como la base para la consolidación de La Línea de la Concepción como un destino turístico inteligente, competitivo y sostenible en el horizonte 2026-2030.

Dentro de esta contextualización de partida, se han contemplado los siguientes instrumentos básicos de referencia:



ESTRATEGIA EUROPEA 2030 “AGENDA 2030” - CUMPLIMIENTO DE LOS ODS

La Unión Europea ha renovado su compromiso con el desarrollo sostenible, estableciendo un nuevo marco estratégico marcado por la Agenda 2030, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París. Estos instrumentos internacionales se traducen en seis grandes ambiciones para la Comisión Europea, siendo el Green Deal o Pacto Verde Europeo una de las iniciativas más relevantes.

Este contexto europeo resulta de suma importancia para la contextualización estratégica del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción, ya que permite asegurar la coherencia del plan con las políticas y objetivos de la UE en materia de sostenibilidad, contribuyendo así a un desarrollo turístico más responsable y sostenible.

El turismo presenta la capacidad de contribuir, tanto de forma directa como indirecta, a la consecución de la totalidad de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De manera específica, se ha integrado, entre otras, en diversas metas de estos objetivos, como, por ejemplo, 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 12 (Producción y consumo responsables) y 14 (Vida submarina), que abordan aspectos cruciales como el crecimiento económico inclusivo y sostenible, los patrones de consumo y producción responsables, y la conservación y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.



Si bien el turismo sostenible ocupa una posición consolidada en la Agenda 2030, su plena implementación exige el establecimiento de un marco de aplicación claro y efectivo, la asignación de una financiación adecuada que garantice su viabilidad y la inversión estratégica en tecnología, infraestructuras sostenibles y la capacitación de recursos humanos.

Esta necesidad de un marco sólido resulta crucial para la contextualización estratégica del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción, que debe alinearse con estos principios para maximizar su contribución al desarrollo sostenible.

ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE DE ESPAÑA 2030

La Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, que se enmarca en el Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico, se centra en la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible. Esta transformación busca consolidar y mantener la posición de liderazgo mundial de España en el sector turístico, apoyándose en tres pilares fundamentales: la mejora de la capacidad competitiva y la rentabilidad de la industria turística, la puesta en valor de los recursos naturales y culturales que caracterizan a los destinos, y una distribución equitativa de los beneficios y las cargas derivadas de la actividad turística. Se trata de un modelo de crecimiento turístico para los próximos años basado en los siguientes principios:

- Crecimiento socio económico, para lo que se deberá trabajar en favor de la competitividad y rentabilidad del sector, apostando por la calidad y acelerando el proceso de transformación digital.
- Preservación de los valores naturales y culturales, partiendo de la base que la conservación de nuestro extenso patrimonio cultural y natural es un objetivo prioritario.
- Beneficio social, para conseguir un reparto de los beneficios del sector, y afrontar retos como la despoblación del medio rural en España.
- Participación y gobernanza, vertebrando mecanismos de gobernanza participativa entre el Estado y las Administraciones competentes a todos los niveles.
- Adaptación permanente, dado que no se trata sólo de buscar la calidad y la mejora, sino también de posibilitar que el sector tenga capacidad de respuesta frente al nuevo entorno de cambios constantes.
- Liderazgo, que persigue consolidar el papel de España como líder mundial en el sector.

La contextualización del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción busca asegurar la coherencia e integración del turismo linense con estos principios y objetivos nacionales.



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS

La Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos se articula en torno a dos objetivos generales:

En primer lugar, se propone impulsar la transformación de los destinos turísticos españoles, independientemente de su tamaño y perfil de demanda, hacia la configuración de hubs o polos de innovación turística.

En segundo lugar, la estrategia busca lograr una mayor cohesión territorial mediante el establecimiento de conexiones entre la oferta y los destinos de un mismo territorio, y también entre destinos pertenecientes a diferentes regiones.

En este sentido, se establecen 4 resultados esperados:

- Mejorar los destinos turísticos gracias a la inversión en actuaciones claves para el aumento de su competitividad que permitan ejercer un efecto tractor sobre la demanda turística y un efecto dinamizador del sector turístico privado.
- Incorporar de manera efectiva la sostenibilidad y la digitalización en la gestión de los recursos, infraestructuras y productos turísticos de los destinos.
- Diversificar la oferta de destinos turísticos para contribuir a generar oportunidades de empleo y actividad, redistribuir la renta turística y favorecer la cohesión territorial y la desconcentración de la demanda, en particular en las zonas rurales, así como propiciar la desestacionalización.
- Mejorar el capital natural del sistema turístico, garantizando su perennidad mediante la reducción de las emisiones, la mejora de la gestión de desechos y aguas, la protección, restauración y aprovechamiento turístico de los ecosistemas, la renaturalización de los mismos y la introducción de actuaciones de prevención o mitigación de los efectos del cambio climático.

Esta estrategia proporciona un marco esencial para la contextualización del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción, que debe integrar estos principios para un desarrollo sostenible del turismo en el municipio.



RED DTI DE SEGITTUR

El programa Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) y gestionado por la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), representa una iniciativa estratégica para la transformación digital de los destinos turísticos en España.



A través de un enfoque de gestión integral que abarca cinco ejes fundamentales, gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, el programa DTI persigue fortalecer la competitividad de los destinos turísticos españoles y, al mismo tiempo, mejorar la calidad de vida de sus residentes, creando un entorno más próspero y sostenible.

Ejes y ámbitos de diagnóstico para el modelo DTI

	GOBERNANZA	<ul style="list-style-type: none"> >> Visión estratégica e implementación >> Eficiencia en la gestión >> Responsabilidad y control >> Transparencia y participación
	INNOVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> >> Gestión / Gobernanza innovadora >> Actividades de innovación >> Ecosistema de innovación
	TECNOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> >> Tecnologías aplicadas a la Gobernanza >> Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad >> Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo
	SOSTENIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> >> Gestión de la sostenibilidad turística >> Conservación, mejora y recuperación del patrimonio >> Desarrollo socioeconómico y economía circular >> Conservación y mejora del medioambiente
	ACCESIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> >> Gestión de la accesibilidad en el Destino >> Implantación de la accesibilidad en el DTI

Para lograr estos objetivos, el programa promueve la adopción de un modelo de gestión adaptado a las características y necesidades específicas de cada destino, basado en un diagnóstico preciso de la situación actual, la formulación de recomendaciones personalizadas y el desarrollo de un plan de acción a medida. Un sistema de monitoreo constante y la evaluación continua del desempeño aseguran la mejora continua de la gestión, permitiendo una respuesta eficaz y ágil a los desafíos y oportunidades que presenta el dinámico sector turístico.

Esta visión integral del turismo, promovida por el programa DTI, resulta clave para el desarrollo del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción, que debe integrar los principios del programa DTI para un desarrollo turístico competitivo e inteligente.

PLAN GENERAL DEL TURISMO SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA META 2027

El Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027 se establece como la hoja de ruta estratégica que guiará el desarrollo del turismo en la región durante los próximos años. Con una visión a largo plazo, este instrumento estratégico persigue la optimización integral de la gestión de los recursos turísticos andaluces, promoviendo un modelo de desarrollo genuinamente sostenible que combine de forma equilibrada y efectiva tres elementos fundamentales: el crecimiento económico que impulse la prosperidad del sector, la equidad social que garantice una distribución justa de los beneficios y el respeto al medio ambiente que asegure la conservación del patrimonio natural.



De esta manera, Andalucía aspira a consolidarse como un destino turístico de referencia a nivel nacional e internacional, fundamentado en pilares sólidos como la calidad de la oferta, la innovación constante y la autenticidad de sus experiencias.

Se basa en 7 elementos clave, denominados ideas fuerza:

1. Hacia un nuevo modelo de gestión.
2. Apuesta por la sostenibilidad y la cohesión territorial como ejes claves para mejorar la competitividad del destino.
3. Desarrollo del conocimiento: formación y empleo.
4. Innovación y tecnología en el turismo.
5. Marketing turístico.
6. Gestión de la estacionalidad: abierto 365 días al año.
7. Plan Post COVID-19.

Este plan marco andaluz proporciona un contexto esencial para el desarrollo de iniciativas específicas dentro de Andalucía, como es el Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción.

ESTRATEGIA DE TERRITORIO INTELIGENTE DE LA PROVINCIA DE CÁDIZ

La Estrategia de Territorio Inteligente en la provincia de Cádiz sitúa a las personas en el centro de su planteamiento, considerando tanto los retos y oportunidades que afrontan los residentes como las expectativas de quienes visitan la región. Con esta perspectiva, se pretende que todas las acciones impulsadas por la diputación y los ayuntamientos en los próximos años proporcionen respuestas eficaces, eficientes y de calidad a las demandas concretas de la ciudadanía.

Para definir el enfoque estratégico y la correcta formulación de líneas de acción, metas y actuaciones de la Estrategia de Territorio Inteligente, es fundamental partir de un análisis de los principales desafíos que enfrenta la provincia hoy en día. Por ello, se identifican las necesidades actuales en torno a cuatro ejes fundamentales que sirven como marco de referencia para orientar las intervenciones:

- Sociedad.
- Era digital.
- Sostenibilidad del medio.
- Economía.

La Estrategia de Territorio Inteligente provincia de Cádiz se posiciona ante esos retos y necesidades como un instrumento transversal al desarrollo provincial sobre las bases del paradigma smart: tecnología, innovación y sostenibilidad. En base a ello, establece las siguientes Líneas de Actuación Estratégica:

- LAE 1: Empleado público capaz.
- LAE 2: Transformación Digital.
- LAE 3: Hacia una Administración Local más confiable.
- LAE 4: Impulso de la colaboración necesaria entre la Diputación y los Ayuntamientos.
- LAE 5: Con tod@s.
- LAE 6: Activa Cádiz.
- LAE 7: Vive Cádiz.
- LAE 8: Movilidad conectada y sostenible.
- LAE 9: Cádiz eficiente y sostenible.



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE DEL CAMPO DE GIBRALTAR

Debido a su importancia social, ambiental y económica, la comarca ha desarrollado su Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD), con el objetivo de implantar un nuevo modelo de desarrollo turístico en el campo de Gibraltar, a través de la sostenibilidad y la calidad.

El PSTD del Campo de Gibraltar constituye una iniciativa estratégica impulsada por la Mancomunidad de Municipios de la comarca, en colaboración con el Ministerio de Industria y Turismo y la Junta de Andalucía. Este plan se enmarca dentro del programa nacional de sostenibilidad turística, financiado con fondos europeos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – NextGenerationEU, y tiene como objetivo principal transformar el Campo de Gibraltar en un destino turístico inteligente, competitivo y sostenible.

El PSTD del Campo de Gibraltar contempla un total de 21 actuaciones estructuradas, enmarcadas dentro de los cuatro ejes programáticos que contempla la propia Estrategia de Sostenibilidad Turística en destinos de TURESPAÑA:

- **Eje 1. Transición verde y sostenible**, con actuaciones orientadas a la protección de ecosistemas naturales como los sistemas dunares de Bolonia y Los Lances, o la instalación de miradores para la educación ambiental en espacios como el Parque Natural de Los Alcornocales.
- **Eje 2. Mejora de la eficiencia energética**, mediante la eficiencia energética o el cálculo de la huella de carbono.
- **Eje 3. Transición digital**, que incluye implantación de herramientas de Bid Data o promoción digital.
- **Eje 4. Competitividad**, con el impulso de productos turísticos o la mejora de la competitividad del destino.

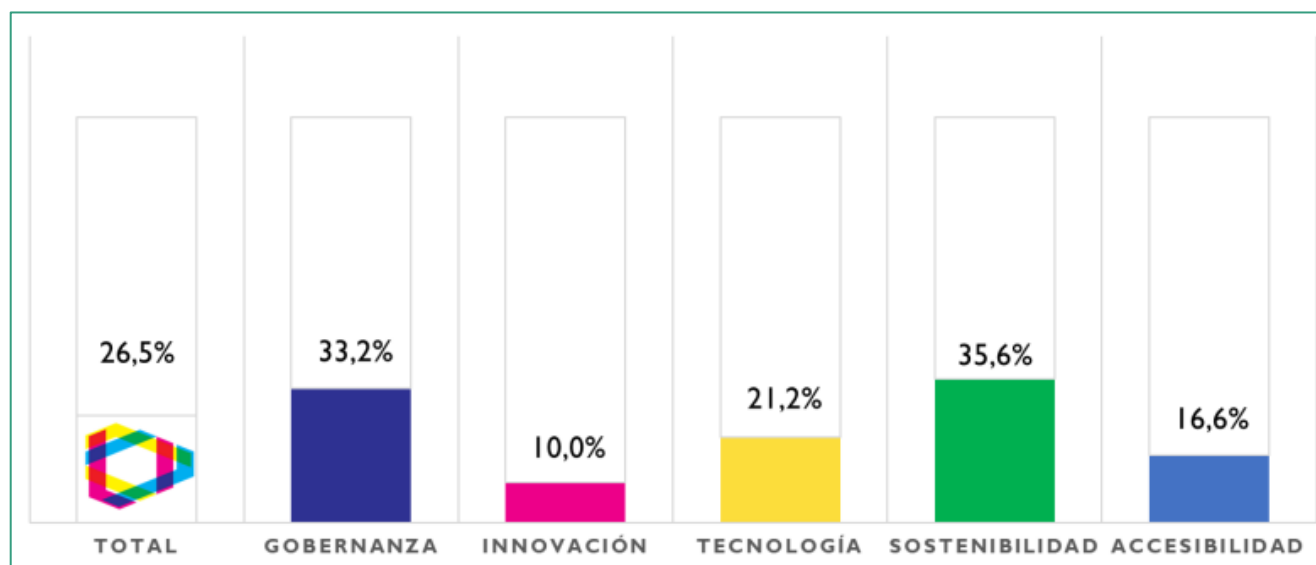


INFORME DIAGNÓSTICO Y PLAN DE ACCIÓN DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE CAMPO DE GIBRALTAR

La Comarca Campo de Gibraltar renovó en 2024 el distintivo Destino Turístico Inteligente (DTI) Adherido obtenido en 2021. Este proceso de renovación ha venido acompañado de la elaboración, por parte de SEGITTUR, de un nuevo Informe Diagnóstico y un Plan de Acción DTI para el periodo 2024-2026, ambos desarrollados bajo la metodología actualizada de Destino Turístico Inteligente, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo de España. Así, el Campo de Gibraltar reafirma su apuesta por el modelo DTI, disponiendo desde 2021 de un diagnóstico de situación y un plan de acción que ahora han sido revisados y adaptados conforme a la nueva metodología, consolidando el compromiso de la comarca con el modelo DTI.

El diagnóstico permite conocer, a través de una batería de requisitos e indicadores, el punto de partida en este proceso. En base a los resultados obtenidos, se realizan las recomendaciones necesarias para alcanzar la distinción DTI y éstas se vuelcan en un plan de acción que se convertirá en la hoja de ruta del destino.

El grado de cumplimiento medio del total de requisitos viene determinado por el resultado obtenido por cada uno de los ejes de actuación. El Campo de Gibraltar ha registrado un grado de cumplimiento del 26,5% de los requisitos de la metodología DTI.



AGENDA URBANA CAMPO DE GIBRALTAR 2030

La Agenda Urbana Campo de Gibraltar 2030 define la hoja de ruta de la comarca hacia el 2030, considerándola en su conjunto, un territorio unido por fuertes lazos entre sus municipios, donde cada uno de ellos tiene un papel fundamental. Significa contar con un plan estratégico para la comarca del campo de Gibraltar, tratándola como lo que es, un territorio cohesionado, unido por fuertes raíces que generan grandes sinergias entre sus municipios, con una cultura propia que le convierte en una comarca única en el mundo.

Dentro de este contexto, la Agenda Urbana Campo de Gibraltar 2030 se alinea con los 10 objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española (AUE) y la Agenda Urbana para la Unión Europea, que a su vez se integran en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, buscando un desarrollo turístico sostenible e integral.

En este sentido, la Agenda Urbana Campo de Gibraltar 2030 marca los siguientes objetivos:

1. Mejora de la calidad de vida de los Campogibraltareses impulsando al Territorio en su conjunto.
2. Impulso del Empleo y al desarrollo económico del Campo de Gibraltar.
3. Cuidado e Impulso al patrimonio natural y cultural del Campo de Gibraltar.
4. Acceso equitativo a servicios para todos los Campogibraltareses.
5. Contar con una hoja de Ruta consensuada que marque el futuro que queremos para el Campo de Gibraltar.

De este modo, plantea 5 grandes Ejes de Actuación:

1. Eje Económico.
2. Eje Medioambiental.
3. Eje Territorial.
4. Eje Social.
5. Eje de Gobernanza.



A nivel municipal, se hace necesario resaltar los siguientes instrumentos de referencia en el destino:

Agenda Urbana La Línea 2030

La Agenda Urbana La Línea 2030 es una estrategia local que se alinea con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y con la Agenda Urbana Española. Su propósito es establecer un marco de actuación para transformar La Línea de la Concepción en una ciudad más sostenible, inclusiva, resiliente e innovadora, mediante la planificación integrada de políticas urbanas.

Este plan se articula como una hoja de ruta estratégica, que define líneas de acción concretas para afrontar los principales retos urbanos del municipio. La Agenda se ha elaborado con un enfoque participativo, incorporando la visión de agentes sociales, técnicos municipales, ciudadanía y representantes institucionales.



La estrategia se estructura en 4 Dimensiones clave y 10 Objetivos Estratégicos:

- **Dimensión Territorial:**
 - Objetivo Estratégico 1: Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo.
 - Objetivo Estratégico 2: Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente.
 - Objetivo Estratégico 8: Garantizar el acceso a la vivienda.
- **Dimensión Medioambiental:**
 - Objetivo Estratégico 3: Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia.
 - Objetivo Estratégico 4: Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular.
 - Objetivo Estratégico 5: Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible.
- **Dimensión Económica:**
 - Objetivo Estratégico 7: Impulsar y favorecer la economía urbana.
 - Objetivo Estratégico 9: Liderar y fomentar la innovación digital.
- **Dimensión Social:**
 - Objetivo Estratégico 6: Fomentar la cohesión social y buscar la equidad.
 - Objetivo Estratégico 10: Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza.

Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) de La Línea

El Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) de La Línea de la Concepción constituye una herramienta estratégica para la transformación del modelo de movilidad en el municipio. Su objetivo principal es promover un sistema de desplazamientos más eficiente, seguro, accesible y respetuoso con el medio ambiente, en línea con los principios de sostenibilidad urbana.

Este plan, de carácter transversal, permite coordinar múltiples medidas centradas en la movilidad personal, integrándolas en un marco normativo y estratégico común. Inicialmente aprobado en 2016, ha sido objeto de revisión y actualización para adaptarse a los cambios en el reparto modal, el uso del transporte público, la movilidad peatonal y ciclista, y la evolución de las infraestructuras urbanas.

Los objetivos marcados en esta estrategia son:

- **Redistribuir y organizar el viario urbano de forma más justa:** Reordenando el tráfico, de modo que el centro o las calles interiores dejen de ser itinerarios de paso.
- **Propiciar una política activa de estacionamiento:** Reorganizando el estacionamiento en vía pública, dando preferencia a residentes.
- **Equilibrar el espacio de la calle:** En favor de otros usuarios, facilitando unos itinerarios seguros y libres de obstáculos para peatones, bicicletas y patinetes.
- **Recuperar y mejorar la calidad urbana de la ciudad:** Recuperando y humanizando los espacios públicos urbanos y las pequeñas áreas centrales de cada barrio.

Para ello, se han redactado algunos pilares básicos como:

- Adecuación integral de intersecciones, para mejorar la seguridad vial y la fluidez del tráfico.
- Implantación de Zonas de Bajas Emisiones, con el fin de reducir la contaminación atmosférica y acústica.
- Rehabilitación de espacios urbanos clave, como las plazas de El Arenal y La Velada, favoreciendo su uso social y la movilidad activa.
- Reequilibrio del espacio público, priorizando al peatón y al transporte público frente al vehículo privado.
- Reducción de la velocidad de circulación a 30 km/h en todo el municipio, como medida de calmado de tráfico y mejora de la habitabilidad urbana.

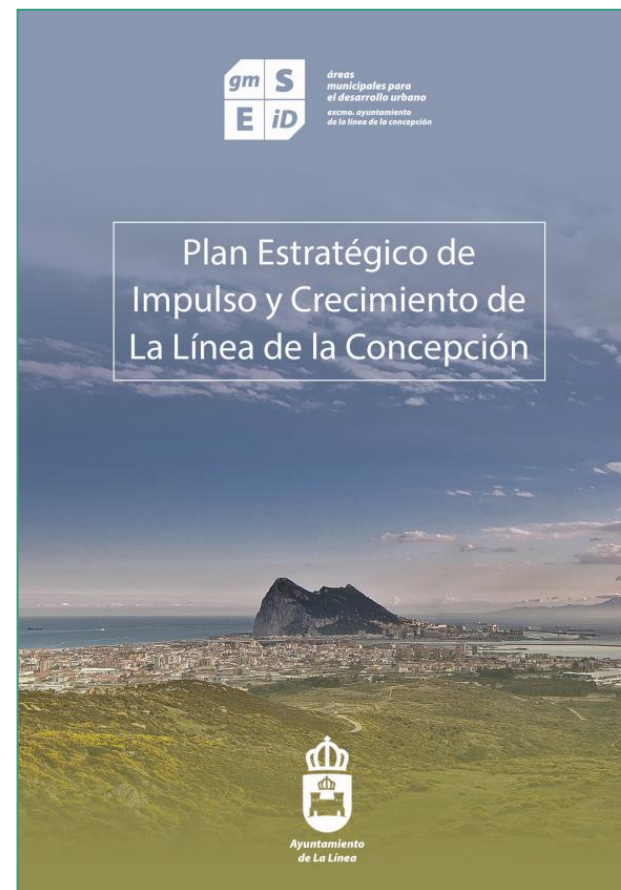
Plan Estratégico de Impulso y Crecimiento de La Línea de la Concepción

El Plan Estratégico de Impulso y Crecimiento de La Línea de la Concepción es una iniciativa municipal que tiene como objetivo definir una hoja de ruta para el desarrollo integral del municipio, atendiendo a sus singularidades geográficas, sociales y económicas, especialmente en el contexto posterior al referéndum del Brexit.

La estrategia contempla un conjunto de Medidas Especiales de Impulso y Crecimiento, agrupadas en cuatro bloques:

- **Medidas Económicas y Fiscales:** Incluyen propuestas para la mejora del régimen fiscal local, el fomento de la inversión empresarial, la atracción de nuevas actividades económicas y la creación de incentivos para la implantación de empresas tecnológicas.
- **Medidas en Educación y Fomento de Empleo:** Se orientan a la mejora de la oferta formativa, el refuerzo de la educación pública, la creación de programas de capacitación profesional y el impulso de planes de empleo adaptados a las necesidades del territorio.
- **Medidas en Urbanismo, Infraestructuras y Vivienda:** Recogen actuaciones para la modernización del planeamiento urbano, la mejora de las infraestructuras hidráulicas y de transporte, y el desarrollo de políticas de vivienda que respondan a la demanda social y económica.
- **Medidas en Turismo, Deporte, Medio Ambiente, Sanidad y Servicios Sociales:** Se centran en la diversificación de la oferta turística, el fortalecimiento del deporte base, la protección del entorno natural, la mejora de la atención sanitaria y el refuerzo de los servicios sociales municipales.

En 2025 se ha iniciado el proceso de actualización del Plan Estratégico de Impulso y Crecimiento de La Línea de la Concepción, con el objetivo de incorporar nuevas aportaciones ciudadanas y adaptar la estrategia a los desafíos actuales, especialmente los derivados del Brexit. Esta revisión se someterá a debate público y busca reforzar las demandas locales ante las administraciones competentes, en un contexto de incertidumbre que afecta directamente al municipio.



Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) La Línea

La Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) de La Línea de la Concepción es una iniciativa cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020. Su finalidad es promover un modelo de ciudad más equilibrado, inclusivo y respetuoso con el entorno, mediante la ejecución de proyectos que mejoren la calidad de vida de la ciudadanía y refuercen la cohesión social y territorial.

La EDUSI de La Línea se desarrolla con un enfoque transversal y participativo, incorporando la visión de agentes sociales, técnicos municipales y ciudadanía. Las actuaciones previstas se concentran principalmente en zonas con mayores necesidades de intervención, buscando generar un impacto positivo en el tejido urbano, económico y social.

Se orienta para la consecución de los siguientes Retos Estratégicos:

- **RE1. Fortalecer la economía local, aprovechando la posición geoestratégica del municipio**
- **RE2. Transformación digital del Ayuntamiento**
- **RE3. Un modelo urbano más sostenible**
- **RE4. Aumentar la inclusión social de áreas urbanas vulnerables**

Para afrontar los retos de ciudad y conseguir los resultados esperados, la estrategia se articula en torno a cuatro Objetivos Estratégicos:

- **O.EST.1 Fortalecer la economía local**
- **O.EST.2 Optimizar la prestación de servicios municipales**
- **O.EST.3. Sentar las bases para un modelo urbano sostenible**
- **O.EST.4 Impulsar la inclusión social y rehabilitar áreas urbanas degradadas**

Plan Local de Instalaciones y Equipamientos Deportivos La Línea de la Concepción

El Plan Local de Instalaciones y Equipamientos Deportivos de La Línea de la Concepción se enmarca dentro del Plan Director de Instalaciones y Equipamientos Deportivos de Andalucía, y responde a la necesidad de ordenar y planificar el sistema de infraestructuras deportivas del municipio, atendiendo a criterios de equilibrio territorial, calidad, accesibilidad y sostenibilidad. El plan parte de la premisa de que el deporte y la actividad física son derechos fundamentales de la ciudadanía, y su promoción contribuye a la mejora de la calidad de vida, la cohesión social y el desarrollo urbano sostenible.

Este documento, elaborado bajo la dirección y supervisión del Ayuntamiento y conforme a la normativa autonómica y estatal, analiza la situación actual de las instalaciones deportivas, los hábitos de la población y las necesidades detectadas, proponiendo una estrategia integral para el desarrollo y modernización de los equipamientos deportivos locales.

El plan adopta como objetivos principales los contemplados en el Plan Director de Instalaciones y Equipamientos Deportivos de Andalucía:

- **Cualificación del sistema deportivo municipal:** Cualificar del sistema deportivo municipal mediante estrategias de ampliación, diversificación, mejora y modernización del parque deportivo existente.
- **Generalización de la práctica deportiva:** Generalizar la práctica deportiva acercando el deporte a toda la sociedad, fomentando la movilidad sostenible, y garantizando el derecho de la ciudadanía a conocer y practicar libre y voluntariamente el deporte en condiciones de igualdad, calidad, seguridad y sin discriminación alguna.
- **Mejora de la calidad de vida y el bienestar social:** Aumentar la calidad de vida, el bienestar social y el desarrollo integral saludable de la ciudadanía, a través de la mejora de las instalaciones deportivas, del equipamiento deportivo y de su accesibilidad y movilidad y de su respeto al medio ambiente.



5.2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO INICIAL: Misión, Visión y Valores

La Línea de la Concepción, presenta una casuística turística singular dentro del Campo de Gibraltar. Con 64.000 habitantes (aproximadamente el 23% de la población comarcal) en apenas 26 km², es una ciudad densamente poblada y puerta de entrada entre Europa y África.

Históricamente concebida como plaza militar frente a Gibraltar, La Línea atesora un **patrimonio histórico-militar único vinculado a su posición fronteriza** (red de fortificaciones y búnkeres, antigua línea defensiva, plaza de toros centenaria, etc.), junto a valores naturales y culturales propios. Su litoral abarca playas urbanas (Poniente y Levante) y espacios costeros de alto valor ecológico, hoy objeto de proyectos de **renaturalización y protección de biodiversidad marina**.

A pesar de estas fortalezas, la cercanía de destinos muy consolidados como la Costa del Sol o la Costa de la Luz, y la tradicional imagen industrial/portuaria de la zona han hecho que La Línea frecuentemente se perciba como un lugar de **tránsito breve hacia Gibraltar**, quedando **su potencial turístico infravalorado**. Sin embargo, la ciudad dispone de recursos suficientes para consolidarse como un destino turístico de referencia, aprovechando su privilegiada localización, su identidad fronteriza y la diversidad de productos turísticos que puede ofrecer.

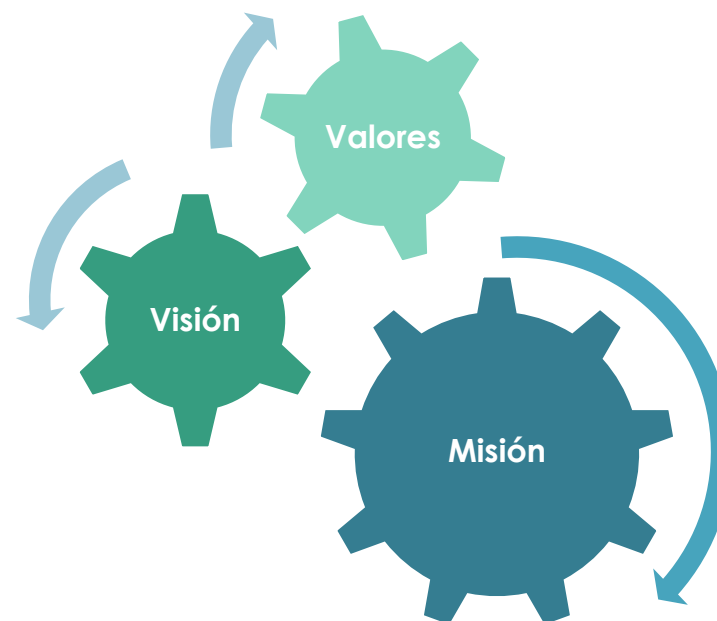
En este contexto, el **Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción** aspira a actuar como una herramienta clave para guiar la evolución del destino, promoviendo un modelo turístico más innovador, equilibrado y responsable. **El Plan se alinea con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, con las estrategias nacionales y autonómicas de turismo sostenible, y con el proceso de transformación del municipio hacia un Destino Turístico Inteligente (DTI). Esta transición implica **integrar los cinco ejes DTI (gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad)** en la gestión turística local, asegurando una evolución coherente con las nuevas demandas del visitante y con los retos contemporáneos del sector.

Este planteamiento estratégico inicial persigue poner en valor la identidad territorial de La Línea de la Concepción, articulando una propuesta turística coherente con su identidad, asociada a un municipio donde el litoral, la infraestructura portuaria y náutica y la tradición marinera y gastronómica, conviven en equilibrio, constituyendo un pilar fundamental para garantizar la sostenibilidad del destino y el bienestar de la población residente.

El Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción está diseñado para abordar los desafíos identificados y aprovechar las oportunidades presentes en el contexto actual. Estos retos, previamente señalados, se enfocan en la importancia de valorar y destacar las diferentes potencialidades del municipio, parcialmente opacadas por destinos de sol y playa más consolidados o por la percepción predominante de ser una zona de tránsito. Sin embargo, el diagnóstico realizado refleja que el municipio cuenta con recursos suficientes para posicionarse como un destino turístico relevante, capaz de aprovechar su ubicación privilegiada y superar la visión limitada asociada al turismo de paso o estancias breves.

En este contexto, el Plan Estratégico de Turismo 2026-2030 de La Línea orienta su visión, misión y objetivos a explotar estas ventajas competitivas locales, superando los retos identificados.

A continuación, se presentan la Misión, Visión y Valores del plan estratégico municipal, seguidos de los objetivos generales alineados con un Plan de Acción específico dividido en cinco ejes estratégicos, que recogen las prioridades y acciones concretas para La Línea de la Concepción.



MISIÓN



Impulsar la competitividad turística de La Línea de la Concepción mediante un modelo de desarrollo sostenible que aproveche su ubicación estratégica junto a Gibraltar, su frontera viva, su litoral único y su identidad cultural diversa, fomentando la colaboración entre instituciones, empresas y ciudadanía. Una visión que apuesta por la innovación, el conocimiento y la creación de valor para transformar la experiencia del visitante y, al mismo tiempo, elevar la calidad de vida de los linenses.

Esta visión refleja el compromiso de convertir La Línea en un destino dinámico, seguro y atractivo, donde el turismo actúe como motor de progreso socioeconómico y garantizando que los beneficios del sector se integren de forma real en la vida de los residentes, los barrios y los agentes económicos del municipio.

VISIÓN



La Línea se plantea convertirse en un polo turístico destacado dentro del Campo de Gibraltar, un municipio cohesionado que impulsa el desarrollo social, económico y ambiental de su entorno. Aspira a consolidarse como una ciudad donde el turismo evoluciona de manera dinámica, apoyado en su condición fronteriza, su costa excepcional, la energía de su vida urbana y una identidad plural que la distingue.

El municipio quiere superar la percepción de lugar de tránsito para afirmarse como un destino que invita a quedarse, que transforma y genera vivencias significativas para quienes lo visitan, al tiempo que mejora la calidad de vida de quienes lo habitan. Su propósito es integrar su carácter abierto, creativo y diverso en una propuesta turística sólida, variada y de calidad, capaz de fortalecer el orgullo de la ciudadanía y posicionar a La Línea como un referente regional de turismo sostenible, genuino y con personalidad propia.

VALORES

- ✓ **Gobernanza abierta y profesional:** La Línea asume una gobernanza turística basada en la coordinación real entre áreas municipales y en la participación del sector, consolidando estructuras como la Comisión Técnica Interdepartamental, la Mesa de Turismo y Comercio y el Panel Turístico del Destino.
- ✓ **Sostenibilidad que transforma el territorio:** La sostenibilidad se convierte en el eje que guía la regeneración urbana, la protección del litoral y la recuperación del patrimonio natural y cultural. Desde la renaturalización de espacios costeros hasta la rehabilitación de bunkers, la mejora del Parque Princesa Sofía o la conservación de la biodiversidad marina, La Línea apuesta por un turismo que deja el territorio mejor de lo que lo encuentra, integrando campañas de sensibilización y actuaciones que fortalecen la resiliencia ambiental del municipio.
- ✓ **Identidad y patrimonio como motor de diferenciación:** La Línea reivindica su historia, su multiculturalidad y su patrimonio fortificado como elementos únicos que la distinguen en el panorama turístico.
- ✓ **Prosperidad local y oportunidades para la ciudadanía:** El turismo se concibe como un motor económico que debe generar empleo, atraer inversión y fortalecer el tejido empresarial linense. La formación del sector, el impulso al comercio local, el desarrollo de productos turísticos competitivos y la captación de eventos náuticos y congresos permiten que la riqueza generada por el turismo se distribuya de forma equitativa y contribuya a fijar población joven y cualificada en el municipio.
- ✓ **Bienestar y calidad de vida como criterio de éxito:** La Línea entiende que un destino solo prospera cuando su ciudadanía disfruta de espacios más cuidados, servicios más eficientes y un entorno urbano más amable y accesible.
- ✓ **Accesibilidad universal como principio irrenunciable:** Este valor garantiza que cualquier persona, independientemente de sus capacidades, pueda recorrer, comprender y disfrutar el destino sin barreras, convirtiendo la inclusión en un sello distintivo del municipio.
- ✓ **Innovación y digitalización para un destino inteligente:** La innovación se convierte en una palanca para mejorar la gestión, enriquecer la experiencia del visitante y posicionar a La Línea como un destino moderno, conectado y competitivo.
- ✓ **Visión de futuro y resiliencia:** El destino se construye con una mirada de largo plazo, donde cada actuación, desde la recuperación del patrimonio hasta la digitalización

5.3. OBJETIVOS GENERALES: Líneas Transversales del Plan

El **Marco Estratégico** de la Mancomunidad del Campo de Gibraltar establece que la finalidad última en materia de turismo es **impulsar el crecimiento socioeconómico del territorio mediante el aprovechamiento del potencial turístico**, lo que implica poner en valor los recursos naturales y culturales, incrementar la demanda y la calidad de la oferta, coordinar a los agentes implicados, reforzar la imagen del destino y promover un modelo sostenible y accesible.

En coherencia con este marco, el Plan Estratégico de Turismo de La Línea de la Concepción integra 3 principios transversales que orienten todas las actuaciones hacia un desarrollo turístico capaz de fortalecer la economía local, mejorar la competitividad del destino y garantizar prácticas inclusivas y responsables. La incorporación de estos principios permite articular de forma coherente los distintos ejes estratégicos del plan y asegurar que cada proyecto contribuya al posicionamiento de La Línea dentro de una estrategia territorial compartida.

Estas líneas actúan como ejes horizontales que deben guiar el conjunto de iniciativas del plan, independientemente del ámbito específico al que pertenezcan. Las tres líneas transversales y los objetivos generales clave son:

Dichas **tres líneas transversales y objetivos generales clave** son:





- **COHESIÓN TERRITORIAL:** Garantizar una gestión turística equilibrada que atienda las necesidades específicas del municipio y de sus distintos barrios o zonas, integrando en la planificación la diversidad de espacios (costa e interior urbano) y reforzando la colaboración con municipios vecinos. En La Línea esto implica coordinar esfuerzos entre el centro urbano y áreas periféricas, y entre la ciudad y el Campo de Gibraltar, de modo que el desarrollo turístico sea **integral e inclusivo en todo el territorio local**



- **DESARROLLO LOCAL:** Dinamizar la economía linense a través del turismo, **incentivando el emprendimiento y la generación de empleo de calidad**, más allá de los sectores tradicionales. Se fomentará la creación de PYMEs turísticas locales, la formación profesional en hostelería y turismo, y la incorporación de la comunidad local en la cadena de valor (productos locales, artesanía, comercio). El objetivo es que el turismo actúe como **palanca de desarrollo equilibrado**, reduciendo la estacionalidad y beneficiando a todas las capas sociales.



- **POSICIONAMIENTO:** Construir una oferta turística competitiva y diferenciada para La Línea, capaz de adaptarse a las demandas cambiantes de los viajeros y de destacar frente a destinos competidores. Esto requiere innovación constante en productos y experiencias, marketing eficaz que comunique la identidad única fronteriza de La Línea, y mejora continua de las capacidades locales para ofrecer servicios de excelencia. En esencia, se busca poner en valor la identidad linense y sus recursos singulares (historia, cultura, naturaleza) como ventaja competitiva, proyectando una imagen de calidad y singularidad que atraiga a más visitantes y prolongue su estancia.

5.4. EJES ESTRATÉGICOS

El Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción está alineado con la estrategia turística comarcal del Campo de Gibraltar, adaptando sus ejes estratégicos y garantizando la coherencia entre las políticas municipales y supramunicipales. De este modo, el municipio incorpora en su planificación turística los principales desafíos y oportunidades detectados para el Campo de Gibraltar, contribuyendo activamente al desarrollo sostenible de la región.

Bajo este planteamiento transversal, y en **coherencia con el modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI)** al que el Campo de Gibraltar se encuentra adherido (distintivo DTI Adherido renovado en 2024), se han definido **cinco grandes ejes estratégicos** que sustentan la planificación turística comarcal para 2026-2030. Estos ejes abarcan de manera integral los ámbitos críticos de la estrategia: **gobernanza y gestión colaborativa, sostenibilidad medioambiental y territorial, competitividad económica y calidad en destino, transición digital e inteligencia turística, y promoción y comercialización de la oferta**. De este modo, la hoja de ruta resultante **integra plenamente los cinco ámbitos clave del modelo DTI (gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad)**, a la vez que **se alinea con los objetivos de la Agenda 2030** y las directrices de turismo sostenible a nivel nacional y autonómico (Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, Estrategia Andaluza de Desarrollo Sostenible 2030, etc.).



EJE 1 GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA

Este eje comprende las iniciativas dirigidas a mejorar la gestión turística local de forma coordinada, participativa y orientada a la calidad. En La Línea se busca fortalecer la gobernanza turística mediante nuevos órganos de coordinación interdepartamental y fórmulas de participación público-privada que involucren a todos los actores (áreas municipales, sector hostelero-comercial, asociaciones profesionales, comunidad). Paralelamente, se incorporará la excelencia como principio rector en la prestación de servicios turísticos, impulsando la obtención de certificaciones de calidad y la accesibilidad universal en infraestructuras y atención al visitante. En definitiva, el Eje 1 sienta las bases de un **modelo de gestión turística moderno, transversal y orientado a la mejora continua en La Línea.**

EJE 2. SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES

El Eje 2 agrupa las metas orientadas a asegurar un **desarrollo turístico equilibrado y respetuoso con el entorno local.** Para La Línea, este eje es crítico dado su valioso frente costero y urbano. Se incluyen actuaciones de **embellecimiento urbano sostenible** (mejoras paisajísticas en calles, plazas, fachadas), **recuperación patrimonial y natural** (rehabilitar recursos históricos abandonados, revalorizar espacios verdes y litorales) y gestión responsable de servicios. Un componente esencial es la adaptación al cambio climático y la mitigación de impactos ambientales: protección del litoral, eficiencia energética en equipamientos turísticos, control de residuos y conservación de ecosistemas costeros. Asimismo, se **mejorará la accesibilidad de las infraestructuras turísticas** (playas inclusivas, senderos adaptados) para una sostenibilidad social. En síntesis, el Eje 2 busca que La Línea evolucione como un **destino limpio, cuidado y resiliente, donde la actividad turística contribuya a mejorar tanto el entorno urbano como los espacios naturales costeros.**

EJE 3. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

Este eje estratégico se enfoca en **fortalecer la competitividad turística de La Línea mediante la optimización de sus recursos humanos, productivos y empresariales.** Dada la necesidad de diversificar la economía local más allá de Gibraltar, La Línea apuesta por desarrollar productos y experiencias turísticas diferenciadas, apoyando al tejido empresarial y emprendedor para que innoven en nuevas ofertas (culturales, náuticas, de eventos). El eje incluye integrar a La Línea en redes y circuitos turísticos de mayor escala (por ejemplo, la Ruta Europea de Fortalezas Forte Cultura, el Camino de Santiago, Vía Serrana, etc.) , todo ello con la finalidad de obtener proyección internacional. En resumen, el Eje 3 busca **crear un entorno propicio para la innovación y la excelencia empresarial en el sector turístico linense, incrementando la productividad y rentabilidad del destino y su capacidad de destacar en mercados especializados.**

EJE 4. TRANSICIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DEL DESTINO

El eje 4 reúne los objetivos orientados a la **transformación tecnológica y digital de La Línea como destino, tanto en la gestión interna como en la interacción con el turista**. Esto implica la adopción de herramientas para la mejora de la inteligencia turística, que permitan al Ayuntamiento tomar decisiones informadas. Asimismo, se prioriza la digitalización de la oferta, haciéndola más interactiva y personalizada. A la vez, se mejorará la conectividad y la infraestructura tecnológica del destino. En resumen, el Eje 4 busca que La Línea se convierta plenamente en un Destino Turístico Inteligente, aprovechando la innovación digital para ser más eficiente en la gestión, más atractiva para el turista actual y más sostenible e inclusiva a largo plazo.

EJE 5. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO

El quinto eje se centra en **impulsar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística**. Se intensificarán las acciones de promoción multicanal: campañas en medios tradicionales en el Campo de Gibraltar (para atraer visitantes de proximidad), y presencia en medios regionales/nacionales destacando la sostenibilidad del destino. Asimismo, se organizarán eventos promocionales para que prescriptores conozcan in situ los atractivos linenses. Se renovará y ampliará el material promocional (guías, folletos, mapas turísticos) incorporando la nueva narrativa del destino. También se reforzará la asistencia a ferias, congresos y misiones comerciales de turismo, asegurando la participación de La Línea en los circuitos profesionales. Finalmente, se diseñará merchandising atractivo para difundir la marca local. En conjunto, el Eje 5 busca posicionar a La Línea en el mapa turístico con una imagen renovada de calidad y sostenibilidad, incrementar su notoriedad e impulsar la contratación de su oferta a través de todos los canales disponibles.



Dentro de estos 5 grandes ejes estratégicos se establecen los siguientes objetivos específicos:

Ejes Estratégicos	Objetivos Generales y Específicos
<p>Eje 1. Gobernanza y Excelencia Turística</p>	<p>OE1. Impulsar un modelo de gobernanza turística inteligente, participativa y orientado a la calidad, que permita a La Línea consolidarse como un destino competitivo y alineado con los estándares DTI.</p> <p>O1. Optimizar la gestión turística municipal siguiendo los criterios DTI. O2. Reforzar la coordinación interdepartamental y la participación del sector productivo local (ALAHO, APYMELL, comercio, náutica, cultura) a través de la Comisión Técnica Interdepartamental y la Mesa de Turismo y Comercio. O3. Integrar principios de sostenibilidad y accesibilidad en el marco de gobernanza local. O4. Elevar la calidad y la sostenibilidad del turismo municipal mediante la implementación de distintivos de excelencia.</p>
<p>Eje 2. Sostenibilidad: espacios, servicios e infraestructuras sostenibles</p>	<p>OE2 Consolidar un modelo turístico sostenible que preserve el patrimonio natural y cultural de La Línea, mejore la calidad de sus espacios turísticos, impulse la movilidad segura y sostenible, y garantice accesibilidad, seguridad y resiliencia.</p> <p>O5. Mejorar, embellecer y poner en valor los espacios turísticos urbanos y naturales, con actuaciones como el Plan de Embellecimiento Urbano, la revitalización del Parque Princesa Sofía y la recuperación de la Playa de Poniente. O6. Fomentar una movilidad turística sostenible y conectada. O7. Impulsar un destino inclusivo, mediante la consolidación de la Red de Playas Accesibles y la mejora de itinerarios urbanos. O8. Integrar criterios de resiliencia, eficiencia energética y conservación ambiental en la gestión turística, incluyendo la renaturalización de espacios costeros, la conservación de biodiversidad marina. O9. Proteger y rehabilitar el patrimonio histórico-militar.</p>
<p>Eje 3. Competitividad del destino</p>	<p>OE3. Impulsar la competitividad turística de La Línea mediante el fortalecimiento del tejido empresarial local y la diversificación de productos turísticos con alto valor añadido.</p> <p>O10. Reforzar el capital humano local, promoviendo formación en hostelería, turismo, digitalización y sostenibilidad (SICTED, Andalucía Lab, Anfitriones). O11. Diversificar la oferta turística, desarrollando productos competitivos que combinen cultura, mar, gastronomía y naturaleza: rutas patrimoniales y temáticas que narran su historia, eventos náuticos de primer nivel que refuerzan su identidad marítima, experiencias gastronómicas que destacan los sabores locales y actividades de observación de aves, cetáceos y cielos nocturnos que aprovechan la riqueza natural del entorno. O12. Poner en valor recursos turísticos infrautilizados, como la red de fortificaciones, integrándose en la Ruta Cultural Europea FORTE CULTURA y organizando congresos especializados.</p>
<p>Eje 4. Transición Digital e Inteligencia del Destino</p>	<p>OE4. Impulsar la digitalización turística de La Línea mediante tecnologías inteligentes que optimicen la gestión, la accesibilidad y la experiencia del visitante.</p> <p>O13. Mejora de la digitalización e inteligencia turística del destino. O14. Implantar soluciones digitales para enriquecer la experiencia del visitante y gestionar mejor el patrimonio. O15. Diseñar una estrategia de marketing digital personalizado para promoción e interpretación del destino. O16. Enriquecer la experiencia del visitante mediante maquetas inteligentes, paneles interpretativos y contenidos digitales accesibles.</p>

Ejes Estratégicos	Objetivos Generales y Específicos
<p>Eje 5. Promoción y Comercialización del Destino</p>	<p>OE5. Potenciar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística.</p> <p>O17. Incrementar la notoriedad turística del municipio mediante campañas promocionales sostenibles en medios tradicionales y digitales.</p> <p>O18. Aumentar la notoriedad del destino mediante la presencia en ferias, congresos y misiones comerciales, reforzando la imagen de La Línea como destino singular del Campo de Gibraltar.</p> <p>O19. Impulsar acciones promocionales directas como fam trips, press trips y blog trips para posicionar el destino en mercados clave.</p> <p>O20. Actualizar y diversificar el material promocional, incluyendo nuevas guías, folletos, planos y soportes digitales que reflejen la identidad turística linense.</p> <p>O21. Reforzar las relaciones públicas y la participación en eventos, consolidando la marca turística de La Línea.</p>

5.5. ALINEACIÓN ESTRATÉGICA

Con el propósito de integrar el Plan Estratégico y el Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción en los principales marcos de referencia turística, tanto autonómicos como nacionales y europeos, se presenta a continuación su correspondiente alineación estratégica. Esta integración garantiza que la hoja de ruta turística del municipio para el periodo 2026-2030 avance en plena coherencia con las directrices de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía, la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos de España y las prioridades europeas en materia de digitalización, sostenibilidad y accesibilidad. De este modo, La Línea consolida un modelo de desarrollo turístico moderno, competitivo y plenamente conectado con las políticas públicas que orientan el futuro del sector.

Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

	Gobernanza colaborativa	Crecimiento sostenible	Transformación competitiva	Espacio turístico, empresas y personas	Producto, marketing e inteligencia turística
OE1. Impulsar un modelo de gobernanza turística inteligente, participativa y orientado a la calidad, que permita a La Línea consolidarse como un destino competitivo y alineado con los estándares DTI.					
OE2. Consolidar un modelo turístico sostenible que preserve el patrimonio natural y cultural de La Línea, mejore la calidad de sus espacios turísticos, impulse la movilidad segura y sostenible, y garantice accesibilidad, seguridad y resiliencia.					
OE3. Impulsar la competitividad turística de La Línea mediante el fortalecimiento del tejido empresarial local y la diversificación de productos turísticos con alto valor añadido.					
OE4. Impulsar la digitalización turística de La Línea mediante tecnologías inteligentes que optimicen la gestión, la accesibilidad y la experiencia del visitante.					
OE5. Potenciar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística.					

**Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de
 La Línea**

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad
OE1. Impulsar un modelo de gobernanza turística inteligente, participativa y orientado a la calidad, que permita a La Línea consolidarse como un destino competitivo y alineado con los estándares DTI.					
OE2. Consolidar un modelo turístico sostenible que preserve el patrimonio natural y cultural de La Línea, mejore la calidad de sus espacios turísticos, impulse la movilidad segura y sostenible, y garantice accesibilidad, seguridad y resiliencia.					
OE3. Impulsar la competitividad turística de La Línea mediante el fortalecimiento del tejido empresarial local y la diversificación de productos turísticos con alto valor añadido.					
OE4. Impulsar la digitalización turística de La Línea mediante tecnologías inteligentes que optimicen la gestión, la accesibilidad y la experiencia del visitante.					
OE5. Potenciar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística.					

**Iniciativa de DTI SEGITTUR
 LÍNEAS ESTRATÉGICAS**

**Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de
 La Línea**

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

**PRTR: Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos
 LÍNEAS ESTRATÉGICAS**

	Transición verde y sostenible	Eficiencia energética	Transición digital	Competitividad
OE1. Impulsar un modelo de gobernanza turística inteligente, participativa y orientado a la calidad, que permita a La Línea consolidarse como un destino competitivo y alineado con los estándares DTI.				
OE2. Consolidar un modelo turístico sostenible que preserve el patrimonio natural y cultural de La Línea, mejore la calidad de sus espacios turísticos, impulse la movilidad segura y sostenible, y garantice accesibilidad, seguridad y resiliencia.				
OE3. Impulsar la competitividad turística de La Línea mediante el fortalecimiento del tejido empresarial local y la diversificación de productos turísticos con alto valor añadido.				
OE4. Impulsar la digitalización turística de La Línea mediante tecnologías inteligentes que optimicen la gestión, la accesibilidad y la experiencia del visitante.				
OE5. Potenciar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística.				

Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027
LÍNEAS ESTRATÉGICAS TRANSVERSALES

**Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de
 La Línea**
 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

	LE1. Nuevo Modelo de Gobernanza	LE2. Gestión de la sostenibilidad global	LE3. Modelo de competitividad integral	LE4. Calidad como el eje transversal	LE5. Desarrollo de estrategias desestacionalizadoras	LE6. Optimización del marketing turístico del destino
OE1. Impulsar un modelo de gobernanza turística inteligente, participativa y orientado a la calidad, que permita a La Línea consolidarse como un destino competitivo y alineado con los estándares DTI.						
OE2. Consolidar un modelo turístico sostenible que preserve el patrimonio natural y cultural de La Línea, mejore la calidad de sus espacios turísticos, impulse la movilidad segura y sostenible, y garantice accesibilidad, seguridad y resiliencia.						
OE3. Impulsar la competitividad turística de La Línea mediante el fortalecimiento del tejido empresarial local y la diversificación de productos turísticos con alto valor añadido.						
OE4. Impulsar la digitalización turística de La Línea mediante tecnologías inteligentes que optimicen la gestión, la accesibilidad y la experiencia del visitante.						
OE5. Potenciar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística.						

**Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de
 La Línea**
 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

AGENDA URBANA DEL CAMPO DE GIBRALTAR 2030
 Ejes Estratégicos

	Eje Económico	Eje Medioambiental	Eje Territorial	Eje Social	Eje de Gobernanza
OE1. Impulsar un modelo de gobernanza turística inteligente, participativa y orientado a la calidad, que permita a La Línea consolidarse como un destino competitivo y alineado con los estándares DTI.					
OE2. Consolidar un modelo turístico sostenible que preserve el patrimonio natural y cultural de La Línea, mejore la calidad de sus espacios turísticos, impulse la movilidad segura y sostenible, y garantice accesibilidad, seguridad y resiliencia.					
OE3. Impulsar la competitividad turística de La Línea mediante el fortalecimiento del tejido empresarial local y la diversificación de productos turísticos con alto valor añadido.					
OE4. Impulsar la digitalización turística de La Línea mediante tecnologías inteligentes que optimicen la gestión, la accesibilidad y la experiencia del visitante.					
OE5. Potenciar la proyección exterior de La Línea y mejorar la comercialización de su oferta turística.					

6. PLAN DE ACTUACIÓN

6.1. PROGRAMA OPERATIVO 2026-2030

En el marco de la mejora y consolidación de La Línea de la Concepción como destino turístico, se presentan a continuación las actuaciones programadas para dar cumplimiento a los objetivos y metas establecidos, así como la planificación estratégica del destino para el periodo 2026-2030.

Estas acciones incorporan una estimación de gasto ajustada al horizonte temporal definido y basada en las necesidades detectadas, siempre supeditada a los precios de mercado, a la disponibilidad presupuestaria, a la coordinación entre las distintas áreas municipales y entidades supramunicipales, y a la captación de financiación a través de fondos e iniciativas vigentes a nivel autonómico, estatal y europeo.

EJE 1 GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA

E1A1 Comisión Técnica Interdepartamental

E1A2 Mesa de Turismo y Comercio

E1A3 Panel Turístico del Destino

E1A4 Excelencia y Calidad Certificada: Acceso a certificaciones (Ej. Q de Calidad OT; S Sostenibilidad; etc.)

E1A5 Plan Director DTI

E1A6 Plan de Accesibilidad Turística

E1A7 Plan de Marketing Turístico

EJE 2 SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES

E2A1 Plan de Embellecimiento Urbano
E2A2 Revitalización, Embellecimiento y Mejoras del Parque Princesa Sofía
E2A3 Puesta en valor y rehabilitación de la red de Bunkers del municipio
E2A4 Mantenimiento de Equipamientos Culturales y Museos
E2A5 Renaturalización de Espacios Costeros
E2A6 Conservación de la biodiversidad marina en el municipio (Acuerdo Junta)
E2A7 Recuperación de la Playa de Poniente
E2A8 Nueva Oficina de Turismo y Aula de la Naturaleza en el Parque Princesa Sofía
E2A9 Mantenimiento y Consolidación de la Red de Playas Accesibles
E2A10 Renovación y mejora Señalización Turística del Destino
E2A11 Centros de Interpretación: Forte Santa Barbara y Torre Almenara
E2A12 Propuesta de intervención museográfica y gestión del espacio del nuevo módulo de recepción de visitantes del Forte Santa Barbara
E2A13 Rehabilitación de estancias y musealización de Plaza de Toros El Arenal
E2A14 Campaña de Sensibilización de Turista y Ciudadanos: "Turismo Responsable"
E2A15 Adaptación de Eficiencia energética de los edificios de la Mancomunidad y de las oficinas turísticas
E2A16 Instalación de nebulizadores y sistemas de protección solar en las zonas turísticas

EJE 3 COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

E3A1 Impulso a la difusión formativa del Tejido Productivo Local
E3A2 Ruta Molly Bloom: Literatura y Territorio
E3A3 Programa de eventos Náuticos: Eventos a Nivel Nacional
E3A4 Desarrollo de Productos y Experiencias Competitivas dentro del destino
E3A5 Integración en la Ruta Cultural Europea de Monumentos Fortificados "FORTE CULTURA" (único municipio de España)
E3A6 Rutas Temáticas Locales
E3A7 Impulso a la Vía Serrana "Camino de Santiago": Red de Señalética
E3A8 Congreso Europeo de Fortificaciones/Congreso Historiadores La Línea
E3A9 Consultoría para la mejora de la competitividad del destino
E3A10 Diagnóstico y Plan de Acción DTI municipios de la comarca

EJE 4 TRANSICIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DEL DESTINO

E4A1 Web Turística del Destino

E4A2 Renovación App Realidad Aumentada del destino

E4A3 Estrategia Integral de Promoción y Gestión Digital del Destino (Estrategia de Marketing Digital)

E4A4 Maquetas Turísticas inteligentes y paneles interpretativos: Fuerte de Santa Bárbara

E4A5 Implantación Señalética Inteligente NAVILENS (rutas, museos, casco histórico, playas)

E4A6 Proyecto comarcal de digitalización de oficinas de turismo e información turística

E4A7 Plan de formación transición digital y sostenibilidad para Empresas y Gestores turísticos

EJE 5 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO

E5A1 Diseño y Desarrollo de Campañas Promocionales en medios tradicionales.

E5A2 Eventos Promocionales (Fam trips, Press trips, Blog trips, etc.)

E5A3 Material Promocional: Actualización y edición de soportes

E5A4 Relaciones Públicas y Eventos (Ferias, Misiones Comerciales, Congresos, etc.)






E5A5 Material de Merchandising

NOTA*: Proyectos enmarcados dentro del Plan de Sostenibilidad Turística del Campo de Gibraltar






A continuación, se detallan y desglosan en forma de fichas cada una de las actuaciones que componen los diferentes ejes estratégicos del plan.

6.2. EJE 1 GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA

E1A1 Comisión Técnica Interdepartamental

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Gobernanza						
GOB B. Eficiencia en la Gestión						
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Muy importante			
ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.					
Objetivos Específicos						
<ul style="list-style-type: none"> Consolidar un ente de coordinación interdepartamental para la gestión turística del municipio. Promover la transversalidad y el proceso de retroalimentación entre las áreas vinculadas al sector turístico. Optimizar la comunicación y el flujo de información entre los distintos departamentos. Identificar y canalizar necesidades turísticas transversales en el ámbito municipal. 						
Descripción Global						
<p>La Comisión Técnica Interdepartamental representa el principal espacio de coordinación y diálogo entre las distintas áreas municipales con incidencia directa o indirecta en el ámbito turístico. Su propósito es fortalecer la gestión turística local, fomentando una cultura de transversalidad y facilitando la adopción de decisiones informadas y alineadas con los principios de sostenibilidad, innovación y accesibilidad. Este órgano permite identificar y canalizar las necesidades transversales del sector turismo, promoviendo la integración de proyectos y la retroalimentación interdepartamental. Así, contribuye a la consolidación de La Línea de la Concepción como Destino Turístico Inteligente, preparado para responder a los desafíos presentes y futuros del sector, poniendo en valor sus recursos patrimoniales, naturales y culturales.</p>						
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación			
<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de un calendario de reuniones periódicas interdepartamentales. Elaboración de informes y diagnósticos relativos a la evolución turística y a las necesidades detectadas. Creación de canales internos de comunicación y mecanismos de retroalimentación para proyectos. Impulso de iniciativas colaborativas entre diferentes áreas municipales. Seguimiento sistemático de la implementación de acciones vinculadas al DTI. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones celebradas y actas generadas. N.º de proyectos coordinados entre áreas. Grado de participación de departamentos implicados. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de necesidades detectadas y canalizadas. Nivel de satisfacción de los actores internos. 	
Cronograma de Actuación:						
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>						
	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
						Presupuesto*
	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €

E1A2 Mesa de Turismo y Comercio de La Línea de la Concepción (ALAHO, APYMELL)

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Gobernanza								
GOB C. Transparencia y participación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante				
ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Impulsar la participación activa y representativa de los actores turísticos y comerciales locales. Crear un espacio constante para el diálogo y la colaboración entre el sector público y privado. Fomentar iniciativas que mejoren la competitividad y calidad en el ámbito turístico y comercial. Promover la transparencia y una comunicación efectiva entre los diferentes sectores involucrados. Elaborar propuestas innovadoras enfocadas en la mejora continua del destino turístico. 								
Descripción Global								
<p>La Mesa de Turismo y Comercio de La Línea de la Concepción se configura como un foro de participación enfocado en la integración de los diferentes agentes del sector turístico y comercial local en la elaboración de estrategias. Asociaciones como la Asociación Linense de Autónomos de Hostelería (ALAHO) y la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa (APYMELL) desempeñan un papel relevante en este ámbito. La plataforma tiene por finalidad reforzar la cooperación sectorial, incentivar la innovación y favorecer la cohesión social para impulsar el desarrollo turístico del municipio, garantizando la adecuación de políticas y actuaciones a las particularidades del entorno. Adicionalmente, la Mesa representa una herramienta esencial para generar consensos y diseñar propuestas orientadas a incrementar la competitividad y sostenibilidad del destino.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Realización de una convocatoria inicial para crear formalmente la Mesa. Organización de un calendario anual de encuentros. Formación de grupos temáticos de trabajo enfocados en calidad, sostenibilidad y promoción. Puesta en marcha de canales digitales para facilitar el seguimiento. Presentación y discusión de propuestas durante cada reunión. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones celebradas e iniciativas recogidas. N.º de participantes por sesión. N.º de propuestas generadas y ejecutadas. 		<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de los participantes. Grado de implementación de acuerdos adoptados. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>								Presupuesto*
			Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €

E1A3 Panel Turístico del Destino (Informe anual)

Alienación Eje/Ámbito DTI

Gobernanza

GOB D. Responsabilidad y control

Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. **ODS 17:** Alianzas para lograr los objetivos.

ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.

Objetivos Específicos

- Disponer de un sistema de información turística actualizado y sustentado en datos verificados.
- Analizar el comportamiento de los visitantes, incluyendo su origen, perfil y patrones de desplazamiento.
- Optimizar la planificación y toma de decisiones a través de un informe anual exhaustivo.
- Evaluar el impacto económico y social del turismo en el municipio.
- Incorporar inteligencia turística en los procesos de gobernanza del destino.

Descripción Global

El Panel Turístico del Destino de La Línea de la Concepción lo compondrá un informe anual diseñado para recopilar y analizar estadísticas relevantes sobre el turismo en el municipio. Este documento ofrecerá información detallada sobre la afluencia de visitantes a diversos recursos turísticos, niveles de ocupación hotelera y las visitas recibidas en la Oficina de Turismo, así como el impacto económico y social asociado al sector. La monitorización específica de los flujos de turistas permitirá desarrollar perfiles turísticos precisos, detectar tendencias emergentes y evaluar rigurosamente los efectos generados por la actividad. El Panel se posiciona como una herramienta fundamental para la planificación, evaluación y promoción del destino, alineándose con los principios de sostenibilidad y competitividad, y proporcionando una perspectiva integral y actualizada mediante la recopilación sistemática de datos cuantitativos y cualitativos.

Acciones Específicas

- Diseño metodológico del panel e identificación de indicadores clave.
- Recopilación de datos provenientes de fuentes públicas y privadas.
- Elaboración del informe anual con análisis cualitativo y cuantitativo detallado.
- Difusión del informe a través de la web municipal.
- Presentación oficial del informe ante la Mesa de Turismo y Comercio y la Comisión Técnica Interdepartamental.






Indicadores de Seguimiento y Evaluación

- N.º de informes elaborados y publicados.
- Cobertura de indicadores definidos (porcentaje completado).
- Nivel de acceso público al informe (visitas web).
- Grado de utilización del informe en la toma de decisiones.
- Comparativa anual de evolución turística.






Cronograma de Actuación:

	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el período establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio						Presupuesto*
	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €

E1A4 Excelencia y Calidad Certificada: Acceso a certificaciones

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB D. Responsabilidad y control								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Importante					
ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la percepción de calidad turística en La Línea de la Concepción mediante certificaciones reconocidas. Garantizar la sostenibilidad y la calidad en la gestión turística y empresarial. Promover la obtención y mantenimiento de certificaciones de excelencia. Fomentar programas de formación y asesoramiento orientados a la acreditación de certificaciones. Consolidar la imagen de La Línea de la Concepción como destino turístico de referencia. 								
Descripción Global								
<p>Con el propósito de posicionar a La Línea de la Concepción como un destino turístico de referencia, se propone la renovación integral de su imagen mediante acciones orientadas a la mejora de la calidad percibida y la garantía de sostenibilidad. El Ayuntamiento impulsará la consecución de certificaciones y reconocimientos de excelencia y sostenibilidad tanto para el conjunto del destino como para sus diversos elementos (recursos, servicios e infraestructuras), promoviendo la participación activa en programas de certificación y acreditación. Las certificaciones de calidad, esenciales para distinguir productos o destinos que cumplen con criterios específicos, resultan imprescindibles, ya que su obtención, actualización y mantenimiento avalan la mejora continua y la satisfacción de los visitantes. En el contexto de La Línea de la Concepción, la calidad y la sostenibilidad representan un eje estratégico fundamental, destacando la necesidad de promover y facilitar la obtención y renovación de distintivos como la Bandera Azul, actualmente en posesión del Puerto Alcaidesa Marina, así como la Q de Calidad y la S de Sostenibilidad, donde se está trabajando en su obtención para la Oficina de Turismo. Para alcanzar estos fines, será indispensable la asignación de los recursos necesarios para formación, asesoramiento, evaluación y ejecución de las acciones requeridas.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Definir las certificaciones prioritarias para el destino. Desarrollar programas de formación y asesoramiento dirigidos a gestores del destino y empresas locales. Implementación de auditorías y evaluaciones previas. Gestionar la solicitud y tramitación de certificaciones correspondientes. Implementar campañas de comunicación para informar sobre la obtención de acreditaciones. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de certificaciones obtenidas por el destino. N.º de empresas/servicios adheridos a programas de calidad. Nivel de satisfacción de la población residente respecto al impacto turístico. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de servicios y prestaciones mejoradas/año N.º de acciones de formación y sensibilización realizadas. Evolución de la imagen del destino en estudios de percepción. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>								Presupuesto*
			4.334,39 €	2.455,00 €	2.455,00 €	2.455,00 €	2.455,00 €	14.154,39 €

E1A5 Plan Director de Destino Turístico Inteligente (DTI)

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB A. Visión estratégica e implementación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Importante					
ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9: Industria, innovación e infraestructura.	ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Establecer una hoja de ruta estratégica orientada a la transformación de La Línea de la Concepción en un Destino Turístico Inteligente. Coordinar las actuaciones turísticas siguiendo un modelo basado en criterios de inteligencia y sostenibilidad. Determinar prioridades en inversiones y proyectos asociados al proceso DTI. Incorporar innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad en la gestión turística local. Asegurar la alineación y coherencia entre las diferentes áreas municipales involucradas. 								
Descripción Global								
<p>La presente actuación contempla la elaboración del Plan Director de Destino Turístico Inteligente para La Línea de la Concepción. Se trata de una hoja de ruta estratégica que integra innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza, dirigida a la transformación integral del destino. El objetivo es optimizar tanto la experiencia turística como la calidad de vida de los residentes, proyectando el desarrollo local a medio y largo plazo bajo un modelo turístico inteligente, resiliente y sostenible. Una vez realizado el diagnóstico y el plan de acción por parte de SEGITTUR, es necesario disponer de un documento director que articule, priorice y programe las acciones DTI, vinculando metas, inversiones y responsables. El Plan Director facilitará la coordinación interdepartamental, alineará los esfuerzos municipales y permitirá avanzar de forma estructurada en la transición de La Línea de la Concepción hacia su consolidación como destino turístico inteligente.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Revisión de los resultados obtenidos en el diagnóstico previo DTI. Establecimiento de objetivos estratégicos y definición de líneas de actuación para el modelo DTI. Selección y priorización de proyectos e inversiones conforme al enfoque DTI. Coordinación efectiva con las distintas áreas municipales involucradas. Aprobación y difusión del Plan Director DTI. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de proyectos implementados en cada eje DTI. Grado de cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos en el Plan Director. Incremento del flujo turístico en la comarca y su distribución entre municipios. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas periódicas). Porcentaje de recursos turísticos adaptados a criterios de accesibilidad universal. N.º de alianzas y convenios de colaboración establecidos entre municipios y agentes turísticos. 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>			- €	15.000 €	- €	- €	- €	Presupuesto* 15.000 €

E1A6 Plan de Accesibilidad Turística

Alienación Eje/Ámbito DTI

Accesibilidad

ACC A. Gestión de la accesibilidad

Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye

Gobernanza Innovación Tecnología Sostenibilidad Accesibilidad



Prioridad Moderada

ODS 10: Reducción de las desigualdades.

ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.

Objetivos Específicos

- Posicionar a La Línea de la Concepción como un referente en turismo accesible e inclusivo.
- Asegurar condiciones de igualdad para el acceso a los recursos turísticos.
- Incorporar criterios de accesibilidad universal en infraestructuras y servicios.
- Promover la obtención de certificaciones de accesibilidad en todo el destino.
- Optimizar la experiencia turística de personas con discapacidad y movilidad reducida.

Descripción Global

La actuación comprende el desarrollo e implementación de un Plan de Accesibilidad Turística para La Línea de la Concepción. El objetivo es crear un documento que sirva para planificar las acciones necesarias para mejorar la accesibilidad en todo el territorio, abordando el tema de forma integral y transversal. El alcance del plan abarca los lugares turísticos más relevantes y, dentro del espacio urbano, incluye los principales trayectos peatonales que conectan estos puntos de interés. El plan funcionará como una herramienta estratégica, tanto para la gestión como para la planificación del entorno, orientándose a fomentar espacios inclusivos que tengan en cuenta las necesidades de cualquier persona.

Acciones Específicas

- Actualización del diagnóstico de accesibilidad turística en el municipio.
- Establecimiento de actuaciones prioritarias en recursos y servicios turísticos.
- Incorporación de criterios técnicos y normativos para asegurar la accesibilidad universal.
- Capacitación y sensibilización dirigida al personal y agentes turísticos.
- Seguimiento y mantenimiento continuos de certificaciones de accesibilidad.

Indicadores de Seguimiento y Evaluación

- N.º de actuaciones ejecutadas para mejorar la accesibilidad.
- Porcentaje de espacios turísticos adaptados.
- Nivel de satisfacción de personas con discapacidad (encuestas).
- Reducción de incidencias relacionadas con accesibilidad.
- Cumplimiento de normativa vigente en materia de accesibilidad.
- N.º de certificaciones de accesibilidad obtenidas.

Cronograma de Actuación:

	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el período establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i>	- €	- €	15.000 €	- €	- €	15.000 €
						Presupuesto*

E1A7 Plan de Marketing Turístico

Alienación Eje/Ámbito DTI

Gobernanza

GOB A. Visión estratégica e implementación

Gobernanza Innovación Tecnología Sostenibilidad Accesibilidad



Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye

Prioridad **Muy importante**

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.

ODS 9: Industria, innovación e infraestructura.

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.

Objetivos Específicos

- Establecer una estrategia definida para la promoción y comercialización del destino.
- Determinar los mercados y segmentos prioritarios para La Línea de la Concepción.
- Maximizar el aprovechamiento de los recursos destinados al marketing turístico.
- Coordinar las actividades promocionales bajo una narrativa de marca consistente y alineada.
- Implantar indicadores para el seguimiento y evaluación sistemática de las campañas.

Descripción Global

La actuación está orientada a desarrollar un Plan de Marketing Turístico para La Línea de la Concepción, en coherencia con la estrategia turística local y los principios del modelo DTI. Mediante este plan se establecerán metas, públicos objetivos, mercados de interés, productos clave, acciones promocionales y vías de comercialización, además de especificar el calendario, el presupuesto y los responsables de cada acción. El documento incluirá un sistema de indicadores para facilitar el seguimiento, la evaluación y el control de las actividades, permitiendo adaptar la estrategia para potenciar el impacto de las campañas y aprovechar las oportunidades generadas por la participación en redes y clubes de producto. Asimismo, el Plan de Marketing Turístico debe ser consensuado con el sector privado y la sociedad civil, favoreciendo que todos los agentes implicados estén coordinados y trabajen juntos, considerando, además, la colaboración con administraciones superiores, buscando sinergias y una mejor efectividad.

Acciones Específicas

- Análisis de los mercados, segmentos y posicionamiento del destino.
- Establecimiento de la estrategia de marca turística para La Línea de la Concepción.
- Planificación integral de actividades promocionales y comerciales.
- Identificación de soportes y canales adecuados para la difusión.
- Diseño y definición del sistema de indicadores para el seguimiento y evaluación.

Indicadores de Seguimiento y Evaluación






- N.º de acciones promocionales planificadas y ejecutadas.
- Grado de cumplimiento de objetivos definidos.
- Impacto de las campañas en notoriedad y demanda.
- Nivel de adaptación de la estrategia a resultados obtenidos.

Cronograma de Actuación:






	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio	- €	15.000 €	- €	- €	- €	15.000 €
						Presupuesto*

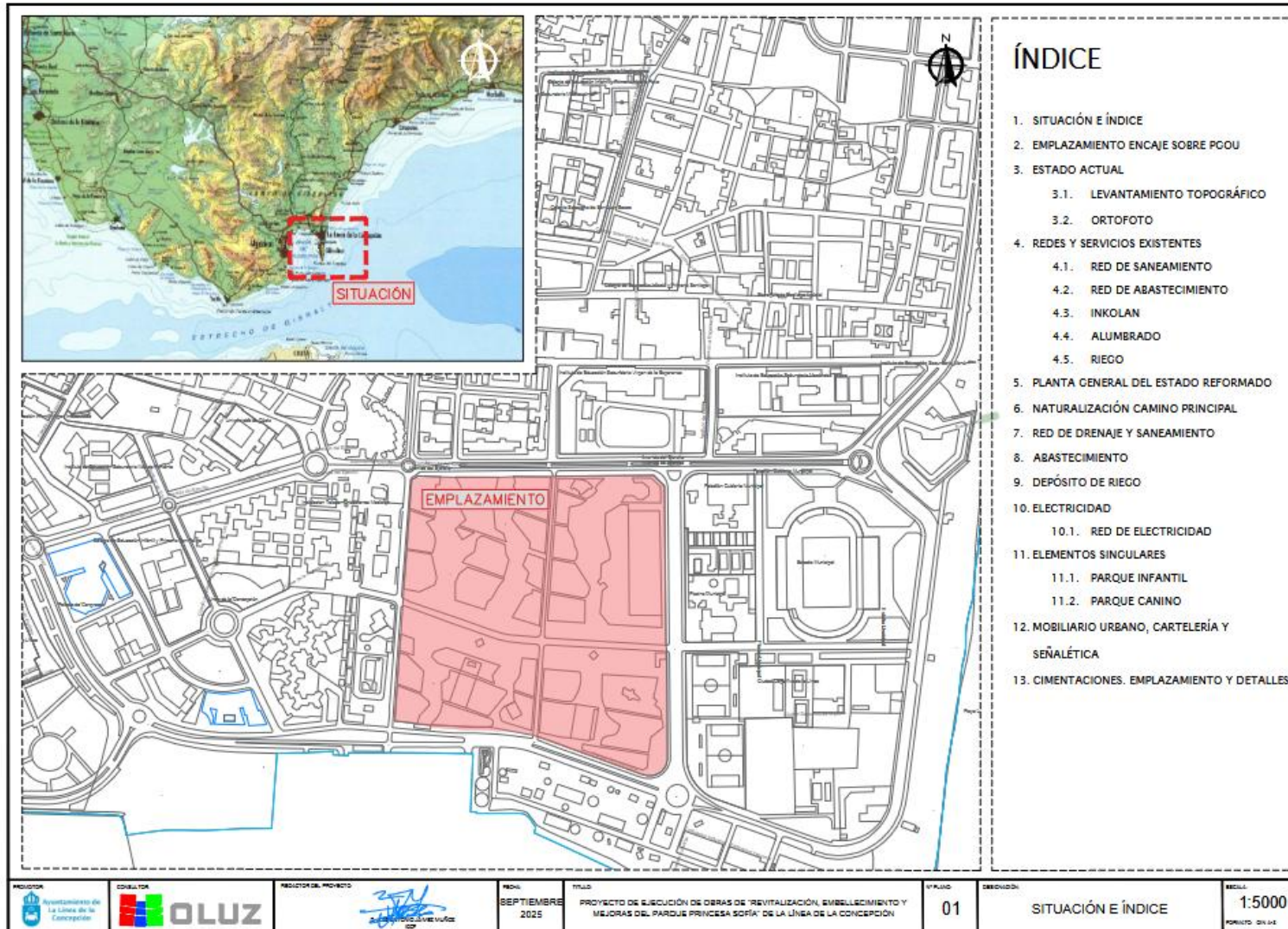
6.3. EJE 2 SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES

E2A1 Plan de Embellecimiento Urbano

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Importante					
Objetivo 3: Salud y Bienestar Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 13: Acción por el clima Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la habitabilidad de los espacios públicos urbanos de La Línea Mejorar la cohesión social y la percepción de calidad de vida de la población residente. 								
Descripción Global								
<p>En el núcleo urbano de La Línea hay varias zonas degradadas que presentan deficiencias que limitan su funcionalidad. Estas deficiencias, sin resultar críticas para la dinámica urbana consideradas individualmente, provocan los siguientes efectos en la habitabilidad de la ciudad en su conjunto:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hacen que empeore la percepción de calidad de vida de los residentes Dificultan la cohesión social al desincentivar el uso del medio urbano como lugar de encuentro, sobre todo de colectivos en mayor riesgo de segregación como las personas mayores. Desincentivan la actividad económica al reducirse los flujos de personas que transitan las calles. <p>Se trata de una actuación ya contemplada en la Agenda Urbana del municipio pero que requiere de una continuidad y mantenimiento constante, de ahí que vuelva a incluirse en este Plan Estratégico de Turismo como una actuación transversal.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Soterramiento del cableado aéreo existente en viales públicos. (Zona Centro y Barrios Periféricos) Instalación de mobiliario funcional en espacios y viales públicos del núcleo urbano. Instalación de Cubiertas y zonas de sombreado en plazas y zonas peatonales. (Zona Centro y en el Paseo Marítimo de Levante). <p>Para el desarrollo de las actuaciones se tendrá en cuenta, en todo momento, lo estipulado en el denominado Catálogo Urbano de La Línea de la Concepción “Más que Líneas”, que recoge los elementos estéticos y normativos que deben aplicarse en cada intervención urbanística que se realice en la ciudad.</p>			<ul style="list-style-type: none"> N.º espacios públicos intervenidos. m2 de superficie recuperada o mejorada. N.º de elementos de mobiliario urbano instalados o renovados. Inversión ejecutada respecto a la prevista (%). Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). Incremento del atractivo turístico del municipio (medido por N.º visitas, reseñas RRSS, etc.). 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>								Presupuesto*
			Pendiente Definir	Pendiente Definir	Pendiente Definir	Pendiente Definir	Pendiente Definir	- €

E2A2 Revitalización, Embellecimiento y Mejoras del Parque Princesa Sofía

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Importante					
Objetivo 3: Salud y Bienestar Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 15: Vida de Ecosistemas Terrestres Objetivo 13: Acción por el clima Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Revalorizar el Parque Princesa Sofía como espacio urbano central, seguro y atractivo para la ciudadanía. Incrementar la calidad ambiental mediante la mejora del arbolado, zonas verdes y sistemas de riego eficientes. Potenciar el uso social y comunitario del parque mediante nuevas áreas de estancia, ocio y actividad física. Mejorar la accesibilidad universal y la movilidad interna del parque. Actualizar infraestructuras y mobiliario urbano para garantizar durabilidad, funcionalidad y estética. 								
Descripción Global								
<p>El presente proyecto plantea el desarrollo urbanístico de una Zona de ocio-recreativa en la porción de terrenos de aproximadamente 24.000 metros cuadrados de superficie que forman parte del sistema dotacional "Parque Princesa Sofía y Zona Deportiva" (titularidad municipal) junto a los restos arqueológicos del Fuerte Santa Bárbara y que dan fachada al mar.</p> <p>En definitiva, se busca garantizar la plena funcionalidad y coherencia del conjunto del parque, asegurando la integración de las nuevas intervenciones con las infraestructuras existentes y potenciando los valores ambientales, paisajísticos y sociales del espacio.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Reposición y plantación de arbolado autóctono y especies de bajo consumo hídrico. Instalación o renovación de sistemas de riego eficientes Creación de nuevas zonas de sombra natural. Renovación de pavimentos deteriorados. Adecuación de itinerarios accesibles según normativa vigente. Eliminación de barreras arquitectónicas. Señalización direccional y paneles informativos. Mejora de la iluminación y seguridad Renovación de parques infantiles 			<ul style="list-style-type: none"> % de superficie de parque intervenida m2 de superficie recuperada o mejorada. N.º de elementos de mobiliario urbano instalados o renovados. N.º de luminarias renovadas. Metros lineales de itinerarios accesibles creados o rehabilitados. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
			1.850.437,7€	- €	- €	- €	- €	1.850.437,7€








DETALLE ÁREA DE INTEVENCIÓN DEL PARQUE
 FUENTE: Plataforma de Contratación del Sector Público. Pliego Técnico



DETALLE PLAN GENERAL DE INTERVENCIÓN DEL PARQUE
 FUENTE: Plataforma de Contratación del Sector Público. Pliego Técnico

E2A3 Puesta en valor y rehabilitación de la red de Bunkers del municipio

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Importante					
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 15: Vida de Ecosistemas Terrestres Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Garantizar el acondicionamiento y mantenimiento integral de los búnkeres, especialmente los ubicados en el Parque Princesa Sofía y en la zona de Baluarte. Asegurar que los espacios se mantengan en condiciones higiénicas, seguras y aptas para la visita pública. Prevenir el deterioro estructural y ambiental de los búnkeres mediante actuaciones periódicas. Contribuir a la puesta en valor del patrimonio militar del municipio mediante su correcta conservación. Mantener los entornos inmediatos limpios, accesibles y respetuosos con el medio ambiente. 								
Descripción Global								
<p>Actualmente la actuación se encuentra centrada en la prestación de un servicio periódico y continuado de acondicionamiento y mantenimiento de los búnkeres situados en el Parque Princesa Sofía y en las inmediaciones de la urbanización Baluarte. Todo ello con la finalidad de garantizar que los visitantes puedan acceder y utilizar los espacios en condiciones higiénicas, seguras y ambientalmente responsables. El servicio incluye operaciones de limpieza, control de vegetación, mantenimiento básico, pequeñas reparaciones, adecuación de accesos y cualquier otra actuación necesaria para asegurar la conservación y funcionalidad de los búnkeres como espacios visitables.</p> <p>A medio-largo plazo, la finalidad es que esta actuación evolucione de cara a la puesta en valor turístico de toda la red de bunkers del municipio, mediante la instalación de señalética interpretativa y elementos de contextualización histórica, integración en rutas guiadas, creación de material divulgativo, promoción en canales municipales, etc.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Rehabilitación y consolidación: reparación de elementos dañados, refuerzo estructural, tratamiento de humedades y limpieza especializada. Adecuación de accesos y entorno: desbroce, mejora de pavimentos, retirada de residuos, adecuación de caminos y señalización de seguridad. Mantenimiento programado: limpieza periódica, control de vegetación, retirada de residuos y actuaciones preventivas. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de búnkeres rehabilitados respecto al total existente. % de actuaciones ejecutadas según planificación. % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. Número de elementos de señalética instalados. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
			4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	21.000 €













- Línea de contravallación existente (1727)
- - - Línea de contravallación desaparecida (1727)
- Estructuras defensivas (bunker 1939-1940)

AYUNTAMIENTO DE LA LINEA DE LA CONCEPCION






 PATRIMONIO	INVENTARIO GENERAL DE BIENES INMUEBLES		
	Título del plano	Fecha	Plano nº
	ESTRUCTURAS DEFENSIVAS	FEBRERO 2016	1
	Planta actual	Escala	
PLANTA ACTUAL CASCO URBANO	1/5000		






E2A4 Mantenimiento de Equipamientos Culturales y Museos

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Importante					
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructura	Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Garantizar el correcto estado de conservación, seguridad y funcionamiento de los equipamientos culturales municipales. Asegurar una experiencia de visita de calidad en museos y galerías. Mantener los espacios expositivos en condiciones óptimas para la programación cultural y turística. Preservar el patrimonio artístico y documental custodiado en los museos. Reforzar la imagen cultural del municipio como destino turístico. 								
Descripción Global								
El ayuntamiento de La Línea de la Concepción contempla de forma continuada dentro de su línea de trabajo, el mantenimiento integral, preventivo y correctivo de los equipamientos culturales municipales, incluyendo el Museo José Cruz Herrera, la Galería Manolo Alés y otros espacios culturales. El objetivo es asegurar su conservación, funcionalidad y atractivo turístico mediante intervenciones periódicas, actuaciones de limpieza especializada, mantenimiento de instalaciones, adecuación de espacios expositivos y respuesta rápida ante incidencias. Esta actuación se integra en la estrategia municipal de fortalecimiento del turismo cultural y la mejora de la oferta museística.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Adecantamiento y mantenimiento periódico de pavimentos, zócalos, puertas, ventanas y zonas de tránsito para garantizar una experiencia de visita segura y confortable. Limpieza especializada de salas, vitrinas, elementos expositivos y zonas comunes para asegurar la correcta conservación de las obras y la calidad del entorno museístico. Control de climatización, iluminación y humedad para preservar las colecciones y mejorar la percepción del visitante. Actualización y renovación de señalética interior y exterior, incluyendo paneles interpretativos, mapas de recorrido y señalización accesible. Adecantamiento de áreas exteriores, accesos peatonales y zonas colindantes para mejorar la imagen turística del equipamiento. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de actuaciones de mantenimiento realizadas anualmente N.º de intervenciones preventivas realizadas en instalaciones críticas (climatización, iluminación, seguridad). % Inversión ejecutada vs. inversión prevista Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). Reducción de costes anual derivados de reparaciones urgentes gracias a la prevención (%) N.º de visitantes a museos y galerías/ % de incremento anual. 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
			32.500 €	32.500 €	32.500 €	32.500 €	32.500 €	162.500 €






E2A5 Renaturalización de Espacios Costeros							
Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Sostenibilidad							
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy Importante			
Objetivo 3: Salud y Bienestar Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructura Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 13: Acción por el Clima Objetivo 14: Vida Submarina Objetivo 15: Vida y ecosistemas Terrestres Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos					
Objetivos Específicos							
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar las condiciones medioambientales del litoral. Aumentar la biodiversidad marina. Sensibilizar a la población sobre la importancia medioambiental del litoral. 							
Descripción Global							
<p>Este proyecto tractor plantea una intervención integral en el litoral del municipio de La Línea de la Concepción, enmarcada dentro de la Agenda Urbana local. El litoral constituye un espacio de enorme relevancia histórica, social y medioambiental para el municipio, por lo que su mejora y protección requieren un tratamiento específico dentro de la planificación estratégica.</p> <p>La actuación tiene como finalidad reforzar la calidad ambiental del frente litoral, actuando tanto en las zonas más degradadas, donde será necesario impulsar procesos de recuperación y mejora de la biodiversidad, como en aquellos tramos mejor conservados, donde se priorizará la protección, el mantenimiento y la preservación de sus valores naturales. El proyecto busca, en definitiva, recuperar el equilibrio ecológico del litoral, potenciar su resiliencia y garantizar su disfrute sostenible por parte de la ciudadanía y de quienes visitan el municipio.</p>							
Acciones Específicas		Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Crear una red de áreas verdes urbanas: Eliminar, en lo posible estructuras de hormigón y potenciar los senderos naturales ya existentes, la regeneración vegetal con especies autóctonas que además ayuden a frenar la erosión de los suelos. Proteger y estabilizar playas y dunas reduciendo el tránsito de personas, vehículos y animales domésticos para facilitar la regeneración natural. Renaturalizar el frente marítimo: Introducir diferentes elementos que mejoren y faciliten la permeabilidad de las primeras líneas de costa, con estructuras mucho más integradas y respetuosas con el paisaje costero, para que se conviertan en cinturones verdes que protegen la ciudad. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º metros lineales de dunas restauradas o creadas. Superficie (m² o ha) de vegetación dunar plantada o regenerada. Nº de estructuras de protección instaladas (pasarelas, cerramientos, captadores de arena). 		<ul style="list-style-type: none"> Reducción del retroceso de la línea de costa (m/año). % Inversión ejecutada vs. inversión prevista Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:		2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio		- €	Pendiente Definir	- €	- €	- €	Presupuesto*
							- €

E2A6 Conservación de la biodiversidad marina en el municipio






Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad	Muy Importante					
Objetivo 13: Acción por el Clima Objetivo 14: Vida Submarina	Objetivo 15: Vida y ecosistemas Terrestres Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la coordinación interadministrativa para la gestión del medio marino. Incrementar la vigilancia y control del marisqueo ilegal y la venta de especies protegidas. Capacitar al personal municipal para actuar como primer filtro en la identificación de rastros o señales de fauna marina. Promover la educación ambiental y la sensibilización ciudadana para reducir impactos en playas y ecosistemas marinos. 								
Descripción Global								
<p>El municipio refuerza su compromiso con la conservación de la biodiversidad marina mediante la puesta en marcha de un programa integral que combina formación técnica, coordinación institucional, vigilancia ambiental y sensibilización ciudadana. La actuación se enmarca en la colaboración entre la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento, integrando a servicios municipales como Policía Local, Protección Civil, Servicios de Playas y Bomberos en los protocolos de gestión del medio marino. La iniciativa responde al aumento de varamientos y nidificaciones, especialmente de tortugas marinas, y a la necesidad de proteger especies vulnerables como la lapa ferrugínea o las praderas de fanerógamas marinas, esenciales para el equilibrio ecológico del litoral.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Formación técnica especializada para personal municipal sobre protocolos de atención a cetáceos y animales marinos. Integración de servicios municipales en los planes autonómicos de conservación del medio marino. Refuerzo de la vigilancia en playas para detectar rastros de nidificación de tortugas marinas y otras especies. Colaboración activa en el Plan de Recuperación y Conservación de Invertebrados y Fanerógamas Marinas, incluyendo la protección de cinco especies de invertebrados y cuatro de plantas marinas. Campañas de inspección y control del marisqueo ilegal, especialmente en lonjas, mercados, hostelería y comercios turísticos. Acciones de concienciación ciudadana para evitar daños a aves nidificantes y reducir la basura marina. Difusión de buenas prácticas en playas para residentes y visitantes. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de sesiones de formación impartidas a personal municipal. N.º de agentes y trabajadores municipales formados. N.º de campañas de sensibilización desarrolladas. N.º de varamientos atendidos siguiendo el protocolo. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de actuaciones conjuntas entre administraciones. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small></p>								Presupuesto*
			Dep. Adm. Superior	Dep. Adm. Superior	Dep. Adm. Superior	Dep. Adm. Superior	Dep. Adm. Superior	- €






E2A7 Recuperación de la Playa de Poniente		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Alienación Eje/Ámbito DTI									
Sostenibilidad									
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística									
SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente									
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy Importante					
Objetivo 13: Acción por el Clima		Objetivo 15: Vida y ecosistemas Terrestres							
Objetivo 14: Vida Submarina.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos									
<ul style="list-style-type: none"> Adaptar medidas de mitigación de los efectos provocados por el cambio climático. Regenerar la franja litoral de poniente favoreciendo la acumulación de arena y la consiguiente creación de playas. Crear nuevos espacios de ocio y esparcimiento y nuevas zonas de biodiversidad. 									
Descripción Global									
<p>Tal y como aparece reflejado en la propia Agenda Urbana del municipio, el litoral atlántico del municipio de La Línea, conocido como la "Playa de Poniente", está completamente integrado en la trama urbana y por lo tanto cuenta con el potencial suficiente como para incidir en varios ámbitos de la dinámica urbana:</p> <ul style="list-style-type: none"> Actuando como zona verde capaz de aliviar el déficit de este tipo de dotaciones que padece la mayor parte del núcleo urbano. Desarrollando zonas de encuentro y esparcimiento que promuevan la cohesión social de la población. Creando islas de biodiversidad que favorezca el desarrollo de especies marinas autóctonas en un espacio tan amenazado como es la bahía de Algeciras <p>Sin embargo, en la actualidad este potencial no está suficientemente aprovechado toda vez que la zona de playa visitable tiene apenas 300 metros lineales en un total de 2,5 kilómetros de litoral costero, lo que se agrava por el hecho de que este litoral está experimentando de forma directa los efectos del cambio climático al sufrir un proceso erosivo que le está haciendo perder arena de forma continuada (de hecho, según el informe "Impactos y riesgos derivados del cambio climático" del Ministerio para la Transición Ecológica, La Línea es uno de los 10 municipios costeros españoles más amenazados por los efectos del cambio climático).</p>									
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Crear Construcción de espigones a lo largo del litoral costero que impidan la erosión y contribuyan a la acumulación de arena. Delimitación de una franja de protección ambiental y regeneración dunar a lo largo de todo el frente litoral. Aportación adicional de arena que favorezca la aparición de nuevas zonas de playa visitable. 				<ul style="list-style-type: none"> N.º Metros lineales de franja de protección señalizada. Superficie total (m²/ha) incluida en la franja de protección. Volumen total de arena aportada (m³). Reducción del retroceso de la línea de costa (m/año). Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 					
Cronograma de Actuación:				2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>				- €	- €	- €	- €	Pendiente Definir	Presupuesto* - €

E2A8 Nueva Oficina de Turismo y Aula de la Naturaleza en el Parque Princesa Sofía

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Muy Importante					
Objetivo 4: Educación de Calidad Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.	Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 15: Vida y ecosistemas Terrestres							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Redactar el proyecto inicial de obra que defina las características técnicas, funcionales y arquitectónicas de la futura Oficina de Turismo y el Aula de la Naturaleza. Establecer el programa de necesidades que deberá resolverse en el diseño arquitectónico. Garantizar la viabilidad técnica, urbanística y ambiental de la actuación antes de su futura ejecución. Integrar criterios de sostenibilidad, accesibilidad universal y eficiencia energética desde la fase de diseño. Determinar estimaciones de coste, fases de obra y planificación preliminar para la posterior licitación de la ejecución. 								
Descripción Global								
<p>Esta actuación se encuentra relacionada con el proyecto "Reinterpretando el Parque Princesa Sofía", con el objetivo de recuperar su valor ecológico, social y paisajístico mediante actuaciones de mejora, rehabilitación y creación de nuevos espacios sostenibles. En este contexto, se plantea como una oportunidad estratégica la construcción de una Nueva Oficina de Turismo y Aula de la Naturaleza dentro del parque, con el fin de reforzar su papel como espacio de divulgación ambiental, dinamización turística y punto de encuentro para la ciudadanía y visitantes.</p> <p>Actualmente está en marcha la redacción del proyecto inicial de obra, que servirá como base para la futura construcción de la Oficina de Turismo y el Aula de la Naturaleza en el Parque Princesa Sofía, donde se incorporará además, medidas de Eficiencia Energética.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Definir la propuesta arquitectónica. Establecer la distribución funcional de los espacios. Integrar el edificio en la fachada del parque y en su entorno natural. Incorporar criterios de accesibilidad, sostenibilidad y eficiencia energética. Incluir memoria, planos preliminares, estimación económica y documentación técnica necesaria para avanzar hacia el proyecto de ejecución. La ejecución material de la obra se desarrollará en fases posteriores, una vez aprobado el proyecto inicial y completado el proyecto de ejecución. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones técnicas realizadas Superficie útil total proyectada (m²). Superficie total Construida (m³). Coste estimado por m² construido: 		<ul style="list-style-type: none"> % Inversión ejecutada vs. inversión prevista Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>								Presupuesto*
			24.200 €	Pdte Definir (obra)	- €	- €	- €	24.200 €

E2A9 Mantenimiento y Consolidación de la Red de Playas Accesibles

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad									
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente									
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy Importante					
Objetivo 3. Salud y Bienestar Objetivo 10. Reducción de las Desigualdades Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 14: Vida Submarina Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos							
Objetivos Específicos									
<ul style="list-style-type: none"> Reforzar la imagen turística del municipio como destino accesible y socialmente responsable. Mantener en condiciones óptimas la red municipal de playas accesibles, garantizando su funcionamiento continuo durante toda la temporada. Consolidar y ampliar progresivamente los equipamientos adaptados para personas con movilidad reducida, dependientes o mayores. Asegurar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de accesibilidad universal y diseño inclusivo. 									
Descripción Global									
Esta intervención, asegura el mantenimiento integral, la mejora continua y la consolidación de la Red de Playas Accesibles del municipio, entendida como el conjunto de infraestructuras, equipamientos, señalización, servicios y elementos de apoyo destinados a garantizar el acceso universal a las playas de La Línea de la Concepción. La actuación contempla tanto el mantenimiento preventivo y correctivo como la renovación progresiva de los elementos que lo requieran, así como la incorporación de nuevas zonas accesibles en playas que aún no disponen de ellas.									
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
Nueva instalación, reposición y/o mantenimiento de: <ul style="list-style-type: none"> Pasarelas accesibles y puntos de entrada adaptados. Zonas de baño adaptado con barandillas, plataformas, asientos y zonas de sombra. Sillas anfibia y elementos de apoyo al baño asistido. Balizamientos y canales de nado accesibles. Señalización inclusiva (visual, táctil y/o auditiva). Equipamientos de apoyo (duchas adaptadas, zonas de descanso, puntos de información). 				<ul style="list-style-type: none"> N.º de playas del municipio con equipamientos accesibles operativos N.º de nuevos equipamientos instalados. N.º de playas incorporadas a la red accesible. 					
Cronograma de Actuación: NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio				2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
									Presupuesto*
				Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €

E2A10 Renovación y mejora Señalización Turística del Destino								
Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Accesibilidad								
ACC B. Implantación de la accesibilidad en el DTI								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad Muy Importante						
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 12: Producción y consumo responsables Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la experiencia del visitante mediante una señalización clara, homogénea y accesible que facilite la orientación y el descubrimiento de recursos turísticos Incrementar la visibilidad y puesta en valor del patrimonio cultural, natural y urbano del municipio. Favorecer la movilidad sostenible dentro del destino, promoviendo recorridos peatonales y cicloturistas. Reforzar la imagen de marca turística de La Línea de la Concepción, garantizando coherencia visual y calidad en todos los soportes informativos. Reducir la dispersión y obsolescencia de la señalización existente, eliminando duplicidades y mejorando la integración urbana. 								
Descripción Global								
La actuación consiste en la renovación integral, actualización y ampliación de la señalización turística del municipio, tanto en zonas urbanas como en accesos y áreas de interés turístico.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Inventario y diagnóstico de la señalización turística existente. Elaboración del Manual de Señalización Turística del Destino, con criterios de diseño, materiales, tipologías y ubicación. Diseño e instalación de señalización direccional hacia recursos turísticos, playas, museos, espacios naturales y zonas comerciales. Creación de paneles interpretativos en puntos de interés (históricos, culturales, naturales). Implementación de señalización accesible, incluyendo braille, pictogramas y lectura fácil. Retirada de señalización obsoleta o duplicada para mejorar la limpieza visual del espacio urbano. Coordinación con áreas municipales (Urbanismo, Movilidad, Patrimonio) para garantizar coherencia y permisos. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de señales renovadas o sustituidas. N.º de nuevas señales instaladas por tipología (direccionales, interpretativas, orientativas). N.º de puntos turísticos con señalización digital integrada. 		<ul style="list-style-type: none"> % Inversión ejecutada vs. inversión prevista Incremento del grado de satisfacción del visitante respecto a la orientación y señalización (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio								Presupuesto*
			Pdte. Definir	- €	- €	- €	- €	- €

E2A11 Centro de Interpretación Forte Santa Barbara		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Alineación Eje/Ámbito DTI								
Accesibilidad	Innovación							
ACC B. Implantación de la accesibilidad en el DTI	INN B: Actividades de innovación							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy Importante				
Objetivo 4: Educación de Calidad. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.		Objetivo 10: Reducción de las Desigualdades. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poner en valor el patrimonio defensivo histórico de La Línea de la Concepción, facilitando su comprensión mediante recursos interpretativos innovadores. ▪ Ofrecer experiencias culturales inclusivas, accesibles y multisensoriales que permitan la interacción autónoma de todos los visitantes. ▪ Fomentar el conocimiento histórico entre residentes y visitantes, reforzando la identidad local y la narrativa del territorio. ▪ Diversificar la oferta turística mediante la incorporación de nuevos productos culturales vinculados al patrimonio militar y costero. 								
Descripción Global								
<p>La intervención propuesta para el Centro de Interpretación del Forte Santa Bárbara tiene como objetivo consolidar, poner en valor y hacer accesible uno de los elementos patrimoniales más relevantes del sistema defensivo histórico de La Línea de la Concepción. El proyecto se concibe como un hito estratégico dentro del proceso de diversificación turística del municipio, reforzando su identidad cultural y ampliando la oferta de recursos visitables vinculados a la historia militar, la arqueología y el patrimonio litoral.</p> <p>La actuación integra la recuperación física del espacio arqueológico, la mejora de su accesibilidad y comprensión mediante recursos interpretativos, y la creación de un punto de acogida y servicios para visitantes. Además, se articula de forma coordinada con la futura maqueta tecnológica digital del Forte y su entorno, generando un conjunto interpretativo innovador que combina patrimonio material, tecnología y experiencia inmersiva. El objetivo final es consolidar un circuito interpretativo del patrimonio defensivo linense, coherente, accesible y tecnológicamente avanzado.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acondicionamiento del Espacio Arqueológico del Forte. ▪ Desarrollo de pasarelas interiores y recorridos visitables (Intervención destinada a garantizar un tránsito seguro y didáctico por el yacimiento). ▪ Dotación de paneles interpretativos y recursos informativos accesibles: Elementos para facilitar la comprensión histórica y arqueológica del enclave. ▪ Construcción de un módulo o edificio de recepción de visitantes. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalación de sistemas de climatización, iluminación y eficiencia energética ▪ Área de recepción e información turística, aseos accesibles, etc. ▪ Espacio expositivo introductorio sobre el fuerte y su contexto histórico. ▪ Etc. 			<ul style="list-style-type: none"> ▪ % de superficie del yacimiento acondicionada respecto al total previsto. ▪ % de elementos arqueológicos tratados con conservación preventiva ▪ N.º de elementos de señalización direccional colocados. ▪ Metros lineales de pasarelas instaladas / metros previstos. 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de paneles interpretativos e informativos instalados. ▪ % Inversión ejecutada vs. inversión prevista ▪ N.º de visitantes al centro de interpretación del Forte de Santa Bárbara. ▪ Nivel de satisfacción del visitante respecto a la experiencia interpretativa (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio								Presupuesto*
			Pdte. Definir	Pdte. Definir	- €	- €	- €	Pdte. Definir

E2A12 Propuesta de intervención museográfica y gestión del espacio del nuevo módulo de recepción de visitantes del Forte Santa Barbara

Alineación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad
Accesibilidad		Innovación				
ACC B. Implantación de la accesibilidad en el DTI		INN B: Actividades de innovación				

Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye Prioridad **Muy Importante**

- Objetivo 4:** Educación de Calidad.
- Objetivo 8:** Trabajo decente y crecimiento económico.
- Objetivo 9:** Industria, innovación e infraestructura.
- Objetivo 10:** Reducción de las Desigualdades.
- Objetivo 11:** Ciudades y comunidades sostenibles.
- Objetivo 17:** Alianzas para lograr los objetivos.

Objetivos Específicos

- Completar la puesta en valor del Forte Santa Bárbara mediante una propuesta museográfica integral que facilite la comprensión del enclave a través de recursos interpretativos claros e innovadores.
- Reforzar la identidad histórica y cultural del municipio, promoviendo el conocimiento del sistema defensivo linense entre residentes y visitantes.
- Ampliar y diversificar la oferta turística local

Descripción Global

La actuación propuesta en esta segunda fase del Centro de Interpretación del Forte Santa Bárbara se orienta a completar y dar continuidad al proyecto actualmente en ejecución mediante el desarrollo de una **propuesta museográfica integral**. Esta nueva etapa permitirá dotar al espacio de un discurso expositivo estructurado, accesible y coherente con las intervenciones ya realizadas, garantizando así las condiciones necesarias para su adecuada apertura al público. El objetivo final es consolidar un centro de interpretación plenamente operativo, capaz de ofrecer una narrativa clara, atractiva y rigurosa que ponga en valor el Forte Santa Bárbara como pieza clave del patrimonio militar y litoral del municipio, completando así el proceso de puesta en uso del conjunto.

Acciones Específicas

- Programa institucional**, en el que se diseñará la estructura base para la gestión del futuro equipamiento cultural, denominado "Forte de Santa Bárbara - Espacio arqueológico". Se estructurará la reorganización de los recursos humanos municipales para garantizar el funcionamiento del espacio. Dado que los medios disponibles pueden resultar insuficientes, se contempla la contratación de servicios externos complementarios, específicamente para las tareas de vigilancia y seguridad y para la limpieza y el mantenimiento especializado del yacimiento arqueológico.
- Programa de colecciones**, en el que se abordan las necesidades relativas a los fondos previstos para ser expuestos.
- Programa expositivo**, en el que se describirá de forma detallada el discurso expositivo propuesto y los recursos necesarios para llevarlo a cabo.






Indicadores de Seguimiento y Evaluación

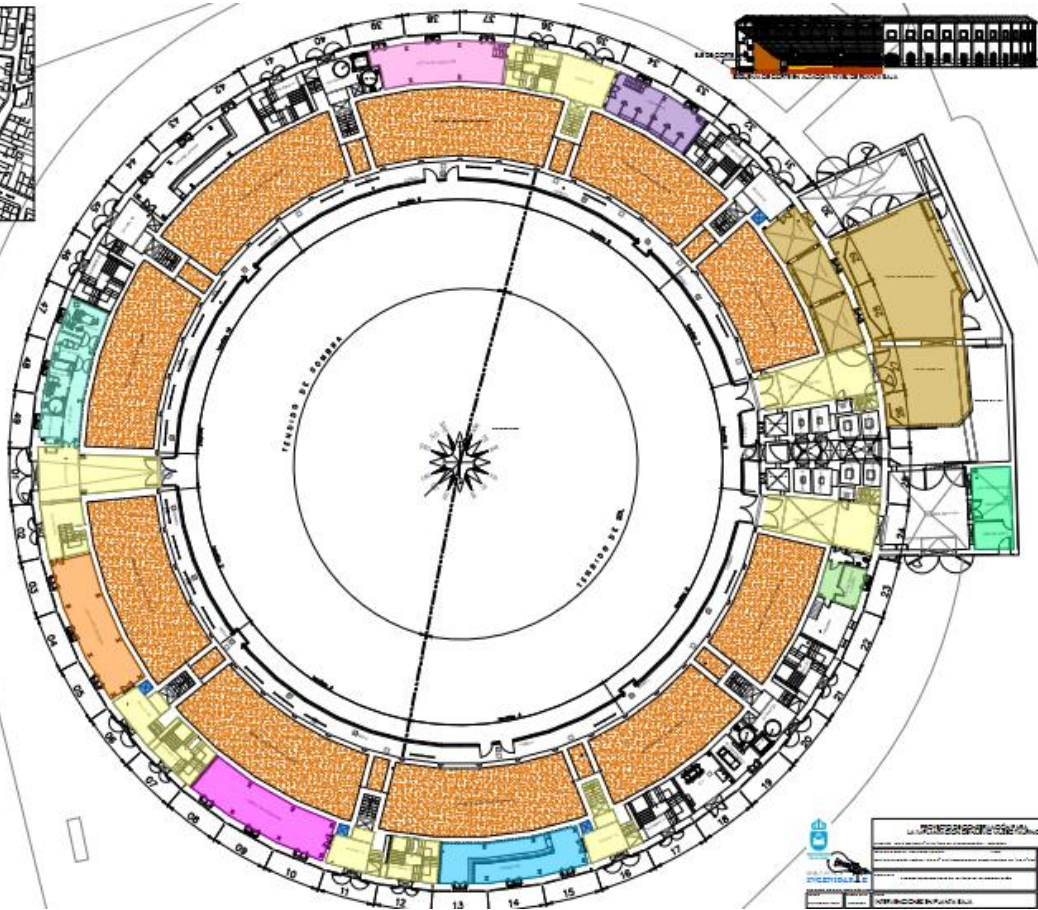
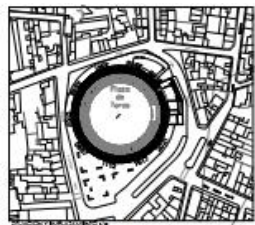
- N.º de elementos de señalización y rotulación colocados en el centro.
- N.º de personal contratado a nivel externo.
- N.º de personal reubicado.
- % Inversión ejecutada vs. inversión prevista
- N.º de visitantes al centro de interpretación del Forte de Santa Bárbara.
- Nivel de satisfacción del visitante respecto a la experiencia interpretativa (encuestas).

Cronograma de Actuación:

	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio	- €	- €	Pdte. Definir	Pdte. Definir	- €	Presupuesto*
						Pdte. Definir

E2A13 Rehabilitación de estancias y musealización de Plaza de Toros El Arenal

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Sostenibilidad								
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Importante				
Objetivo 3. Salud y Bienestar Objetivo 10. Reducción de las Desigualdades Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 14: Vida Submarina Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar el atractivo cultural y turístico del entorno urbano. Recuperar y rehabilitar las estancias interiores de la Plaza de Toros El Arenal garantizando su conservación estructural y funcional. Crear un espacio museístico permanente que interprete la historia, arquitectura y tradición cultural asociada al edificio. Mejorar la accesibilidad y la experiencia del visitante mediante recursos expositivos modernos e inclusivos. Incrementar el atractivo cultural y turístico del entorno urbano. 								
Descripción Global								
La Plaza de Toros El Arenal, un inmueble de alto valor patrimonial, declarado Bien de Interés Cultural el año 2007. La intervención contempla trabajos de consolidación estructural, restauración de elementos arquitectónicos singulares y adecuación de espacios para su uso museístico. El proyecto incluye la creación de un recorrido interpretativo que permita al visitante comprender la evolución histórica del edificio, su función social y su relevancia cultural.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Mejora de accesibilidad mediante apertura o adaptación de huecos y ajustes en pavimentos para garantizar un tránsito continuo entre salas y espacios interiores/exteriores. Adecuación de los itinerarios en planta baja para permitir un recorrido museográfico accesible y coherente. Integración de instalaciones y acabados (climatización, electricidad, iluminación) respetando el carácter del edificio y las necesidades del futuro museo. Preparación museográfica de las salas, incluyendo adecuación de espacios, soporte para contenidos expositivos y compatibilidad con la musealización prevista 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de estancias rehabilitadas. N.º de elementos patrimoniales restaurados. N.º de instalaciones museográficas instaladas N.º de visitantes año 		<ul style="list-style-type: none"> % de aumento del N.º de visitantes respecto al año previo % Inversión ejecutada vs. inversión prevista Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio			504.000 €	- €	- €	- €	- €	Presupuesto*
								504.000 €













- Accesos y zona de tránsito
(Ochava 01, 02 - 06, 07 - 11, 12 - 16 - 35, 36)
- SALA EXPOSITIVA 2: TIEMPOS MODERNOS
(Ochava 3, 4 y 5)
- RECEPCIÓN Y SALA EXPOSITIVA 1: TIEMPOS ANTIGUOS
(Ochava 08, 09 y 10)
- AMBIGÚ-TIENDA
(Ochava 13, 14 y 15)
- TALLERES DIDÁCTICOS (QUIZ SHOW)
(Ochava 24 y 25)
- HALL OF FAME
(Ochava 37, 38 y 39)
- Hornacinas
(Ochava 06, 11, 16 y 31)
- Cuadras y corrales
(Ochava 26, 27, 28, 29 y 30)
- Capilla
(Ochava 23)
- Camerinos
(Ochava 33 y 34)
- Enfermería y quirófano
(Ochava 47, 48 y 49)






- INDICADOR PRINCIPAL**
- -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -






DETALLE DE LAS INTERVENCIONES PRINCIPALES
 FUENTE: Plataforma de Contratación del Sector Público. Pliego Técnico

E2A14 Campaña de Sensibilización de Turista y Ciudadanos: "Turismo Responsable"

Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS A. Gestión de la sostenibilidad turística								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad Muy importante							
Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 12: Producción y consumo responsables.	Objetivo 13: Acción por el clima. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar a turistas y residentes sobre la importancia de preservar el entorno y reducir el impacto ambiental. Promover el consumo responsable y la movilidad sostenible. Fomentar la gestión inteligente de residuos y la eficiencia energética. Impulsar la colaboración público-privada en la difusión de buenas prácticas. Mejorar la imagen del Campo de Gibraltar como destino sostenible. 								
Descripción Global								
La campaña de sensibilización se centra en transmitir mensajes claros y prácticos sobre la conservación del entorno, la reducción de residuos y el apoyo a la lucha contra el cambio climático. Se desarrollan materiales digitales y físicos, traducidos a varios idiomas, y se difunden en canales diversos, priorizando la comunicación digital y la colaboración público-privada. La campaña busca impactar en el comportamiento de turistas y ciudadanos, reforzando la coherencia del territorio con el posicionamiento de la comarca como destino sostenible y responsable.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Definición de la estrategia y conceptos clave de la campaña. Creación y difusión de materiales atractivos en diferentes canales. Traducción y adaptación de contenidos a varios idiomas. Colaboración con empresas y entidades locales para la difusión. Seguimiento del impacto y ajuste de la campaña según resultados. 			<ul style="list-style-type: none"> Kg de residuos generados por el turismo. Incremento del uso de movilidad eléctrica y sostenible. N.º de empresas colaboradoras en la campaña. Nivel de concienciación y satisfacción de turistas y residentes. 		<ul style="list-style-type: none"> Impacto en la reducción de residuos y mejora del entorno. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio								Presupuesto*
			Dep. Adm. Superior	- €	- €	- €	- €	- €

E2A15 Adaptación de Eficiencia energética de los edificios de la Mancomunidad y de las oficinas turísticas

Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Sostenibilidad								
SOS C. Conservación y mejora del medioambiente								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Muy importante					
Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.	Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 13: Acción por el clima.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumentar la eficiencia energética de los edificios públicos y oficinas turísticas. ▪ Reducir el consumo energético y las emisiones de CO₂ en la comarca. ▪ Mejorar la sostenibilidad y la imagen de los destinos turísticos. ▪ Optimizar la gestión y el mantenimiento de las infraestructuras turísticas. ▪ Sensibilizar sobre la importancia de la eficiencia energética en el sector turístico. 								
Descripción Global								
La actuación contempla la adaptación y mejora de la eficiencia energética en los edificios de la Mancomunidad y las oficinas turísticas de los municipios, mediante la implantación de medidas pasivas y activas: aislamiento de fachadas y cubiertas, mejoras en climatización, iluminación eficiente, variadores de frecuencia, recuperadores de calor y ventilación nocturna. El objetivo es transformar estos edificios en referentes de sostenibilidad, reducir costes energéticos y contribuir a la imagen responsable del Campo de Gibraltar como destino turístico inteligente.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagnóstico técnico y elaboración de proyectos de eficiencia energética. ▪ Ejecución de obras de mejora en climatización, aislamiento y sistemas eléctricos. ▪ Implantación de iluminación eficiente y tecnologías de ahorro energético. ▪ Formación y sensibilización del personal en gestión energética. ▪ Seguimiento y mantenimiento de las mejoras implementadas. 			<ul style="list-style-type: none"> ▪ MW eléctricos ahorrados en los edificios intervenidos. ▪ Reducción porcentual del consumo energético anual. ▪ N.º edificios adaptados y certificados en eficiencia energética. 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
Dep. Adm. Superior			- €	- €	- €	- €	- €	- €

E2A16 Instalación de nebulizadores y sistemas de protección solar en las zonas turísticas							
Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Sostenibilidad							
SOS C. Conservación y mejora del medioambiente							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante			
Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 13: Acción por el clima.					
Objetivos Específicos							
<ul style="list-style-type: none"> Adquirir e instalar nebulizadores y toldos en zonas de flujo turístico. Adaptar los espacios turísticos a las altas temperaturas. Aumentar la competitividad y atractivo del destino. Mejorar la imagen y la calidad de vida de residentes y visitantes. Favorecer la experiencia turística confortable y segura. 							
Descripción Global							
La actuación consiste en la adquisición e instalación de equipamientos para mejorar la sensación térmica en zonas de alta afluencia turística (plazas, bulevares, paseos, zonas gastronómicas, parques infantiles, etc.) de los municipios del Campo de Gibraltar. Incluye toldos y nebulizadores, priorizando la adaptación al clima y el bienestar de residentes y turistas. La acción refuerza la resiliencia del destino ante el cambio climático y contribuye a la competitividad y sostenibilidad turística.							
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación			
<ul style="list-style-type: none"> Estudio previo de localizaciones prioritarias y necesidades. Adquisición e instalación de toldos y sistemas de nebulización. Certificación y control sanitario de los sistemas instalados. Cesión y mantenimiento de los equipamientos por los ayuntamientos. Coordinación con agentes públicos y privados del sector turístico. 				<ul style="list-style-type: none"> Metros de calle con nebulizadores y toldos instalados. N.º de zonas turísticas beneficiadas. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de empresas turísticas beneficiadas. Mejora percibida en la experiencia del visitante. 	
Cronograma de Actuación:		2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio							Presupuesto*
Dep. Adm. Superior		- €	- €	- €	- €	- €	- €

6.4. EJE 3 COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

E3A1 Impulso a la difusión formativa del Tejido Productivo Local

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad
---------------------------	------------	------------	------------	----------------	---------------

Innovación					
------------	--	--	--	--	--

INN C. Ecosistema de innovación					
---------------------------------	--	--	--	--	--

Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad	Muy importante
--	-----------	----------------

Objetivo 4: Educación de calidad. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 12: Producción y consumo responsables. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.
--	---

Objetivos Específicos

- Fomentar la profesionalización del sector turístico y comercial de La Línea de la Concepción.
- Promover la capacitación en competencias digitales y sostenibilidad para el fortalecimiento del tejido productivo local.
- Facilitar el acceso a programas de formación especializados (SICTED, ANFITRIONES, Andalucía Lab, etc.) dirigidos a empresas y profesionales.
- Elevar los estándares de calidad de la oferta turística del municipio.
- Incentivar la innovación y el desarrollo continuo en las empresas locales.

Descripción Global

La capacidad competitiva de un destino turístico depende en gran medida del nivel de cualificación de sus agentes económicos. En este sentido, La Línea de la Concepción enfoca esta actuación en la promoción e implementación de programas de formación enfocados en incrementar la calidad, favorecer la digitalización y mejorar la sostenibilidad tanto del sector turístico como del comercial. A través de iniciativas tales como SICTED, ANFITRIONES o Andalucía Lab, entre otras, se pondrán a disposición de empresas y profesionales locales herramientas estratégicas que les permitan adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, ayudando así a consolidar al municipio como un referente innovador y altamente competitivo.






Acciones Específicas	Indicadores de Seguimiento y Evaluación
----------------------	---

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Detección de necesidades de formación dentro del sector productivo local. ▪ Programación de jornadas y talleres orientados a programas SICTED, ANFITRIONES, Andalucía Lab, entre otros. ▪ Establecimiento de un calendario anual para formación especializada. ▪ Promoción y distribución de recursos formativos mediante plataformas digitales y presenciales. ▪ Análisis del impacto de la capacitación en la calidad de los servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de empresas y profesionales participantes en las formaciones. ▪ % de adhesión a programas de calidad. ▪ Nivel de satisfacción de los asistentes (encuestas). ▪ Incremento de certificaciones obtenidas por empresas locales. ▪ Impacto en la percepción de calidad del destino.
--	---

Cronograma de Actuación:	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
--------------------------	------	------	------	------	------	-------

NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio						Presupuesto*
	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €






E3A2 Ruta Molly Bloom: Literatura y Territorio

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Innovación								
INN B. Actividades de innovación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante				
Objetivo 4: Educación de calidad.		Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.						
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Consolidar la Ruta Molly Bloom como producto cultural singular y diferenciador del municipio. Reforzar el vínculo entre literatura, espacio urbano y patrimonio cultural local. Posicionar a La Línea de la Concepción en el ámbito del turismo literario internacional. Impulsar el Bloomsday como evento cultural anual de referencia con identidad propia. Fomentar la participación cultural de la ciudadanía y del tejido cultural local. 								
Descripción Global								
<p>La actuación está orientada a reforzar la identidad cultural de La Línea de la Concepción a través de un relato literario único, vinculando el municipio a la figura de Molly Bloom, personaje icónico de la novela Ulises de James Joyce y símbolo del denominado "flujo de conciencia". La actuación reconoce y pone en valor la relación histórica y simbólica entre la obra y el municipio, articulando un producto turístico-cultural de carácter internacional. En su fase inicial, la actuación prevé la creación artística y colocación de una escultura de Molly Bloom en bronce en el graderío de la Plaza de Toros El Arenal, espacio de alto valor patrimonial y cultural relacionado directamente con la novela. Del mismo modo, se persigue la consolidación del Bloomsday (16 de junio) como cita cultural anual del municipio, mediante una programación estable y reconocible que incluye lecturas de la obra, actividades literarias, acciones escénicas y recorridos urbanos. Esta jornada se desarrollará en espacios emblemáticos como la Biblioteca José Riquelme, librerías, cafeterías, el mercado municipal y la Plaza El Arenal, reforzando la proyección cultural de la ciudad y su conexión simbólica con Dublín, epicentro de la obra. La actuación contribuye así a diversificar la oferta turística del municipio, reducir la estacionalidad y fortalecer su posicionamiento cultural.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Diseño, producción y colocación de la escultura artística de Molly Bloom en la Plaza de Toros El Arenal. Definición y señalización básica del recorrido urbano vinculado a la Ruta Molly Bloom. Programación anual del Bloomsday con actividades literarias, culturales y escénicas. Implicación de agentes culturales locales (biblioteca, librerías, asociaciones y hostelería). Difusión de la ruta y del evento a través de los canales municipales y acciones de promoción cultural. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de elementos patrimoniales y artísticos instalados. N.º de empresas locales implicadas. N.º de asistentes a las actividades culturales. 		<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad del evento en medios y redes sociales. Nivel de satisfacción de participantes y agentes culturales implicados (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el período establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>			18.000 €	6.300 €	11.700 €	- €	- €	36.000 €
								Presupuesto*

E3A3 Programa de eventos náuticos: Eventos a nivel nacional (Real Club Náutico de La Línea)

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Innovación								
INN B. Actividades de innovación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante				
Objetivo 4: Educación de calidad. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 14: Vida submarina. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Reforzar el posicionamiento de La Línea de la Concepción como destino náutico de referencia. Incrementar la atracción de visitantes vinculados a eventos deportivos náuticos. Potenciar las actividades deportivas y sociales como seña de identidad del Real Club Náutico. Fomentar la participación infantil y juvenil en disciplinas náuticas. Generar impacto turístico y económico asociado a eventos deportivos de ámbito nacional. 								
Descripción Global								
El Programa de Eventos Náuticos se articula en torno al Real Club Náutico de La Línea de la Concepción, una de las entidades deportivas más emblemáticas del municipio y del Campo de Gibraltar, con una trayectoria consolidada desde su fundación en 1946. La actuación tiene como finalidad estructurar y potenciar un calendario estable de eventos náuticos de ámbito nacional, capitalizando la tradición, experiencia y prestigio del Club en disciplinas como la vela ligera. El programa se orienta tanto al ámbito deportivo como social, integrando competiciones, encuentros técnicos, jornadas formativas y actividades de divulgación vinculadas al mar. La histórica apuesta del Club por la práctica amateur y la promoción de la vela infantil y juvenil constituye un elemento clave de esta actuación, alineando deporte, educación y valores. La celebración de eventos náuticos contribuye a dinamizar el puerto y el frente marítimo, a desestacionalizar la demanda turística y a proyectar la imagen de La Línea como ciudad vinculada al mar, al deporte y a la sostenibilidad, reforzando sinergias con el tejido económico local.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Diseño de un calendario anual de eventos náuticos de ámbito nacional. Organización de regatas y competiciones. Desarrollo de jornadas formativas y encuentros técnicos vinculados a la navegación. Impulso de actividades específicas para vela infantil y juvenil. Coordinación con servicios municipales para la logística y promoción de eventos. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de eventos náuticos organizados al año. N.º de participantes y clubes asistentes. Impacto económico estimado en hostelería y alojamiento. 		<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de los eventos en medios y redes sociales. Nivel de satisfacción de participantes y agentes económicos implicados (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio								Presupuesto*
			Pdte. Def.	Pdte. Def.	Pdte. Def.	Pdte. Def.	Pdte. Def.	- €

E3A4 Desarrollo de Productos y Experiencias Turísticas Competitivas dentro del destino

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Innovación								
INN B. Actividades de innovación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante				
<p>Objetivo 4: Educación de calidad.</p> <p>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.</p> <p>Objetivo 12: Producción y consumo responsables.</p>		<p>Objetivo 14: Vida submarina.</p> <p>Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres</p> <p>Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.</p>						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estructurar y visibilizar productos turísticos competitivos del municipio. ▪ Diversificar la oferta turística más allá del sol y playa. ▪ Incrementar la estancia media y el gasto turístico. ▪ Mejorar la promoción y comercialización de experiencias locales. ▪ Reforzar la identidad turística de La Línea de la Concepción. 								
Descripción Global								
<p>Esta actuación tiene como finalidad impulsar el desarrollo, promoción y consolidación de productos y experiencias turísticas competitivas en La Línea de la Concepción, poniendo en valor la diversidad de recursos culturales, gastronómicos, naturales y científicos del municipio. La estrategia se basa en la estructuración de productos claros, reconocibles y comercializables, apoyados por materiales promocionales y difusión digital. La actuación contribuye a reforzar la competitividad del destino, a desestacionalizar la demanda y a posicionar a La Línea como un destino versátil, con experiencias adaptadas a distintos perfiles de visitante. Se contemplan cuatro grandes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ E3A4.1 Turismo Cultural: Rutas Patrimoniales, material interpretativo, etc. ▪ E3A4.2 Turismo Gastronómico: Experiencias Culinarias, degustaciones, etc. ▪ E3A4.3 Turismo Astronómico: Colaboraciones con la Asociación Astronómica del Campo de Gibraltar, actividades nocturnas, talleres. etc. ▪ E3A4.4 Turismo de Naturaleza y Fauna: Turismo ornitológico, avistamiento de cetáceos, etc. 								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño y producción de material promocional de los productos turísticos. ▪ Difusión en portales web y redes sociales municipales. ▪ Desarrollo de experiencias piloto en cada ámbito temático. ▪ Colaboración con asociaciones y empresas especializadas. ▪ Integración de los productos en la estrategia de promoción municipal. 			<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de productos turísticos desarrollados y promocionados. ▪ N.º de acciones promocionales realizadas. ▪ N.º de materiales generados. 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grado de notoriedad de las actividades en medios y redes sociales. ▪ Grado de satisfacción de usuarios y operadores locales (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small></p>			4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	20.000 €
								Presupuesto*

E3A5 Integración en la Ruta Cultural Europea de Monumentos Fortificados “Forte Cultura”

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad
Innovación					
INN B. Actividades de innovación					
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Muy importante		

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.

Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.

Objetivos Específicos

- Mantener y consolidar la integración de La Línea de la Concepción en la Ruta Cultural Europea Forte Cultura.
- Reforzar la protección, valorización y uso turístico del patrimonio fortificado del municipio.
- Favorecer la transformación de los monumentos defensivos en recursos culturales y turísticos activos.
- Incrementar la visibilidad nacional e internacional del patrimonio militar linense.
- Sensibilizar a la ciudadanía y a los visitantes sobre el valor histórico y cultural de los sistemas defensivos.

Descripción Global

La Línea de la Concepción forma parte, desde 2018, de la Ruta Cultural Europea de Monumentos Fortificados “Forte Cultura”, siendo el único municipio representado en España dentro de esta red europea. Esta integración se sustenta en la singularidad y relevancia de su patrimonio defensivo, destacando la línea de fortificaciones del siglo XVIII y la red de búnkeres de la Segunda Guerra Mundial, elementos que reflejan el papel estratégico del municipio en distintos periodos históricos. La actuación se orienta al mantenimiento y consolidación activa de esta pertenencia, reforzando el compromiso municipal con la conservación del patrimonio arquitectónico militar y su aprovechamiento como recurso cultural y turístico. A través de la participación continuada en la red Forte Cultura, La Línea de la Concepción impulsa la transformación de estos espacios defensivos en lugares de interpretación, divulgación y visita, integrándolos en la oferta turística del municipio de forma coherente y sostenible. Asimismo, la actuación contribuye a posicionar el patrimonio fortificado como un elemento identitario del destino, favoreciendo su incorporación a rutas culturales, programas educativos y acciones de sensibilización, alineadas con una visión europea compartida de protección y valorización del patrimonio histórico.

Acciones Específicas






- Mantenimiento de la adhesión y participación activa en la red Forte Cultura.
- Coordinación con la red europea para el intercambio de buenas prácticas en gestión patrimonial.
- Integración del patrimonio fortificado en la oferta turística municipal.
- Desarrollo de acciones de difusión y sensibilización sobre el valor de los monumentos defensivos.
- Colaboración con entidades culturales y patrimoniales a escala local y europea.

Indicadores de Seguimiento y Evaluación

- N.º de acciones desarrolladas en el marco de Forte Cultura.
- N.º de elementos patrimoniales incluidos.
- N.º de acciones promocionales que incluyan al patrimonio fortificado.
- Grado de notoriedad de las acciones en medios y redes sociales.
- Grado de sensibilización ciudadana y valoración del patrimonio (encuestas).

Cronograma de Actuación:	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio	860 €	860 €	860 €	860 €	860 €	4.300 €
						Presupuesto*

E3A6 Rutas Temáticas Locales

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Innovación									
INN B. Actividades de innovación									
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad Importante							
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 12: Producción y consumo responsables. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos									
<ul style="list-style-type: none"> Diversificar la oferta turística del municipio fuera de la temporada estival. Reforzar el uso turístico del espacio urbano y del patrimonio local. Fomentar la participación ciudadana y del tejido asociativo y comercial. Incrementar la afluencia de visitantes en periodos de menor demanda. Potenciar productos turísticos de proximidad con identidad local. 									
Descripción Global									
<p>La actuación se centra en la continuidad y consolidación de diversas rutas temáticas locales que se desarrollan principalmente fuera de la temporada alta, contribuyendo a la desestacionalización turística y a la dinamización del centro urbano. Estas rutas permiten reinterpretar el patrimonio histórico, arquitectónico, social y comercial de La Línea de la Concepción desde enfoques complementarios, generando experiencias culturales accesibles tanto para residentes como para visitantes. Las rutas se configuran como productos turísticos flexibles, de carácter urbano y participativo, impulsados desde la Delegación Municipal de Turismo en colaboración con asociaciones locales y entidades comerciales. Su desarrollo favorece la activación del espacio público, el fortalecimiento del comercio de proximidad y la puesta en valor de relatos locales que refuerzan la identidad del municipio. Las rutas, descritas en la siguiente página, son:</p> <ul style="list-style-type: none"> E3A6.1 Ruta del Centro y sus Leyendas Misteriosas. E3A6.2 Ruta de las Casas Burguesas. E3A6.3 Impulso al Comercio local. 									
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Programación anual de rutas temáticas fuera de la temporada estival. Coordinación con asociaciones culturales y comerciales. Difusión de las rutas a través de canales municipales. Incorporación progresiva de nuevos relatos y espacios urbanos. Evaluación y mejora continua de los formatos de visita. 				<ul style="list-style-type: none"> N.º de rutas temáticas organizadas al año. N.º de participantes por ruta. Incremento del grado de ocupación hotelera en las fechas de las rutas. Grado de notoriedad de las rutas en medios y redes sociales. Grado de satisfacción de participantes y agentes implicados (encuestas). 					
Cronograma de Actuación:				2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>									Presupuesto*
				Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €

E3A6.1 Ruta del Centro y sus Leyendas Misteriosas

Esta ruta guiada se desarrolla coincidiendo con Halloween y la víspera de Todos los Santos, proponiendo un recorrido por el centro urbano a través de edificios, calles y enclaves vinculados a leyendas, relatos populares y sucesos históricos de carácter enigmático. La iniciativa ofrece una lectura alternativa del pasado del municipio, combinando divulgación histórica y narrativa simbólica, y se ha consolidado como una actividad cultural de elevada participación ciudadana.






E3A6.2 Ruta de las Casas Burguesas

Organizada por la Delegación de Turismo en colaboración con la asociación Protección Histórica Linense (PHL), esta ruta se desarrolla en periodos de menor afluencia turística, normalmente a comienzos o finales de año. Su objetivo es dar a conocer el patrimonio arquitectónico del centro histórico, poniendo en valor las casas burguesas que reflejan el desarrollo urbano y social de la ciudad, y acercando este legado tanto a residentes como a visitantes.






E3A6.3 Impulso al Comercio Local: Ruta de la Seda

La Ruta de la Seda surge como una iniciativa de dinamización comercial impulsada por APYMELL, en colaboración con el Ayuntamiento y con el respaldo de la Diputación de Cádiz. La actuación busca reforzar el atractivo del centro urbano como espacio de paseo, consumo y experiencia, conectando el legado histórico con el comercio actual mediante ambientación temática, actividades culturales, promociones en establecimientos adheridos, animación callejera y acciones singulares como desfiles de moda en vías emblemáticas.






E3A7 Impulso a la Vía Serrana del Camino de Santiago: Red de Señalética

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Innovación							
INN B. Actividades de innovación							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Importante			
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.					
Objetivos Específicos							
<ul style="list-style-type: none"> Consolidar a La Línea de la Concepción como Km 0 de la Vía Serrana del Camino de Santiago. Mejorar la orientación, seguridad y experiencia del peregrino en el tramo urbano. Reforzar la visibilidad del Camino de Santiago dentro del municipio. Favorecer la accesibilidad y continuidad del itinerario señalizado. Incrementar el flujo de peregrinos y visitantes asociados a la ruta. 							
Descripción Global							
<p>La Línea de la Concepción constituye el punto de inicio de la Vía Serrana del Camino de Santiago, partiendo desde la iglesia de Santiago Apóstol, en la calle Jardines. Además, la Oficina Municipal de Turismo actúa como punto oficial de sellado de la Compostelana, reforzando el papel del municipio dentro de esta ruta jacobea andaluza.</p> <p>La actuación se orienta al fortalecimiento y mejora de la red de señalética del Camino de Santiago en el ámbito municipal, garantizando la correcta identificación del itinerario, su continuidad y su integración en el espacio urbano. La señalética metálica es suministrada por la Asociación Gaditana Jacobea "Vía Augusta", en colaboración con la Diputación de Cádiz, asegurando homogeneidad y coherencia con el resto del trazado.</p>							
Acciones Específicas		Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Instalación y refuerzo de señalética jacobea en el casco urbano. Revisión del trazado y puntos clave del itinerario. Coordinación con la Asociación Gaditana Jacobea "Vía Augusta". Integración de la ruta en materiales informativos municipales. Seguimiento del estado y mantenimiento de la señalización. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de elementos de señalética instalados o renovados. N.º de peregrinos atendidos en la Oficina de Turismo. 		<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de la ruta en medios y redes sociales. Nivel de satisfacción de los peregrinos (encuestas). 			
Cronograma de Actuación:		2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>							Presupuesto*
		Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €






E3A8 Congreso Forte Cultura 2026

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Innovación							
INN B. Actividades de innovación							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Importante			
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.					
Objetivos Específicos							
<ul style="list-style-type: none"> Posicionar a La Línea de la Concepción como referente europeo en patrimonio fortificado. Facilitar el intercambio de conocimiento y buenas prácticas a escala internacional. Impulsar soluciones innovadoras para la conservación y rentabilidad del patrimonio defensivo. Favorecer la creación de redes y proyectos conjuntos europeos. Dar continuidad al Congreso Forte Cultura en futuras ediciones. 							
Descripción Global							
<p>Como miembro activo de la Ruta Cultural Europea de Monumentos Fortificados "Forte Cultura", La Línea de la Concepción acoge la celebración del Congreso Forte Cultura 2026, bajo el patrocinio de la Diputación de Cádiz. Esta cita internacional refuerza el posicionamiento del municipio dentro de la red europea, conectando las realidades locales con una visión compartida de valorización del patrimonio defensivo.</p> <p>El congreso se concibe como un espacio de reflexión, intercambio y cooperación, orientado a transformar los monumentos fortificados en recursos culturales, educativos y turísticos innovadores. La actuación persigue, además, dotar de continuidad a este evento en futuras ediciones, consolidándolo como una herramienta estratégica para la generación de alianzas, proyectos europeos y procesos de certificación cultural.</p>							
Acciones Específicas		Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Organización y celebración del Congreso Forte Cultura 2026. Coordinación con la red europea Forte Cultura y entidades participantes. Difusión nacional e internacional del evento. Captación de conclusiones y buenas prácticas aplicables al municipio. Diseño de una estrategia de continuidad del congreso. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de participantes y países representados. N.º de acuerdos, redes o proyectos derivados. 		<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad del congreso en medios y redes sociales. Nivel de continuidad del congreso en ediciones posteriores. 			
Cronograma de Actuación:		2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small></p>							Presupuesto*
		Patrocinio Diputación	- €	- €	- €	- €	- €

E3A9 Consultoría para la mejora de la competitividad del destino






Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB A. Visión estratégica e implementación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad Muy importante							
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.	Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Transformar el modelo de gestión turística de la comarca hacia el estándar de Destino Turístico Inteligente (DTI). Implementar las acciones y recomendaciones del Plan de Acción DTI elaborado por SEGITTUR. Mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino. Fomentar la colaboración público-privada y la innovación en la gestión turística. 								
Descripción Global								
<p>Con esta actuación se pretende impulsar y poner en marcha algunas de las acciones definidas en el Plan de Acción DTI elaborado por Segittur (2021 y revisado en 2024). Del mismo modo, se prestará apoyo a los municipios en la implantación de los requisitos necesarios para convertirse en Destinos Turísticos Inteligentes, siguiendo la metodología de Segittur.</p> <p>En definitiva, con este servicio, se ayudará a transformar el Campo de Gibraltar en un Destino Turístico Inteligente, asesorando y acompañando a los municipios en todo el proceso.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Apoyo al proceso de implementación de cuestionarios DTI por parte de SEGITTUR Redacción de Planes Estratégicos Municipales, así como el Plan Estratégico de Turismo y Plan de Acción de ámbito comarcal. Desarrollo de la Estrategia/Plan de Innovación Comarcal para el desarrollo de productos turísticos innovadores. Plan de Formación para técnicos de turismo y empresa Sistema de indicadores de Sostenibilidad del Destino. Impulso a la comisión interdepartamental Activación del Consejo Económico y Social de turismo de la mancomunidad. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de acciones definidas por ejes/municipios % de municipios que aprueban y comienzan a ejecutar sus planes. N.º de técnicos y empresas formadas y nivel de satisfacción. 		<ul style="list-style-type: none"> Resultados de auditoría y certificación. N.º de Indicadores de sostenibilidad y fuentes de referencia que componen el Observatorio de Sostenibilidad. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el período establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
			Dep. Adm. Superior	- €	- €	- €	- €	- €

E3A10 Diagnóstico y plan de Acción DTI municipios de la comarca






Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB A. Visión estratégica e implementación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad Muy importante							
Objetivo 4: Educación de calidad. Objetivo 5: Igualdad de género. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivo 10: Reducción de las desigualdades. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 12: Producción y consumo responsables. Objetivo 13: Acción por el clima. Objetivo 14: Vida submarina. Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Dotar a cada municipio de un diagnóstico y plan de acción DTI particularizado. Identificar áreas de mejora y diseñar estrategias adaptadas a cada realidad local. Impulsar la certificación DTI en todos los municipios. Mejorar la competitividad, sostenibilidad y accesibilidad del destino. Sensibilizar y formar a los agentes implicados en la metodología DTI. 								
Descripción Global								
La actuación consiste en la elaboración de diagnósticos y planes de acción DTI para cada municipio del Campo de Gibraltar, siguiendo la metodología SEGITTUR y la norma UNE 178501. Se identifican áreas de mejora en los cinco ejes estratégicos y se diseñan planes adaptados a las competencias municipales. El objetivo es garantizar un desarrollo turístico equilibrado, sostenible e inteligente en toda la comarca, evitando que ningún municipio quede rezagado.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de diagnósticos DTI para cada municipio. Diseño de planes de acción adaptados a cada realidad local. Formación de empleados públicos en metodología DTI. Seguimiento y evaluación de la implementación. Coordinación con SEGITTUR y la Secretaría de Estado de Turismo. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de diagnósticos y planes de acción elaborados. N.º de empleados públicos formados. Porcentaje de municipios certificados como DTI. 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio								Presupuesto*
			Dep. Adm. Superior	- €	- €	- €	- €	- €

6.5. EJE 4 TRANSICIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DEL DESTINO






E4A1 Web Turística del Destino

Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Tecnología								
TEC C. Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad		Muy importante					
Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Dotar a La Línea de la Concepción de un portal turístico oficial, estructurado y actualizado. Centralizar la información turística municipal en un canal digital de referencia. Mejorar la experiencia de navegación y acceso a contenidos turísticos por parte del visitante. Reforzar el posicionamiento digital del municipio como destino turístico competitivo. Facilitar la promoción equilibrada de los distintos productos turísticos del destino. 								
Descripción Global								
<p>La actuación contempla el diseño, desarrollo y puesta en marcha del portal web oficial de turismo de La Línea de la Concepción, concebido como el principal canal institucional de información turística del municipio. El portal permitirá estructurar de manera clara y accesible la oferta turística local, integrando recursos naturales, patrimoniales, culturales, gastronómicos y de ocio, así como servicios turísticos, eventos y propuestas de visita.</p> <p>La web incorporará contenidos multimedia de calidad, como vídeos, galerías de imágenes, guías descargables e itinerarios temáticos, que faciliten la planificación del viaje y refuercen la imagen del municipio como destino atractivo, accesible y conectado. Esta herramienta se configura como una pieza clave dentro del proceso de transformación digital del destino y del avance de La Línea de la Concepción hacia el modelo de Destino Turístico Inteligente.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Diseño de la arquitectura de contenidos y estructura del portal turístico. Desarrollo web con criterios de usabilidad, accesibilidad y diseño responsive. Generación de contenidos turísticos específicos (textos, imágenes, vídeos, guías, calendario de eventos, etc.). Integración de recursos multimedia y materiales descargables. Puesta en marcha y seguimiento del funcionamiento del portal Mantenimiento y actualización periódica de la información publicada. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de visitas mensuales al portal web. Tiempo medio de permanencia en la web. N.º de contenidos, recursos y productos turísticos publicados. 		<ul style="list-style-type: none"> Nivel de accesibilidad y usabilidad del portal. Grado de satisfacción de los usuarios. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>			15.000 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	21.000 €
								Presupuesto*






E4A2 Renovación de la App de Realidad Aumentada de La Línea de la Concepción (con versión web y modelos 3D)

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Tecnología							
TEC C. Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad Importante					
Objetivo 4: Educación de calidad. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivo 10: Reducción de las desigualdades.		Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.					
Objetivos Específicos							
<ul style="list-style-type: none"> Garantizar la actualización y evolución técnica de la app de Realidad Aumentada de La Línea de la Concepción. Mejorar la interpretación digital del patrimonio histórico y defensivo del municipio. Incorporar progresivamente la totalidad de los recursos turísticos de La Línea. Facilitar el acceso a la herramienta desde dispositivos móviles y versión web. Enriquecer la experiencia del visitante mediante contenidos inmersivos y didácticos. 							
Descripción Global							
<p>La Línea de la Concepción AR es una aplicación gratuita basada en tecnología de Realidad Aumentada, que permite al visitante acceder a información interactiva en tiempo real sobre los principales puntos de interés del municipio. Esta actuación se centra en su renovación, mantenimiento y evolución, incorporando modelos 3D de las fortificaciones históricas, especialmente las vinculadas a la Línea de Contravalación, así como la integración progresiva de todos los recursos turísticos del destino.</p> <p>La actuación contempla además su portabilidad a una versión web, asegurando un acceso universal a los contenidos y garantizando la compatibilidad con los sistemas operativos más recientes. De este modo, se refuerza una narrativa innovadora que conecta el legado histórico, cultural y natural de La Línea de la Concepción con las posibilidades de la tecnología digital aplicada al turismo.</p>							
Acciones Específicas		Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Actualización técnica y mantenimiento de la aplicación móvil. Desarrollo de modelos 3D de las fortificaciones del municipio. Incorporación progresiva de nuevos recursos turísticos. Desarrollo e integración de la versión web de la aplicación. Optimización de compatibilidad y rendimiento en dispositivos. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de actualizaciones y mejoras técnicas implementadas en la aplicación. N.º de modelos 3D desarrollados. N.º de recursos incorporados en la aplicación. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de descargas de la aplicación (Google Play y Apple). Valoración media de la aplicación en Google Play y Apple. 			
Cronograma de Actuación:		2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>		- €	15.000 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	Presupuesto* 19.500 €






E4A3 Estrategia Integral de Promoción y Gestión Digital del Destino (Estrategia de Marketing Digital)

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad		
Gobernanza								
GOB A. Visión estratégica e implementación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante				
Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.						
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una estrategia digital integrada orientada a consolidar la imagen turística digital de La Línea de la Concepción. Incrementar el alcance, la interacción y la conversión de los contenidos digitales, mediante la producción de contenidos bajo el enfoque de branded content (contenido de marca). Definir una narrativa digital coherente y alineada con la marca destino, que genere una conexión emocional con el público visitante. Incrementar el alcance, la interacción y la conversión de los contenidos digitales, en particular el portal turístico y las redes sociales institucionales. Reforzar la visibilidad y competitividad de La Línea de la Concepción en el entorno online. 								
Descripción Global								
<p>La actuación contempla el diseño de una Estrategia Integral de Promoción y Gestión Digital del Destino, orientada a consolidar la presencia online de La Línea de la Concepción como destino turístico auténtico, emocional y sostenible. La estrategia se basará en técnicas de branded content, storytelling y generación de contenidos de alto valor, capaces de comunicar de forma eficaz los atributos diferenciales del municipio, además de campañas de email marketing, estrategias SEO/SEM, etc. Se aprovecharán las infraestructuras digitales existentes, como el futuro portal web de turismo (contemplado en la actuación E4A1) y las redes sociales municipales, articulando una estrategia coordinada que permita maximizar el impacto de la comunicación digital, reforzar la identidad de marca y adaptarse a un entorno turístico en constante transformación.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Definición del diseño inicial para la estrategia digital y posicionamiento online. Diseño de la narrativa de marca y líneas de contenidos audiovisuales alineados con la imagen de La Línea de la Concepción. Gestión y dinamización profesional de las redes sociales, planificando acciones digitales por segmentos y productos. Optimización del portal turístico municipal (estrategias SEO/SEM) orientada a mejorar la experiencia del usuario y el posicionamiento en motores de búsqueda. Seguimiento de indicadores digitales y preparación de informes de rendimiento. 			<ul style="list-style-type: none"> Incremento del tráfico web y tiempo medio de navegación. N.º de contenidos producidos y nivel de interacción por publicación. Alcance total en redes sociales y crecimiento de comunidades digitales. 		<ul style="list-style-type: none"> Conversiones en campañas digitales (clics, reservas, descargas, etc.). Mejora del posicionamiento SEO del portal turístico. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small></p>			- €	- €	15.000 €	- €	15.000 €	19.500 €
								Presupuesto*






E4A4 Maquetas Turísticas Inteligentes y Paneles Interpretativos: Fuerte de Santa Bárbara

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Tecnología								
TEC C. Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad Muy importante							
Objetivo 4: Educación de calidad. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.	Objetivo 10: Reducción de las desigualdades. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poner en valor el patrimonio defensivo histórico de La Línea de la Concepción, facilitando su comprensión mediante recursos interpretativos innovadores. ▪ Mejorar la interpretación histórica del Fuerte de Santa Bárbara, enriqueciendo el conocimiento sobre su evolución y relevancia local. ▪ Garantizar una experiencia inclusiva y accesible para todos los públicos, eliminando barreras y promoviendo la participación activa. ▪ Incorporar tecnología accesible y tiflológica en la divulgación patrimonial, facilitando el acceso autónomo a la información relevante. ▪ Reforzar el valor educativo y turístico del enclave, consolidando su atractivo dentro de la oferta cultural local. 								
Descripción Global								
<p>El Fuerte de Santa Bárbara fue una fortificación militar defensiva integrada en la Línea de Contravalación, un sistema de fortificaciones establecido en el siglo XVIII para la protección del istmo de Gibraltar. La intervención se enfoca en el suministro e instalación de maquetas turísticas inteligentes y paneles interpretativos orientados a facilitar la divulgación de la arquitectura defensiva y los vestigios del Fuerte de Santa Bárbara. Se prevé una experiencia inclusiva y educativa, mediante tecnologías accesibles que aseguren la interacción autónoma de cualquier visitante. Las maquetas turísticas inteligentes incorporarán tecnología digital accesible y tiflológica; la primera maqueta ilustrará la evolución histórica de la línea defensiva desde el núcleo histórico hasta la frontera con Gibraltar, mientras que la segunda presentará una recreación detallada a escala reducida del Fuerte de Santa Bárbara. Los paneles interpretativos constarán de tres imágenes basadas en modelos 3D que representarán fielmente la reconstrucción del fuerte en su estado original, superponiendo gráficamente estos modelos sobre los elementos aún conservados, tales como muros, escarpa, contraescarpa, foso, banqueta, troneras y accesos.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño y producción de maquetas turísticas inteligentes. ▪ Integración de tecnología digital accesible: Video mapping, Pantallas táctiles, Interfaces multilingües, Pulsadores físicos con braille. ▪ Instalación de iluminación LED y elementos táctiles para facilitar la comprensión espacial. ▪ Diseño e instalación de paneles interpretativos en reconstrucciones 3D. ▪ Desarrollo de contenidos históricos y pedagógicos adaptados a diferentes perfiles de visitantes. ▪ Adecuación del espacio expositivo para garantizar accesibilidad y correcta visualización. ▪ Campaña de difusión para dar a conocer los nuevos recursos interpretativos. ▪ Coordinación con áreas municipales (Cultura, Patrimonio, Turismo, Urbanismo). 			<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de maquetas inteligentes instaladas. ▪ N.º de paneles interpretativos instalados. ▪ % de contenidos disponibles en formato accesible (braille, lectura fácil, audio, multilingüe). ▪ N.º de recursos digitales integrados (video mapping, pantallas táctiles, etc.). ▪ % Inversión ejecutada vs. inversión prevista ▪ N.º de visitantes al centro de interpretación del Fuerte de Santa Bárbara. ▪ Nivel de satisfacción del visitante respecto a la experiencia interpretativa (encuestas). ▪ N.º de interacciones registradas en dispositivos digitales (uso de pantallas, activación de video mapping, etc.). 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>			65.000 €	- €	- €	- €	- €	Presupuesto* 65.000 €






E4A5 Implantación Señalética Inteligente NAVILENS (rutas, museos, casco histórico, playas)

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Tecnología	Accesibilidad								
TEC C. Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo	ACC B. Implantación de la accesibilidad en el DTI								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye				Prioridad Importante					
Objetivo 4: Educación de calidad.		Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.							
Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivo 10: Reducción de las desigualdades.									
Objetivos Específicos									
<ul style="list-style-type: none"> Garantizar el acceso autónomo a la información turística para personas con discapacidad visual. Mejorar la accesibilidad universal en rutas, museos, casco histórico y playas. Eliminar barreras informativas en el espacio turístico municipal. Reforzar el compromiso del municipio con el turismo inclusivo. Integrar tecnología accesible en la señalética turística existente. 									
Descripción Global									
<p>La actuación contempla la implantación de tecnología NaviLens en la señalética turística de La Línea de la Concepción, permitiendo que la información se convierta automáticamente en audio a través de dispositivos móviles. Esta solución facilita la orientación y el acceso autónomo a los recursos turísticos, especialmente para personas con discapacidad visual o dificultades cognitivas.</p> <p>La iniciativa se desplegará en rutas turísticas, museos, casco histórico y playas, reforzando un modelo de turismo accesible, inclusivo y alineado con los principios del diseño universal. La incorporación de NaviLens contribuye a eliminar barreras, mejorar la experiencia de visita y posicionar a La Línea como destino comprometido con la accesibilidad.</p>									
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Identificación de puntos estratégicos para la señalética NaviLens. Instalación de códigos en recursos turísticos prioritarios. Adaptación de contenidos turísticos accesibles. Integración con la señalética existente. Difusión y seguimiento del uso de la tecnología. 				<ul style="list-style-type: none"> N.º de códigos NaviLens instalados. N.º de recursos turísticos adaptados. N.º de consultas por código. Valoración de usuarios (encuestas digitales). 					
Cronograma de Actuación:				2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>				- €	- €	25.000 €	- €	- €	Presupuesto* 25.000 €

E4A6 Proyecto comarcal de digitalización de oficinas de turismo e información turística

Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Tecnología								
TEC C. Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad Muy importante							
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.	Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Implantar un sistema digital común de gestión de contenidos turísticos para todas las oficinas de turismo de la comarca. Garantizar el acceso a la información turística en municipios rurales mediante puntos de información virtual. Unificar y segmentar la información turística, facilitando la consulta y la toma de decisiones basada en datos. Mejorar la imagen de marca y la cohesión territorial del Campo de Gibraltar, facilitando la labor de los técnicos de turismo y optimizando la atención al visitante. 								
Descripción Global								
<p>La actuación consiste en la digitalización integral de las oficinas de turismo del Campo de Gibraltar, mediante la implantación de un software de gestión de contenidos común y la instalación de puntos de información virtual en municipios rurales. Este sistema permitirá la digitalización de folletos, la organización segmentada de la información, la obtención de informes estadísticos y la proyección de contenidos en diferentes puntos de la comarca. Además, se prevé el desarrollo de una plataforma de comercialización de actividades turísticas y la integración de sistemas de realidad aumentada para la puesta en valor de rutas y elementos patrimoniales. Esta digitalización refuerza la cohesión territorial, mejora la experiencia del visitante y posiciona a la comarca como destino turístico inteligente y sostenible.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Adquisición e implantación de software de gestión de contenidos turísticos. Instalación de puntos de información virtual en municipios sin oficina física. Desarrollo de una plataforma web comarcal para la comercialización de actividades. Integración de sistemas de realidad aumentada y virtual para rutas y recursos turísticos. Formación del personal técnico en el uso de las nuevas herramientas digitales. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de oficinas digitalizadas y puntos de información virtual instalados. N.º de visitas y usuarios nuevos en las plataformas digitales. Tiempo medio de consulta y tasa de conversión en la web. N.º de actividades turísticas comercializadas digitalmente. 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><i>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</i></p>								Presupuesto*
			Dep. Adm. Superior	- €	- €	- €	- €	- €

E4A7 Plan de formación transición digital y sostenibilidad para Empresas y Gestores turísticos






Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB B. Eficiencia en la gestión								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye	Prioridad Muy importante							
Objetivo 4: Educación de calidad. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.	Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivo 12: Producción y consumo responsables. Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Capacitar a empresas turísticas y gestores en competencias digitales y sostenibilidad. Fomentar la transformación digital de los negocios turísticos locales. Impulsar la gestión sostenible de empresas y destinos turísticos, promoviendo la innovación y la adaptación a las tendencias del mercado turístico. Crear foros de intercambio y resolución de conflictos entre actividad turística y entorno natural y social. 								
Descripción Global								
El plan contempla un programa formativo dirigido a empresas turísticas y gestores del Campo de Gibraltar, enfocado en la transformación digital y la gestión sostenible. Incluye formación en análisis de consumidor, tendencias digitales, presencia online, seguridad, eficiencia energética, reducción de residuos y adaptación a la sostenibilidad. Se ofrecen tutorías personalizadas para la implementación de mejoras y se fomenta la creación de foros para la resolución de conflictos entre turismo y entorno. Esta actuación es clave para alinear a todos los actores turísticos con los objetivos de sostenibilidad y digitalización del destino.								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Diseño e impartición de cursos de transformación digital y sostenibilidad para empresas turísticas. Tutorías y asesoramiento personalizado para la implementación de mejoras. Formación en competencias digitales para gestores turísticos (marketing digital, comercialización online, Big Data). Creación de foros de intercambio y resolución de conflictos sectoriales. Seguimiento y evaluación del impacto de la formación en las empresas y destinos. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de empresas y gestores beneficiados. N.º de acciones formativas realizadas. N.º de asistentes/formación. 		<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de los participantes y profesorado. N.º de acciones formativas en transformación digital. N.º de acciones formativas en sostenibilidad. 			
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
			Dep. Adm. Superior	- €	- €	- €	- €	- €

6.6. EJE 5 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO






E5A1 Diseño y Desarrollo de Campañas Promocionales en Medios Tradicionales "Promoción Sostenible"

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza									
GOB A. Visión estratégica e implementación									
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante					
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.									
Objetivos Específicos									
<ul style="list-style-type: none"> Reforzar el posicionamiento de La Línea de la Concepción como destino turístico sostenible y comprometido con el medio ambiente. Incrementar la visibilidad del municipio en mercados de proximidad y áreas estratégicas del Campo de Gibraltar. Comunicar de forma coherente los valores identitarios, ambientales y urbanos del destino. Apoyar la actividad económica local mediante una promoción equilibrada y continuada. Mejorar la percepción externa del municipio como destino moderno, responsable y atractivo. 									
Descripción Global									
<p>La actuación consiste en el diseño, planificación y ejecución de campañas promocionales en medios de comunicación tradicionales, como prensa escrita, radio, televisión o soportes exteriores, con especial incidencia en el ámbito comarcal del Campo de Gibraltar y otros mercados estratégicos de cercanía. Las campañas se orientarán a poner en valor la identidad turística de La Línea de la Concepción, su diversidad de productos (sol y playa, naturaleza, cultura, etc.) y, de manera destacada, su compromiso con la sostenibilidad, respaldado por reconocimientos como el Premio Andalucía de Medio Ambiente en la categoría de Sostenibilidad y Medio Ambiente Urbano o la participación activa del municipio en la campaña nacional 'Movimiento Banderas Verdes'. Esta actuación permitirá consolidar una narrativa turística positiva, alineada con los valores del destino y con las políticas municipales de sostenibilidad, contribuyendo a mejorar la imagen del municipio y a reforzar su atractivo turístico.</p>									
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Diseño de una estrategia creativa y narrativa común para campañas promocionales. Planificación de campañas en medios comarcales, provinciales y regionales con criterios de segmentación de públicos. Producción de piezas publicitarias adaptadas a distintos formatos (cuñas, anuncios gráficos, spots, cartelería). Integración de mensajes vinculados a sostenibilidad, calidad ambiental y reconocimientos obtenidos por el municipio. Evaluación del impacto y alcance de las campañas para su mejora continua. 				<ul style="list-style-type: none"> N.º de campañas desarrolladas y difundidas. Alcance estimado de las acciones promocionales (audiencia, impactos). N.º de menciones y apariciones en medios. 					
CrONOGRAMA de Actuación:				2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small></p>				1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	7.500 €
									Presupuesto*






E5A2 Eventos Promocionales (Fam trips, Press trips, Blog trips, etc.)

Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza									
GOB A. Visión estratégica e implementación									
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Importante					
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.		Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.									
Objetivos Específicos									
<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el conocimiento directo del destino por parte de agentes estratégicos del sector turístico. Generar contenidos auténticos y prescriptores que refuercen la imagen turística del municipio. Posicionar La Línea de la Concepción como destino diverso, accesible y sostenible. Fomentar la colaboración con operadores, medios y creadores de contenido especializados. Incrementar la presencia del municipio en medios especializados y plataformas digitales. 									
Descripción Global									
La actuación se orienta a la planificación y ejecución de acciones promocionales experienciales dirigidas a agentes clave del sector turístico, tales como operadores turísticos, periodistas especializados, creadores de contenido digital y prescriptores. A través de la organización de Fam Trips, Press Trips y Blog Trips, se ofrecerá a los participantes una experiencia directa y estructurada de la oferta turística de La Línea de la Concepción, poniendo en valor su autenticidad, su carácter fronterizo, la riqueza de su litoral, su patrimonio cultural y su apuesta por la sostenibilidad. Estas acciones permitirán que los participantes actúen como embajadores del destino, generando reportajes, publicaciones y recomendaciones que contribuyan a mejorar el posicionamiento turístico del municipio en diferentes segmentos de mercado.									
Acciones Específicas				Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Identificación y selección de perfiles estratégicos de operadores, medios y creadores de contenido. Diseño de programas de visita adaptados a los productos turísticos prioritarios del municipio. Coordinación con empresas y agentes turísticos locales para la organización de las experiencias. Apoyo logístico y seguimiento de las acciones promocionales desarrolladas. Difusión y recopilación de los contenidos generados tras las visitas. 				<ul style="list-style-type: none"> N.º de Fam Trips y Press Trips realizados. N.º de participantes por acción. N.º de publicaciones, artículos o contenidos generados Alcance en redes sociales y medios digitales. 		<ul style="list-style-type: none"> Diversidad de mercados representados. Percepción y valoración de los participantes. 			
Cronograma de Actuación:				2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>				2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	10.000 €
									Presupuesto*

E5A3 Material Promocional: Actualización y Edición de Soportes. Nueva Guía Turística

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB A. Visión estratégica e implementación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye			Prioridad	Importante				
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 12: Producción y consumo responsables.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Actualizar el material promocional del destino conforme a su identidad y estrategia turística. Garantizar la coherencia gráfica y discursiva de la imagen turística de La Línea de la Concepción. Incorporar criterios de accesibilidad universal y sostenibilidad en los soportes promocionales. Facilitar información clara, atractiva y útil para visitantes y residentes. Reforzar la presencia del destino en puntos de información turística y eventos promocionales. 								
Descripción Global								
<p>La actuación se centra en la actualización, diseño y edición del material promocional de La Línea de la Concepción, tanto en formato físico como digital, con el objetivo de reforzar la imagen del destino y mejorar la calidad de la información turística disponible. Se desarrollará una línea gráfica moderna, homogénea y representativa de la identidad del municipio, incorporando criterios de accesibilidad universal y sostenibilidad en los materiales. Entre los soportes previstos se incluye la edición de una nueva guía turística, con una tirada inicial de 500 unidades físicas, así como planos urbanos, folletos temáticos y recursos digitales descargables. Estos materiales estarán destinados a su distribución en oficinas de turismo, ferias, eventos promocionales y plataformas digitales.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Definición de la línea gráfica y editorial del material promocional del destino. Actualización de contenidos turísticos y cartográficos del municipio. Diseño y edición de la nueva guía turística y otros soportes complementarios. Producción de materiales físicos con criterios de sostenibilidad. Adaptación de los contenidos a formatos digitales accesibles. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de materiales promocionales actualizados. N.º de impresiones de material promocional. N.º de descargas de material publicitario. 					
<ul style="list-style-type: none"> N.º de folletos y guías distribuidos por puntos clave, como oficinas de turismo, eventos, etc. Tipos de elementos promocionales diseñados. Impacto en la visibilidad del destino. 								
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<p><small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small></p>								Presupuesto*
			2.300 €	2.300 €	2.300 €	2.300 €	2.300 €	11.500 €

E5A4 Relaciones Públicas y Eventos (Ferias, Misiones Comerciales, Congresos, etc.)

Alienación Eje/Ámbito DTI	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad			
Gobernanza								
GOB A. Visión estratégica e implementación								
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye					Prioridad Muy importante			
Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.	Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos.							
Objetivos Específicos								
<ul style="list-style-type: none"> Reforzar la presencia institucional del municipio en el ámbito turístico profesional. Posicionar la marca turística de La Línea de la Concepción en foros estratégicos. Establecer relaciones con operadores y entidades del sector turístico. Promover productos turísticos locales en entornos especializados. Favorecer la cooperación público-privada en materia de promoción turística. 								
Descripción Global								
<p>La actuación comprende la participación técnica y presencial del municipio en ferias de turismo, congresos sectoriales, misiones comerciales y encuentros profesionales, priorizando aquellos eventos que aporten valor estratégico y sostenible al posicionamiento del destino.</p> <p>A través de estas acciones, La Línea de la Concepción podrá exponer su oferta turística, reforzar su marca destino y establecer relaciones con operadores turísticos, asociaciones y entidades especializadas, contribuyendo a la diversificación de mercados y al fortalecimiento de la promoción turística del municipio.</p>								
Acciones Específicas			Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Selección de eventos profesionales de interés estratégico para el municipio. Preparación de materiales y mensajes adaptados a cada evento. Participación activa en agendas profesionales y encuentros sectoriales. Seguimiento de contactos y oportunidades generadas. Evaluación del retorno promocional de la participación. 			<ul style="list-style-type: none"> N.º de ferias y visitas comerciales realizadas. N.º de contactos comerciales establecidos. N.º de inclusiones del destino en catálogos de touroperadores. Impacto promocional obtenido (medios, redes, presentaciones). Valoración del sector turístico local. Satisfacción de los agentes turísticos visitados. 					
Cronograma de Actuación:			2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>								Presupuesto*
			9.200 €	9.200 €	9.200 €	9.200 €	9.200 €	46.000 €

E5A5 Diseño y producción de Merchandising

Alienación Eje/Ámbito DTI

Gobernanza

GOB A. Visión estratégica e implementación

Gobernanza Innovación Tecnología Sostenibilidad Accesibilidad



Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye

Prioridad Moderada

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

Objetivo 12: Producción y consumo responsables.

Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles.

Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos

Objetivos Específicos

- Reforzar la imagen del destino mediante soportes físicos promocionales alineados con la identidad turística del municipio.
- Promover valores de sostenibilidad y consumo responsable asociados al destino.
- Incrementar la visibilidad del municipio en eventos y acciones promocionales.
- Apoyar la difusión de la identidad cultural y turística local.
- Garantizar la coherencia gráfica y ambiental del merchandising turístico.

Descripción Global

El merchandising constituye una herramienta eficaz en los ámbitos de promoción y marketing. Cuando estos productos se diseñan con atención y representan la identidad visual del destino, contribuyen significativamente al fortalecimiento de su imagen. Son especialmente relevantes en eventos y campañas promocionales, ya que actúan como obsequios estratégicos que incrementan la visibilidad municipal y favorecen las acciones turísticas. La actuación consiste en el diseño, desarrollo y producción de merchandising turístico vinculado a la imagen de marca de La Línea de la Concepción, incorporando elementos representativos de su cultura, recursos y valores turísticos. Se priorizarán productos sostenibles, reutilizables y respetuosos con el medio ambiente, con especial atención a bolígrafos y bolsas de tela, además de poder incluir elementos gráficos, souvenirs sostenibles, productos artesanales locales, entre otros, que serán utilizados en ferias, eventos promocionales y puntos de información turística. Estos materiales contribuirán a reforzar la imagen del destino y a transmitir un mensaje alineado con los principios de sostenibilidad del municipio.

Acciones Específicas

- Diseño de productos de merchandising alineados con la identidad gráfica del destino.
- Selección de materiales sostenibles y proveedores responsables.
- Producción de merchandising prioritario (bolígrafos, bolsas de tela).
- Distribución en eventos, ferias y oficinas de turismo.
- Evaluación del uso y aceptación de los productos.

Indicadores de Seguimiento y Evaluación

- N.º de productos de merchandising desarrollados y comercializados.
- N.º de artesanos locales implicados.
- Volumen de ventas en la Oficina de Turismo y eventos.
- Grado de satisfacción de visitantes y artesanos.
- Porcentaje de productos con criterios sostenibles
- Impacto en la promoción de la identidad local.

Cronograma de Actuación:

	2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
Presupuesto*	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	15.000 €

NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio

7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

El carácter dinámico de este plan implica la utilización de estrategias, herramientas y fuentes de verificación para su seguimiento y evaluación. Esto facilitará la valoración del avance del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción en relación con los objetivos definidos. Con el propósito de asegurar la transparencia y la divulgación de los resultados obtenidos, cada acción prevista en los ejes estratégicos se acompañará de iniciativas específicas de comunicación y difusión. Dichas acciones permitirán informar oportunamente sobre los avances y logros alcanzados en los distintos ámbitos del proyecto:

- **Plan flexible y adaptable:** Utilizar el plan como una herramienta dinámica y fácilmente modificable, sirviendo como guía eficaz y referente en la toma de decisiones del destino.
- **Control económico y financiero:** Establecer y supervisar la estrategia financiera del plan conforme a las prioridades y necesidades detectadas.
- **Difusión periódica:** Organizar jornadas informativas de manera regular para dar a conocer a la comunidad y a los agentes implicados las actividades y avances del plan.
- **Informes de seguimiento:** Preparar reportes detallados que documenten los resultados y acciones realizadas, distribuyéndolos entre las partes interesadas.
- **Intercambio de experiencias:** Organizar jornadas de carácter público-privado, para compartir casos de éxito, promoviendo la valorización de las acciones implementadas y facilitando la cooperación entre los diversos actores del destino.
- **Implicación agentes del destino:** Involucrar a las entidades principales y áreas funcionales del destino en la consecución de los objetivos propuestos y la puesta en marcha de las acciones.
- **Evaluación anual:** Llevar a cabo informes que incluyan una memoria completa de lo realizado, los resultados obtenidos y los indicadores de impacto socioeconómico.
- **Indicadores de impacto socioeconómico:** Crear y divulgar un conjunto de indicadores que permitan evaluar objetivamente el efecto socioeconómico del plan en el municipio.

La puesta en marcha del procedimiento de comunicación y participación contará con el respaldo de la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar. Este apoyo institucional será clave para favorecer la coordinación, potenciar la difusión de las iniciativas propuestas y garantizar la implicación de todos los actores relevantes en el desarrollo y seguimiento del plan.

En definitiva, se pretende recopilar información sobre los avances del plan y las diferentes actuaciones propuestas, al tiempo que se pretende poder dar a conocer, población, entidades y colectivos implicados, los avances y metas conseguidos.

7.1. ORGANOS DE SEGUIMIENTO

Durante el proceso de seguimiento y evaluación del plan, la función del ente gestor del destino será fundamental, considerando la variedad de ámbitos y áreas implicadas que abarca la actividad turística, desde las perspectivas social y económica, así como funcional.

En este contexto, la Comisión Técnica Interdepartamental constituye el principal mecanismo de coordinación y diálogo entre las áreas municipales que tienen impacto, tanto directa como indirectamente, en el sector turístico. Su objetivo es optimizar la gestión turística local mediante el fomento de una cultura transversal y la facilitación de decisiones informadas que estén alineadas con los principios de sostenibilidad, innovación y accesibilidad. Este órgano permite identificar y canalizar necesidades transversales del turismo, favoreciendo la integración de proyectos y la retroalimentación entre departamentos. De este modo, contribuye al fortalecimiento de La Línea de la Concepción como Destino Turístico Inteligente, capaz de afrontar los retos actuales y futuros del sector, resaltando sus recursos patrimoniales, naturales y culturales.

ÁREAS DEL AYUNTAMIENTO DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN

Área de Servicios Públicos e Infraestructuras: Limpieza; Mantenimiento Urbano; Playas; Contratación y Compras; Asesoría Jurídica; Hacienda; Patrimonio; Personal y Recursos Humanos; Infraestructuras; Parques y Jardines; EMUSVIL; Servicios Generales.

Área de Alcaldía-Presidencia: Protocolo; Relaciones Institucionales; Comunicación y Redes Sociales; Transparencia; Calidad de los Servicios Públicos Locales; Seguridad Ciudadana; Deporte y Juventud

Área de Cohesión Social y Relaciones con la Ciudadanía: Servicios Sociales; Promoción de la Salud; Igualdad; atención social de la Vivienda; Promoción del Empleo local; IMEF; Atención y Participación Ciudadana; Educación; Cementerio; Medio Ambiente y Transición ecológica; Movilidad; Sector pesquero local.

Área de Promoción Social, Cultural, Digital y Territorial: Cultura; Actos Públicos y Eventos; **Turismo**; Festejos; Comercio; Mercado; Sistemas de Información y Telecomunicaciones; Transición Digital; Ordenación del Territorio y Urbanismo.

Del mismo modo, se impulsarán sinergias público-privadas, que fomenten la cooperación y la creación de entornos de confianza para el desarrollo y seguimiento de proyectos conjuntos como el presente Plan, donde las principales asociaciones empresariales linenses formarán parte de la participación activa de la estrategia turística municipal.

Un espacio clave es la Mesa de Turismo y Comercio de La Línea de la Concepción, que se posiciona como un foro estratégico de colaboración, orientado a integrar los distintos agentes del sector turístico y comercial en el desarrollo de estrategias locales. En este sentido, asociaciones como la **Asociación Linense de Autónomos de Hostelería (ALAHO)** y la **Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa (APYMELL)** desempeñan un papel relevante en este ámbito. Esta plataforma tiene como objetivo fortalecer la cooperación, fomentar la innovación e impulsar la cohesión social para potenciar el crecimiento turístico del municipio, asegurando que las políticas y acciones respondan a las necesidades específicas del entorno. Asimismo, la Mesa constituye una herramienta fundamental para alcanzar acuerdos y formular propuestas dirigidas a mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino.

En definitiva, los órganos de seguimiento juegan un papel esencial en la gestión eficaz del plan, permitiendo una evaluación constante y ajustada a la realidad local. La Comisión Técnica Interdepartamental destaca como el principal motor de integración y coordinación del plan, mientras que la Mesa de Turismo y Comercio, con el apoyo de la Asociación Linense de Autónomos de Hostelería (ALAHO) y la Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa (APYMELL), enriquecen el proceso mediante la participación activa y la especialización sectorial, fortaleciendo la transparencia y la participación en el presente plan.

7.2. INDICADORES DE RESULTADO DEL PLAN

El Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción constituye una guía para implementar un modelo innovador de desarrollo turístico en el municipio. Se ha diseñado un cuadro de mando que permite realizar un seguimiento y una evaluación completa a través de diversos indicadores, tanto cuantitativos como cualitativos, para medir con exactitud el progreso hacia los objetivos fijados. Estos indicadores, especificados para cada acción propuesta, ofrecen una herramienta individual para monitorear y evaluar cada iniciativa, y se incorporarán al cuadro de mando para facilitar el análisis regular de los resultados alcanzados.

E1A1 Comisión Técnica Interdepartamental							
Alienación Eje/Ámbito DTI		Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad	
Gobernanza							
GOB B. Eficiencia en la Gestión							
Alineación Agenda 2030: ODS a los que contribuye		Prioridad		Muy importante			
ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.		ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.					
Objetivos Específicos							
<ul style="list-style-type: none"> Consolidar un ente de coordinación interdepartamental para la gestión turística del municipio. Promover la transversalidad y el proceso de retroalimentación entre las áreas vinculadas al sector turístico. Optimizar la comunicación y el flujo de información entre los distintos departamentos. Identificar y canalizar necesidades turísticas transversales en el ámbito municipal. 							
Descripción Global							
La Comisión Técnica Interdepartamental representa el principal espacio de coordinación y diálogo entre las distintas áreas municipales con incidencia directa o indirecta en el ámbito turístico. Su propósito es fortalecer la gestión turística local, fomentando una cultura de transversalidad y facilitando la adopción de decisiones informadas y alineadas con los principios de sostenibilidad, innovación y accesibilidad. Este órgano permite identificar y canalizar las necesidades transversales del sector turismo, promoviendo la integración de proyectos y la retroalimentación interdepartamental. Así, contribuye a la consolidación de La Línea de la Concepción como Destino Turístico Inteligente, preparado para responder a los desafíos presentes y futuros del sector, poniendo en valor sus recursos patrimoniales, naturales y culturales.							
Acciones Específicas		Indicadores de Seguimiento y Evaluación					
<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de un calendario de reuniones periódicas interdepartamentales. Elaboración de informes y diagnósticos relativos a la evolución turística y a las necesidades detectadas. Creación de canales internos de comunicación y mecanismos de retroalimentación para proyectos. Impulso de iniciativas colaborativas entre diferentes áreas municipales. Seguimiento sistemático de la implementación de acciones vinculadas al DTI. 		<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones celebradas y actas generadas. N.º de proyectos coordinados entre áreas. Grado de participación de departamentos implicados. N.º de necesidades detectadas y canalizadas. Nivel de satisfacción de los actores internos. 					
Cronograma de Actuación:		2026	2027	2028	2029	2030	TOTAL
<small>NOTA*: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio</small>		Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Presupuesto*
							- €

Ubicación de los indicadores de seguimiento y evaluación específicos de las actuaciones

Para garantizar el seguimiento y la evaluación continuos de las acciones implementadas, se presenta el **Cuadro de Mando del Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción**. Este instrumento, de naturaleza adaptable, permitirá monitorear los avances del proyecto y realizar los ajustes necesarios en función de las realidades del destino.

EJE 1 GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA	
E1A1 Comisión Técnica Interdepartamental	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones celebradas y actas generadas. N.º de proyectos coordinados entre áreas. Grado de participación de las áreas implicadas. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de necesidades detectadas y canalizadas. Nivel de satisfacción de los actores internos.
E1A2 Mesa de Turismo y Comercio de La Línea de la Concepción (ALAHO, APYMELL)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones celebradas e iniciativas recogidas. N.º de participantes por sesión. N.º de propuestas generadas y ejecutadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de los participantes. Grado de implementación de acuerdos adoptados.
E1A3 Panel Turístico del Destino (Informe anual)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de informes elaborados y publicados. Cobertura de indicadores definidos (porcentaje completado). Nivel de acceso público al informe (visitas web). Grado de utilización del informe en la toma de decisiones. Comparativa anual de evolución turística. 	
E1A4 Excelencia y Calidad Certificada: Acceso a certificaciones	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de certificaciones obtenidas por el destino. N.º de empresas/servicios adheridos a programas de calidad. Nivel de satisfacción de la población residente respecto al impacto turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de servicios y prestaciones mejoradas/año N.º de acciones de formación y sensibilización realizadas. Evolución de la imagen del destino en estudios de percepción.
E1A5 Plan Director de Destino Turístico Inteligente (DTI)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de proyectos implementados en cada eje DTI. Grado de cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos en el Plan Director. Incremento del flujo turístico en la comarca y su distribución entre municipios. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas periódicas). Porcentaje de recursos turísticos adaptados a criterios de accesibilidad universal.

EJE 1 GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA

	<ul style="list-style-type: none"> N.º de alianzas y convenios de colaboración establecidos entre municipios y agentes turísticos.
E1A6 Plan de Accesibilidad Turística	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de actuaciones ejecutadas para mejorar la accesibilidad. Porcentaje de espacios turísticos adaptados. Nivel de satisfacción de personas con discapacidad (encuestas). 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de incidencias relacionadas con accesibilidad. Cumplimiento de normativa vigente en materia de accesibilidad. N.º de certificaciones de accesibilidad obtenidas.
E1A7 Plan de Marketing Turístico	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de acciones promocionales planificadas y ejecutadas. Grado de cumplimiento de objetivos definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Impacto de las campañas en notoriedad y demanda. Nivel de adaptación de la estrategia a resultados obtenidos.

EJE 2 SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES

E2A1 Plan de Embellecimiento Urbano	
<ul style="list-style-type: none"> N.º espacios públicos intervenidos. m2 de superficie recuperada o mejorada. N.º de elementos de mobiliario urbano instalados o renovados. 	<ul style="list-style-type: none"> Inversión ejecutada respecto a la prevista (%). Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas). Incremento del atractivo turístico del municipio (medido por N.º visitas, reseñas RRSS, etc.).
E2A2 Revitalización, Embellecimiento y Mejoras del Parque Princesa Sofía	
<ul style="list-style-type: none"> % de superficie de parque intervenida m2 de superficie recuperada o mejorada. N.º de elementos de mobiliario urbano instalados o renovados. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de luminarias renovadas. Metros lineales de itinerarios accesibles creados o rehabilitados. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A3 Puesta en valor y rehabilitación de la red de Bunkers del municipio	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de búnkers rehabilitados respecto al total existente. % de actuaciones ejecutadas según planificación. % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de elementos de señalética instalados. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A4 Mantenimiento de Equipamientos Culturales y Museos	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de actuaciones de mantenimiento realizadas anualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).

EJE 2 SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES

<ul style="list-style-type: none"> N.º de intervenciones preventivas realizadas en instalaciones críticas (climatización, iluminación, seguridad). % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de costes anual derivados de reparaciones urgentes gracias a la prevención (%). N.º de visitantes a museos y galerías/ % de incremento anual.
E2A5 Renaturalización de Espacios Costeros	
<ul style="list-style-type: none"> N.º metros lineales de dunas restauradas o creadas. Superficie (m² o ha) de vegetación dunar plantada o regenerada. Nº de estructuras de protección instaladas (pasarelas, cerramientos, captadores de arena). 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción del retroceso de la línea de costa (m/año). % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A6 Conservación de la biodiversidad marina en el municipio	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de sesiones de formación impartidas a personal municipal. N.º de agentes y trabajadores municipales formados. N.º de campañas de sensibilización desarrolladas. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de varamientos atendidos siguiendo el protocolo. N.º de actuaciones conjuntas entre administraciones. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A7 Recuperación de la Playa de Poniente	
<ul style="list-style-type: none"> N.º Metros lineales de franja de protección señalizada. Superficie total (m²/ha) incluida en la franja de protección. Volumen total de arena aportada (m³). 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción del retroceso de la línea de costa (m/año). Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A8 Nueva Oficina de Turismo y Aula de la Naturaleza en el Parque Princesa Sofía	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones técnicas realizadas. Superficie útil total proyectada (m²). Superficie total Construida (m³). 	<ul style="list-style-type: none"> Coste estimado por m² construido. % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A9 Mantenimiento y Consolidación de la Red de Playas Accesibles	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de playas del municipio con equipamientos accesibles operativos. N.º de nuevos equipamientos instalados. N.º de playas incorporadas a la red accesible. 	<ul style="list-style-type: none"> Inversión anual destinada a mantenimiento y renovación. % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
E2A10 Renovación y mejora Señalización Turística del Destino	
<ul style="list-style-type: none"> Nº de señales renovadas o sustituidas. N.º de nuevas señales instaladas por tipología (direccionales, interpretativas, orientativas). N.º de puntos turísticos con señalización digital integrada. 	<ul style="list-style-type: none"> % Inversión ejecutada vs. inversión prevista Incremento del grado de satisfacción del visitante respecto a la orientación y señalización (encuestas).

EJE 2 SOSTENIBILIDAD: ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES

E2A11 Centro de Interpretación Fuerte Santa Barbara	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ % de superficie del yacimiento acondicionada respecto al total previsto. ▪ % de elementos arqueológicos tratados con conservación preventiva ▪ N.º de elementos de señalización direccional colocados. ▪ Metros lineales de pasarelas instaladas / metros previstos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de paneles interpretativos e informativos instalados. ▪ % Inversión ejecutada vs. inversión prevista ▪ N.º de visitantes al centro de interpretación del Fuerte de Santa Bárbara. ▪ Nivel de satisfacción del visitante respecto a la experiencia interpretativa (encuestas).
E2A12 Propuesta de intervención museográfica y gestión del espacio del nuevo módulo de recepción de visitantes del Fuerte Santa Barbara	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de elementos de señalización y rotulación colocados en el centro. ▪ N.º de personal contratado a nivel externo. ▪ N.º de personal reubicado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ % Inversión ejecutada vs. inversión prevista ▪ N.º de visitantes al centro de interpretación del Fuerte de Santa Bárbara. ▪ Nivel de satisfacción del visitante respecto a la experiencia interpretativa (encuestas).
E2A13 Rehabilitación de estancias y musealización de Plaza de Toros El Arenal	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de estancias rehabilitadas. ▪ N.º de elementos patrimoniales restaurados. ▪ N.º de Instalaciones museográficas instaladas. ▪ N.º de visitantes año. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ % de aumento del N.º de visitantes respecto al año previo. ▪ % Inversión ejecutada vs. inversión prevista. ▪ Nivel de satisfacción de visitantes y residentes (encuestas).
PSTD_E4	E2A14 Campaña de Sensibilización de Turista y Ciudadanos: "Turismo Responsable"
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kg de residuos generados por el turismo. ▪ Incremento del uso de movilidad eléctrica y sostenible. ▪ N.º de empresas colaboradoras en la campaña. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nivel de concienciación y satisfacción de turistas y residentes. ▪ Impacto en la reducción de residuos y mejora del entorno.
PSTD_E2	E2A15 Adaptación de Eficiencia energética de los edificios de la Mancomunidad y de las oficinas turísticas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ MW eléctricos ahorrados en los edificios intervenidos. ▪ Reducción porcentual del consumo energético anual. ▪ N.º edificios adaptados y certificados en eficiencia energética. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nivel de satisfacción de usuarios y gestores. ▪ Impacto en la reducción de emisiones de CO₂.
PSTD_E1	E2A16 Instalación de nebulizadores y sistemas de protección solar en las zonas turísticas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metros de calle con nebulizadores y toldos instalados. ▪ N.º de zonas turísticas beneficiadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de empresas turísticas beneficiadas. ▪ Mejora percibida en la experiencia del visitante.

EJE 3 COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	
E3A1 Impulso a la difusión formativa del Tejido Productivo Local	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de empresas y profesionales participantes en las formaciones. % de adhesión a programas de calidad. Nivel de satisfacción de los asistentes (encuestas). 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de certificaciones obtenidas por empresas locales. Impacto en la percepción de calidad del destino.
E3A2 Ruta Molly Bloom: Literatura y Territorio	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de elementos patrimoniales y artísticos instalados. N.º de empresas locales implicadas. N.º de asistentes a las actividades culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad del evento en medios y redes sociales. Nivel de satisfacción de participantes y agentes culturales implicados (encuestas).
E3A3 Programa de eventos náuticos: Eventos a nivel nacional (Real Club Náutico de La Línea)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de eventos náuticos organizados al año. N.º de participantes y clubes asistentes. Impacto económico estimado en hostelería y alojamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de los eventos en medios y redes sociales. Nivel de satisfacción de participantes y agentes económicos implicados (encuestas).
E3A4 Desarrollo de Productos y Experiencias Turísticas Competitivas dentro del destino	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de productos turísticos desarrollados y promocionados. N.º de acciones promocionales realizadas. N.º de materiales generados. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de las actividades en medios y redes sociales. Grado de satisfacción de usuarios y operadores locales (encuestas).
E3A5 Integración en la Ruta Cultural Europea de Monumentos Fortificados "Forte Cultura"	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de acciones desarrolladas en el marco de Forte Cultura. N.º de elementos patrimoniales incluidos. N.º de acciones promocionales que incluyan al patrimonio fortificado. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de las acciones en medios y redes sociales. Grado de sensibilización ciudadana y valoración del patrimonio (encuestas).
E3A6 Rutas Temáticas Locales	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de rutas temáticas organizadas al año. N.º de participantes por ruta. Incremento del grado de ocupación hotelera en las fechas de las rutas. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de las rutas en medios y redes sociales. Grado de satisfacción de participantes y agentes implicados (encuestas).
E3A7 Impulso a la Vía Serrana del Camino de Santiago: Red de Señalética	

EJE 3 COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de elementos de señalética instalados o renovados. N.º de peregrinos atendidos en la Oficina de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad de la ruta en medios y redes sociales. Nivel de satisfacción de los peregrinos (encuestas).
E3A8 Congreso Forte Cultura 2026	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de participantes y países representados. N.º de acuerdos, redes o proyectos derivados. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de notoriedad del congreso en medios y redes sociales. Nivel de continuidad del congreso en ediciones posteriores.
PSTD_E4	E3A12 Consultoría para la mejora de la competitividad del destino
<ul style="list-style-type: none"> N.º de acciones definidas por ejes/municipios. % de municipios que aprueban y comienzan a ejecutar sus planes. N.º de técnicos y empresas formadas y nivel de satisfacción. 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados de auditoría y certificación. N.º de Indicadores de sostenibilidad y fuentes de referencia que componen el Observatorio de Sostenibilidad.
PSTD_E4	E3A13 Diagnóstico y plan de Acción DTI municipios de la comarca
<ul style="list-style-type: none"> N.º de diagnósticos y planes de acción elaborados. N.º de empleados públicos formados. Porcentaje de municipios certificados como DTI. 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de medición en los cinco ejes DTI. Mejora en la gestión y competitividad turística local.

EJE 4 TRANSICIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DEL DESTINO	
E4A1 Web Turística del Destino	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de visitas mensuales al portal web. Tiempo medio de permanencia en la web. N.º de contenidos, recursos y productos turísticos publicados. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de accesibilidad y usabilidad del portal. Grado de satisfacción de los usuarios.
E4A2 Renovación de la App de Realidad Aumentada de La Línea de la Concepción (con versión web y modelos 3D)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de actualizaciones y mejoras técnicas implementadas en la aplicación. N.º de modelos 3D desarrollados. N.º de recursos incorporados en la aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de descargas de la aplicación (Google Play y Apple). Valoración media de la aplicación en Google Play y Apple.
E4A3 Estrategia Integral de Promoción y Gestión Digital del Destino (Estrategia de Marketing Digital)	
<ul style="list-style-type: none"> Incremento del tráfico web y tiempo medio de navegación. 	<ul style="list-style-type: none"> Conversiones en campañas digitales (clics, reservas, descargas, etc.).

EJE 4 TRANSICIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DEL DESTINO

<ul style="list-style-type: none"> N.º de contenidos producidos y nivel de interacción por publicación. Alcance total en redes sociales y crecimiento de comunidades digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejora del posicionamiento SEO del portal turístico.
E4A4 Maquetas Turísticas Inteligentes y Paneles Interpretativos: Fuerte de Santa Bárbara	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de maquetas instaladas. N.º de paneles interpretativos implementados. 	<ul style="list-style-type: none"> Valoración de usuarios (encuestas integradas en las maquetas/paneles).
E4A5 Implantación Señalética Inteligente NAVILENS (rutas, museos, casco histórico, playas)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de códigos Navilens instalados. N.º de recursos turísticos adaptados. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de consultas por código. Valoración de usuarios (encuestas digitales).
PSTD_E3	E4A6 Proyecto comarcal de digitalización de oficinas de turismo e información turística
<ul style="list-style-type: none"> N.º de oficinas digitalizadas y puntos de información virtual instalados. N.º de visitas y usuarios nuevos en las plataformas digitales. Tiempo medio de consulta y tasa de conversión en la web. 	<ul style="list-style-type: none"> N.º de actividades turísticas comercializadas digitalmente. N.º de informes estadísticos generados. Municipios y rutas más consultados.
PSTD_E4	E4A7 Plan de formación transición digital y sostenibilidad para Empresas y Gestores turísticos
<ul style="list-style-type: none"> N.º de empresas y gestores beneficiados. N.º de acciones formativas realizadas. N.º de asistentes/formación. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de los participantes y profesorado. N.º de acciones formativas en transformación digital. N.º de acciones formativas en sostenibilidad.

EJE 5 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO

E5A1 Diseño y Desarrollo de Campañas Promocionales en Medios Tradicionales "Promoción Sostenible"	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de campañas desarrolladas y difundidas. Alcance estimado de las acciones promocionales (audiencia, impactos). N.º de menciones y apariciones en medios. 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento en el tráfico de consultas turísticas al municipio Grado de satisfacción de los agentes implicados.
E5A2 Eventos Promocionales (Fam trips, Press trips, Blog trips, etc.)	
<ul style="list-style-type: none"> N.º de Fam Trips y Press Trips realizados. N.º de participantes por acción. N.º de publicaciones, artículos o contenidos generados. 	<ul style="list-style-type: none"> Alcance en redes sociales y medios digitales. Diversidad de mercados representados. Percepción y valoración de los participantes.

EJE 5 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO

E5A3 Material Promocional: Actualización y Edición de Soportes. Nueva Guía Turística

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de materiales promocionales actualizados. ▪ N.º de impresiones de material promocional. ▪ N.º de descargas de material publicitario. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de folletos y guías distribuidos por puntos clave, como oficinas de turismo, eventos, etc. ▪ Tipos de elementos promocionales diseñados. ▪ Impacto en la visibilidad del destino. |
|--|---|

E5A4 Relaciones Públicas y Eventos (Ferias, Misiones Comerciales, Congresos, etc.)

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de ferias y visitas comerciales realizadas. ▪ N.º de contactos comerciales establecidos. ▪ N.º de inclusiones del destino en catálogos de touroperadores. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impacto promocional obtenido (medios, redes, presentaciones). ▪ Valoración del sector turístico local. ▪ Satisfacción de los agentes turísticos visitados. |
|---|--|

E5A5 Diseño y producción de Merchandising

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de productos de merchandising desarrollados y comercializados. ▪ N.º de artesanos locales implicados. ▪ Volumen de ventas en la Oficina de Turismo y eventos. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grado de satisfacción de visitantes y artesanos. ▪ Porcentaje de productos con criterios sostenibles. ▪ Impacto en la promoción de la identidad local. |
|---|--|

Asimismo, a nivel de **indicadores de seguimiento y evaluación**, en La Línea de la Concepción resulta especialmente relevante considerar el cuadro de control global, o panel de indicadores, elaborado a partir del diagnóstico inicial como Destino Turístico Inteligente. Este panel de indicadores servirá como referencia para establecer las futuras metas del Plan DTI, sentando las bases para una política de desarrollo turístico inteligente de carácter transversal y orientada a la mejora de la competitividad del destino, basada en los 5 pilares del modelo (gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad). Estos indicadores deberán estar **alineados con las normas horizontales del modelo DTI, como la Norma UNE 178501** que regula el Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes: Requisitos, la **Norma UNE 178502** Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes y la **Norma UNE 178503** de Semántica Aplicada a Destinos Turísticos Inteligentes.

ANEXO I: ANÁLISIS PROCESO PARTICIPATIVO

A.1. INTRODUCCIÓN

El presente Anexo incorpora el **análisis del proceso participativo desarrollado en el marco del Proyecto de Mejora de la Competitividad del Destino Turístico Inteligente Campo de Gibraltar 2026-2030**, promovido por la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar. **Este proceso ha sido diseñado y ejecutado integrando tanto la perspectiva comarcal como la municipal**. De este modo, los resultados se contextualizan en la realidad específica del municipio sin renunciar a las aportaciones de alcance comarcal, asegurando que todas las conclusiones, reflexiones y contribuciones recogidas en el proceso enriquezcan de manera efectiva la definición de la estrategia turística local y territorial.

En el caso de La Línea de la Concepción, los resultados del proceso participativo adquieren una relevancia estratégica especialmente significativa, dada la singularidad del municipio como ciudad fronteriza, densamente poblada y con una marcada condición urbana y litoral. La participación activa de los agentes del territorio ha permitido identificar percepciones, necesidades y prioridades clave para avanzar en la transformación del turismo local, superando su tradicional consideración como espacio de tránsito hacia Gibraltar y reforzando su posicionamiento como destino turístico con identidad propia.

El proceso participativo ha contribuido, asimismo, a implicar al tejido económico, social e institucional de La Línea de la Concepción en la definición de su modelo turístico, favoreciendo una visión compartida del turismo como palanca para la diversificación económica, la generación de empleo, la regeneración urbana y la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía. En un contexto marcado por retos estructurales y por la dependencia histórica del entorno transfronterizo, la participación se consolida como un elemento clave para construir un modelo turístico más resiliente, equilibrado y alineado con las capacidades reales del municipio.

Desde la perspectiva del modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI), el análisis participativo constituye un pilar esencial para avanzar hacia un modelo de gestión basado en la gobernanza, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad. En este sentido, **las aportaciones recogidas permiten alinear la estrategia municipal con las demandas actuales del mercado y alineada con los principios DTI.**

Por todo ello, el presente Anexo se integra en el Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción como un documento de referencia transversal, que aporta un marco de análisis compartido y garantiza que las líneas estratégicas y actuaciones propuestas se sustentan en un proceso participativo riguroso, inclusivo y orientado al largo plazo. Este enfoque permite consolidar una estrategia turística alineada con el municipio y avanzar en el posicionamiento de La Línea de la Concepción como un destino turístico inteligente, sostenible y competitivo, plenamente integrado en la estrategia del Campo de Gibraltar.

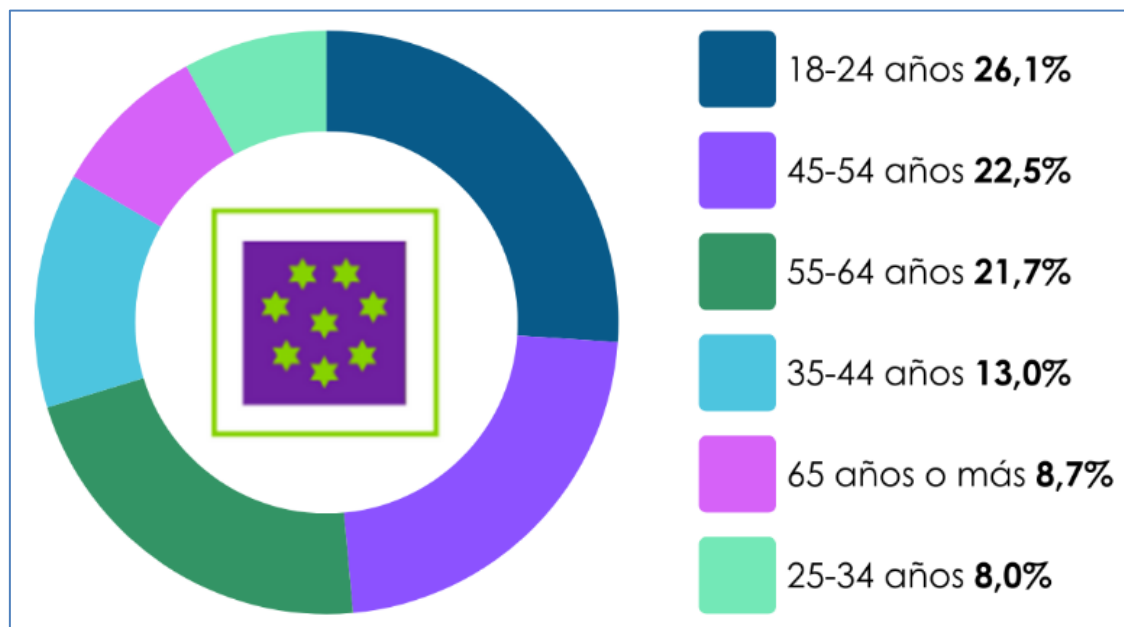
A.2. CUESTIONARIOS ONLINE

A.2.1. CIUDADANÍA

Con el fin de conocer la perspectiva de la ciudadanía en materia de necesidades e inquietudes referentes al Campo de Gibraltar como destino turístico, la presente encuesta online permite identificar retos, oportunidades y prioridades que permitan orientar las acciones futuras hacia un desarrollo turístico más sostenible y adaptado a las expectativas de quienes viven y disfrutan de la comarca.

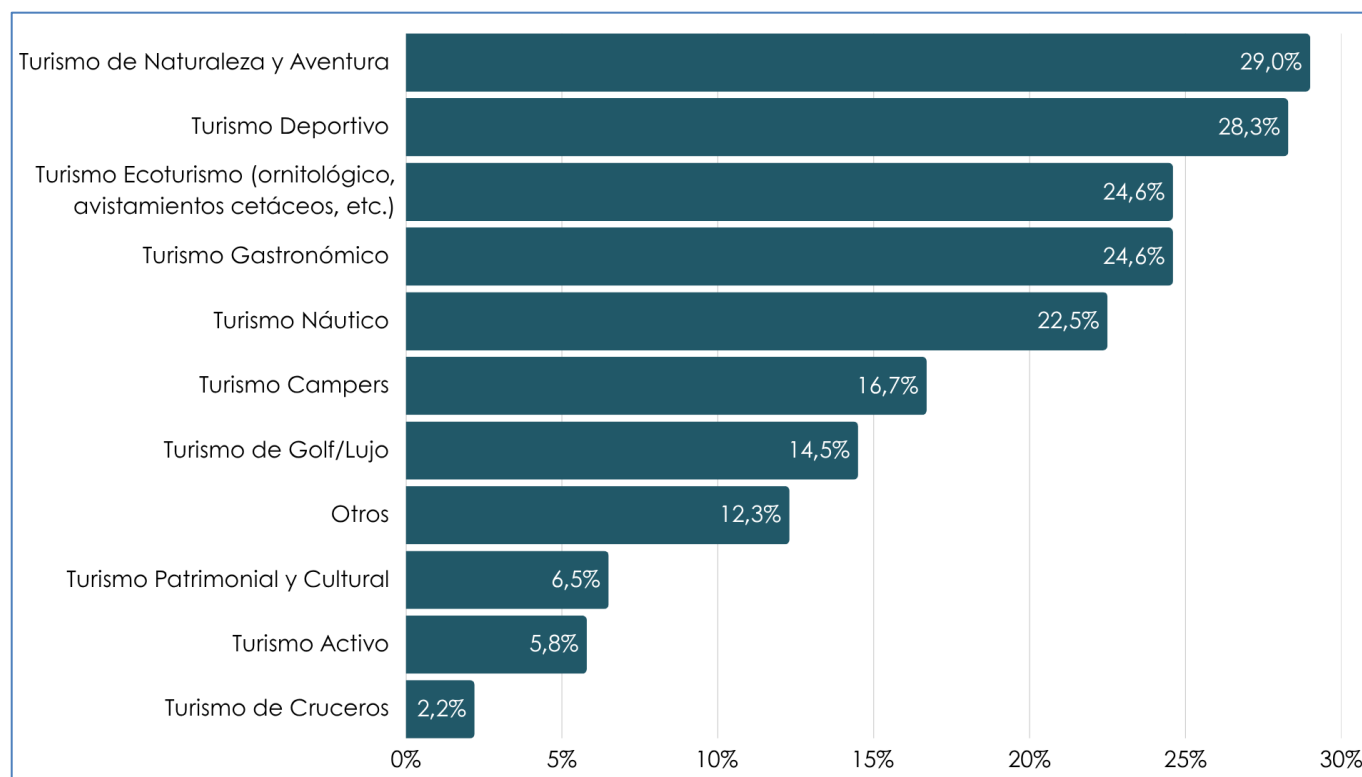
Indique la franja de edad a la que pertenece

En cuanto a la composición por edades, la muestra abarca desde jóvenes de 18 años hasta mayores de 65, con una distribución heterogénea. Los jóvenes de 18-24 años (26,1%) constituyen el grupo más numeroso, seguidos del grupo de 45-54 años (22,5%) y 55-64 años (21,7%). En menor medida, se encuentran las personas entre 35-44 años (13,0%), 65 años o más (8,7%) y, por último 25-34 años (8,0%). En resumen, el perfil de edad de los participantes tiende hacia los extremos: jóvenes y adultos maduros, con menor presencia proporcional de segmentos intermedios (25-44 años) y de los mayores de 65 años.



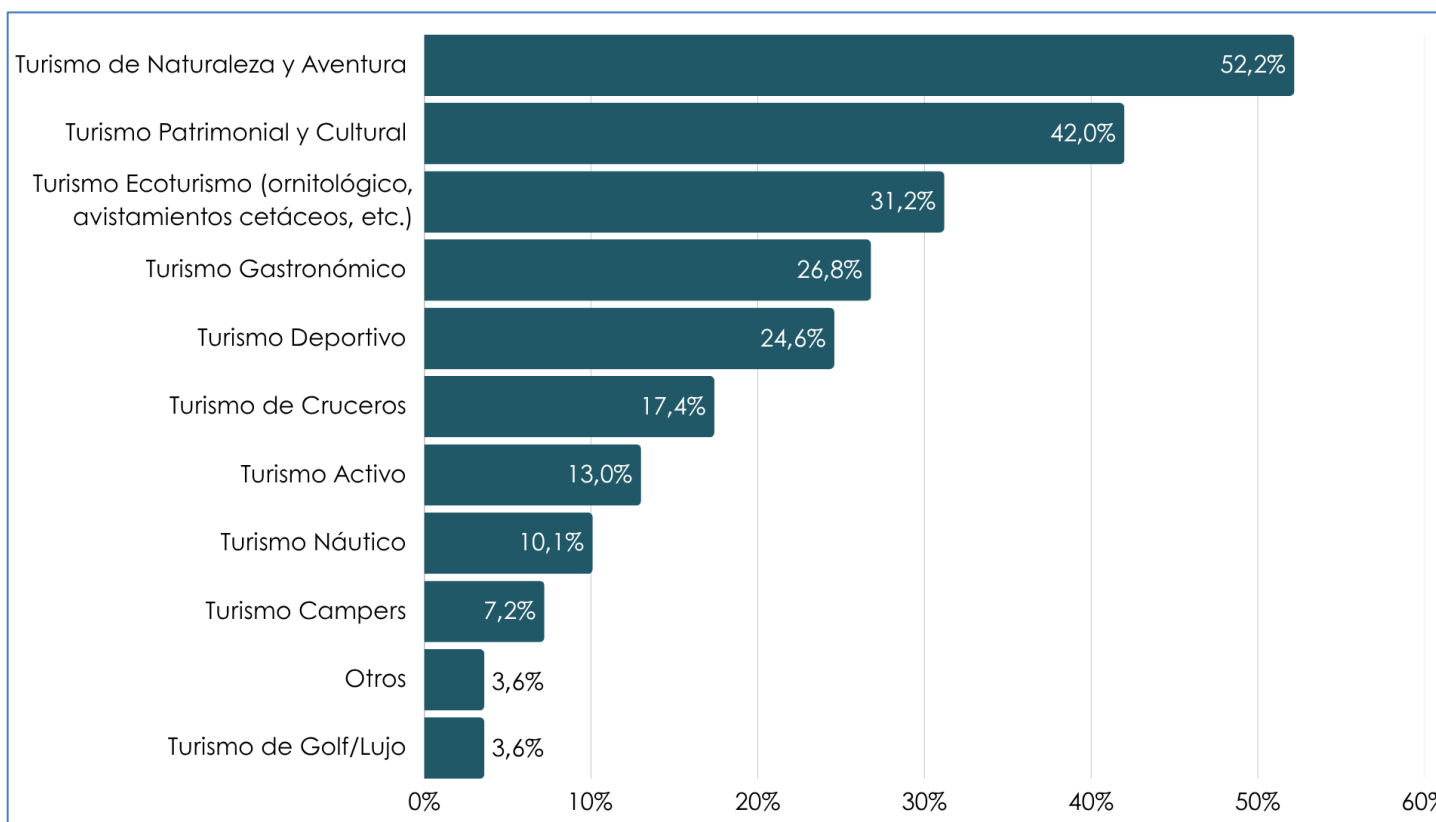
¿Qué tipo de turismo cree que identifica en mayor medida el territorio del Campo de Gibraltar cómo destino en la actualidad? (Multirrespuesta)

La percepción ciudadana sobre el tipo de turismo que identifica la comarca se inclina marcadamente hacia modalidades relacionadas con la naturaleza, el deporte, la ecología y la gastronomía. En concreto, las opciones más seleccionadas fueron Turismo de Naturaleza y Aventura, con el 29,0% de las personas encuestadas, Turismo Deportivo (28,3%), Turismo Ecoturismo (ornitológico, avistamientos cetáceos, etc.) (24,6%), Turismo Gastronómico (24,6%) y Turismo Náutico (22,5%). También, cabe mencionar las modalidades de Turismo Campers (16,7%) y Turismo de Golf/Lujo (14,5%). En menor medida, se encuentran el Turismo Patrimonial y Cultural (6,5%), Turismo Activo (5,8%) y Turismo de Cruceros (2,2%). Respecto a la opción "Otros" (12,3%), ha sido valorada mayoritariamente por ciudadanos de Tarifa, identificando, principalmente, el turismo de fiesta.



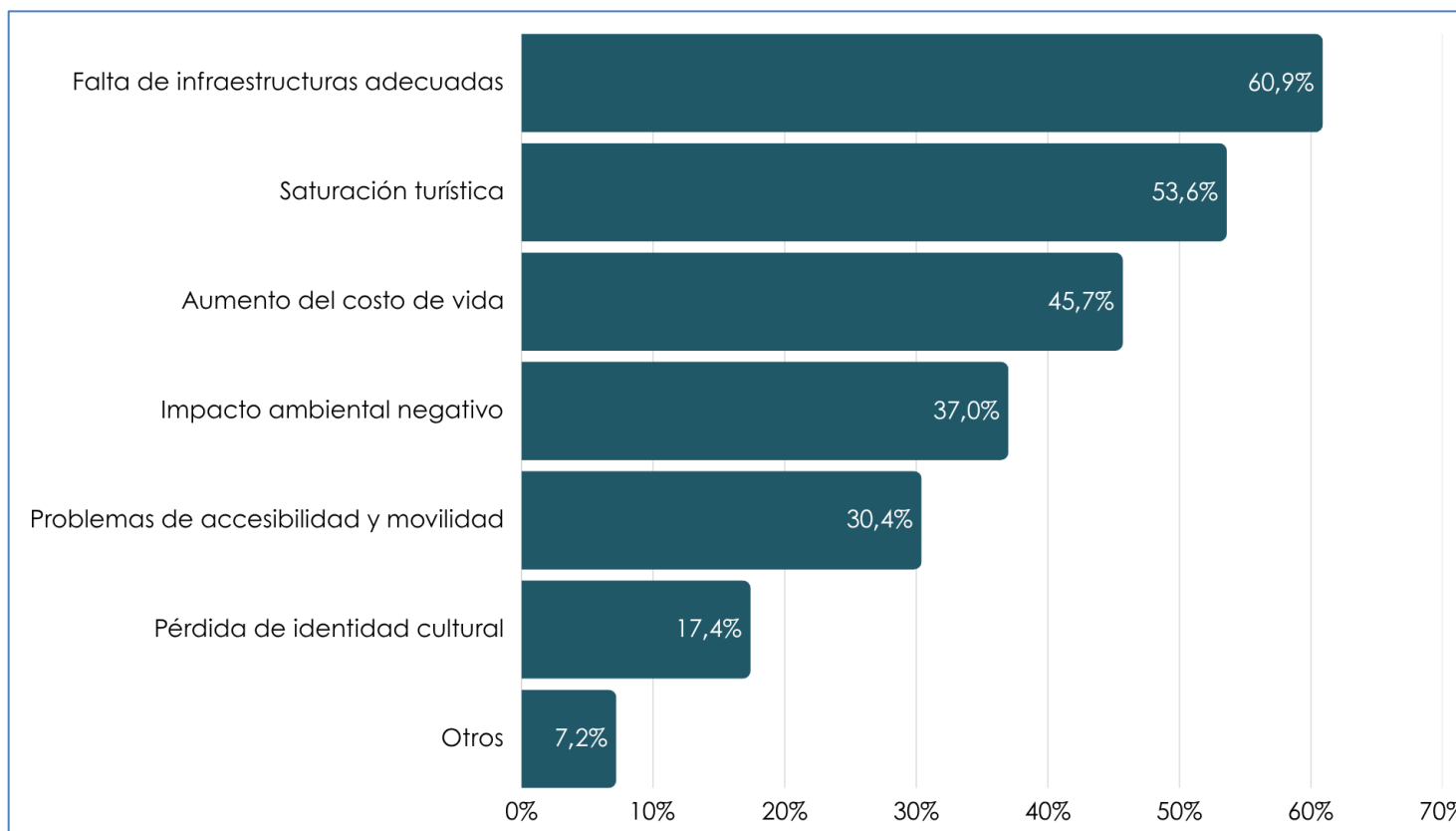
¿Qué tipo de turismo cree que debería incentivarse en mayor medida en el territorio del Campo de Gibraltar? (Multirrespuesta)

Las preferencias ciudadanas sobre qué formas de turismo promover en adelante se alinean claramente con un modelo más sostenible y diversificado. La categoría más apoyada para incentivar ha sido Turismo de Naturaleza y Aventura, con el 52,2% de los encuestados, seguida de Turismo Patrimonial y Cultural (42,0%) y del ecoturismo (31,2%). A continuación, se encuentra el Turismo Gastronómico (26,8%), Turismo Deportivo (24,6%) y Turismo de Cruceros (17,4%). En menor medida, se han seleccionado el Turismo Activo (13,0%), Turismo Náutico (10,1%) y Turismo Campers (7,2%). Prácticamente no se propone fomentar el Turismo de Golf/Lujo y la opción "otros" (ambos con 3,6%), donde se ha indicado, en esta última, el turismo familiar o el accesible.



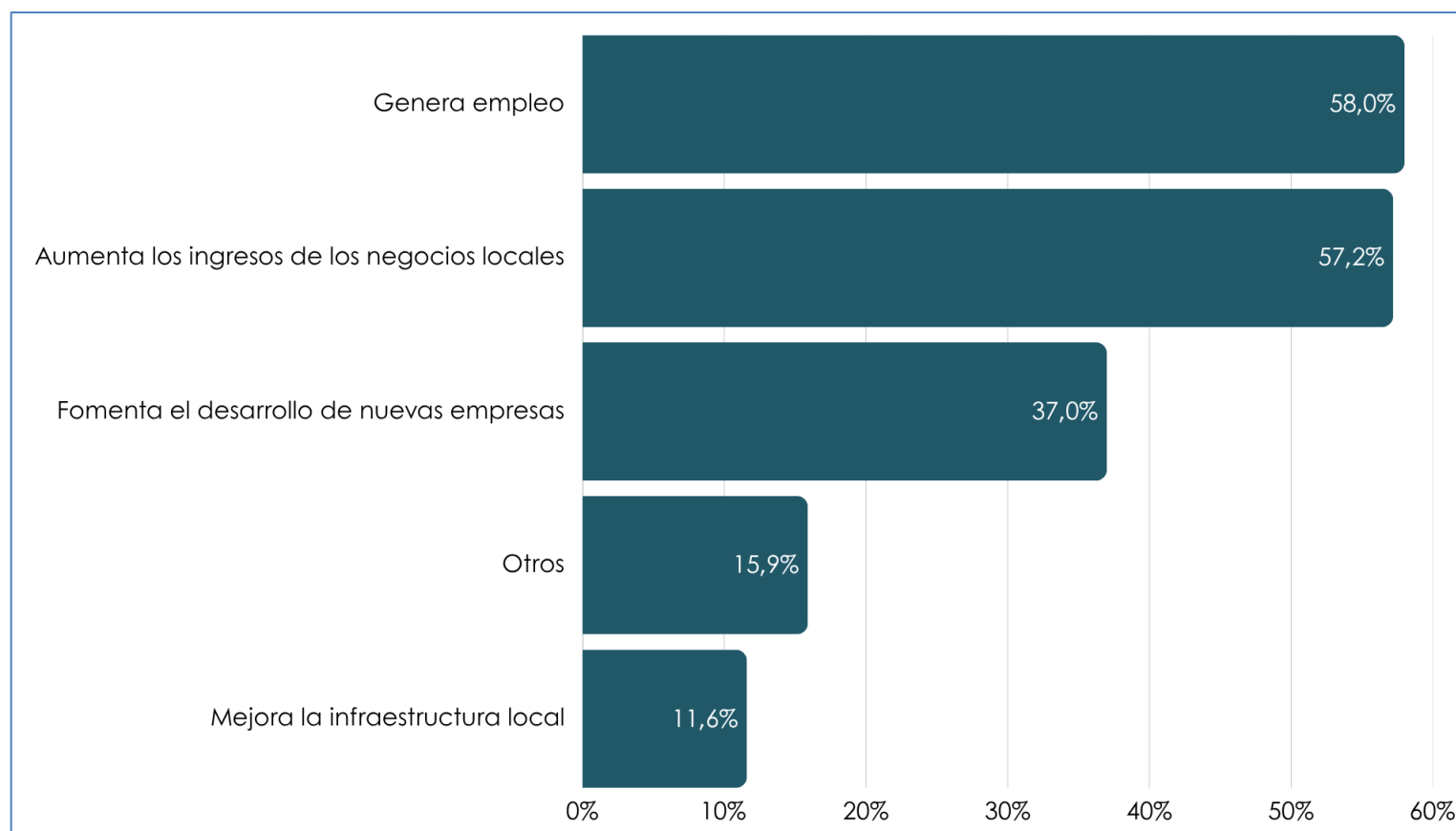
¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene respecto al desarrollo turístico en el Campo de Gibraltar? (Multirrespuesta)

Las preocupaciones de la población local frente al turismo se encuentran bastante distribuidas. Si bien, destacan la falta de infraestructuras adecuadas, con el 60,9% de las personas encuestadas, y la saturación turística (53,6%), otras preocupaciones tienen un peso considerable, como son el aumento del costo de vida (45,7%), los impactos negativos al medioambiente (37,0%) o los problemas de accesibilidad y movilidad (30,4%). En menor medida, se encuentra la pérdida de identidad cultural (17,4%) y la opción “otros” (7,2%), donde se han indicado diversas preocupaciones ambientales, de gestión de residuos y de acceso a la vivienda.



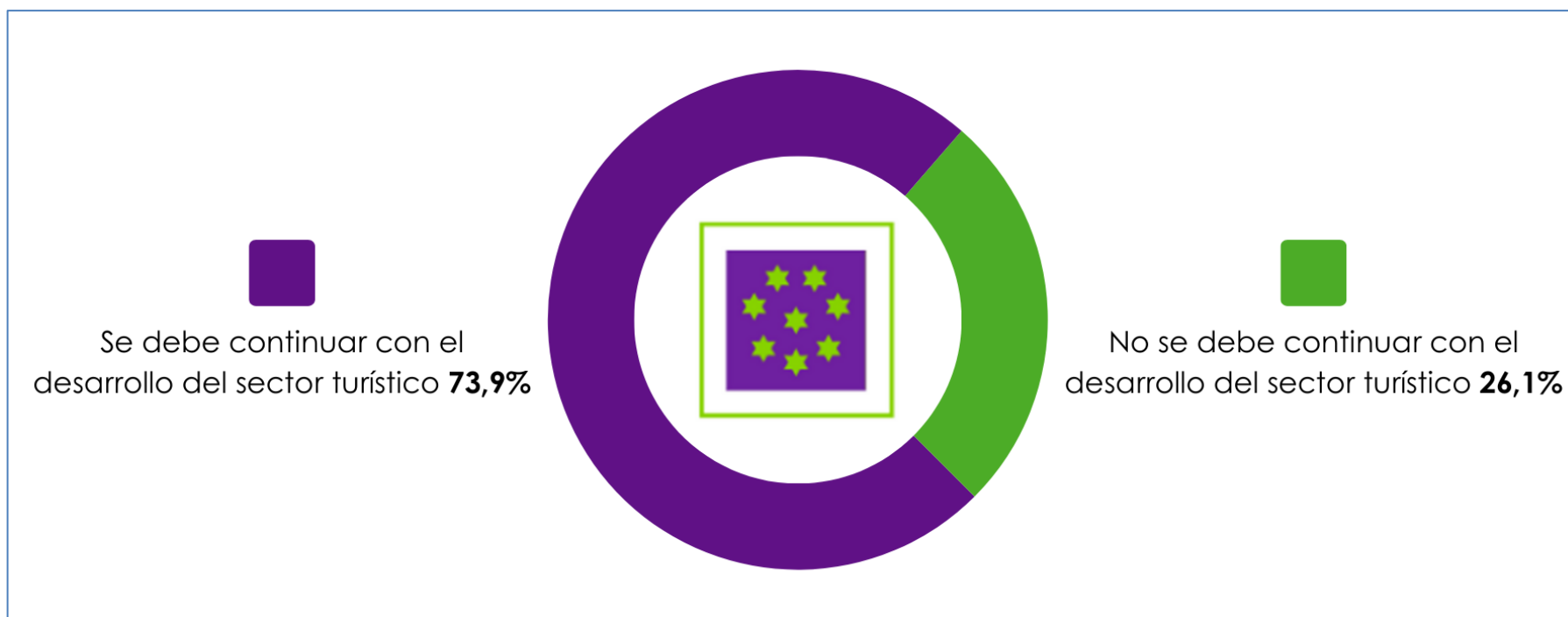
¿Cómo percibe el impacto del turismo en la economía local del Campo de Gibraltar? (Multirrespuesta)

Las respuestas revelan una percepción mayoritaria con respecto al turismo en la generación de empleo (58,0%) y el aumento de los ingresos de los negocios locales (57,2%), seguido del fomento del desarrollo de nuevas empresas (37,0%). En menor medida, se encuentra la opción "otros" (15,9%), donde se indican, principalmente, impactos negativos en la economía, las infraestructuras, el medioambiente y en la población local. Finalmente, se encuentra la mejora de la infraestructura local (11,6%).



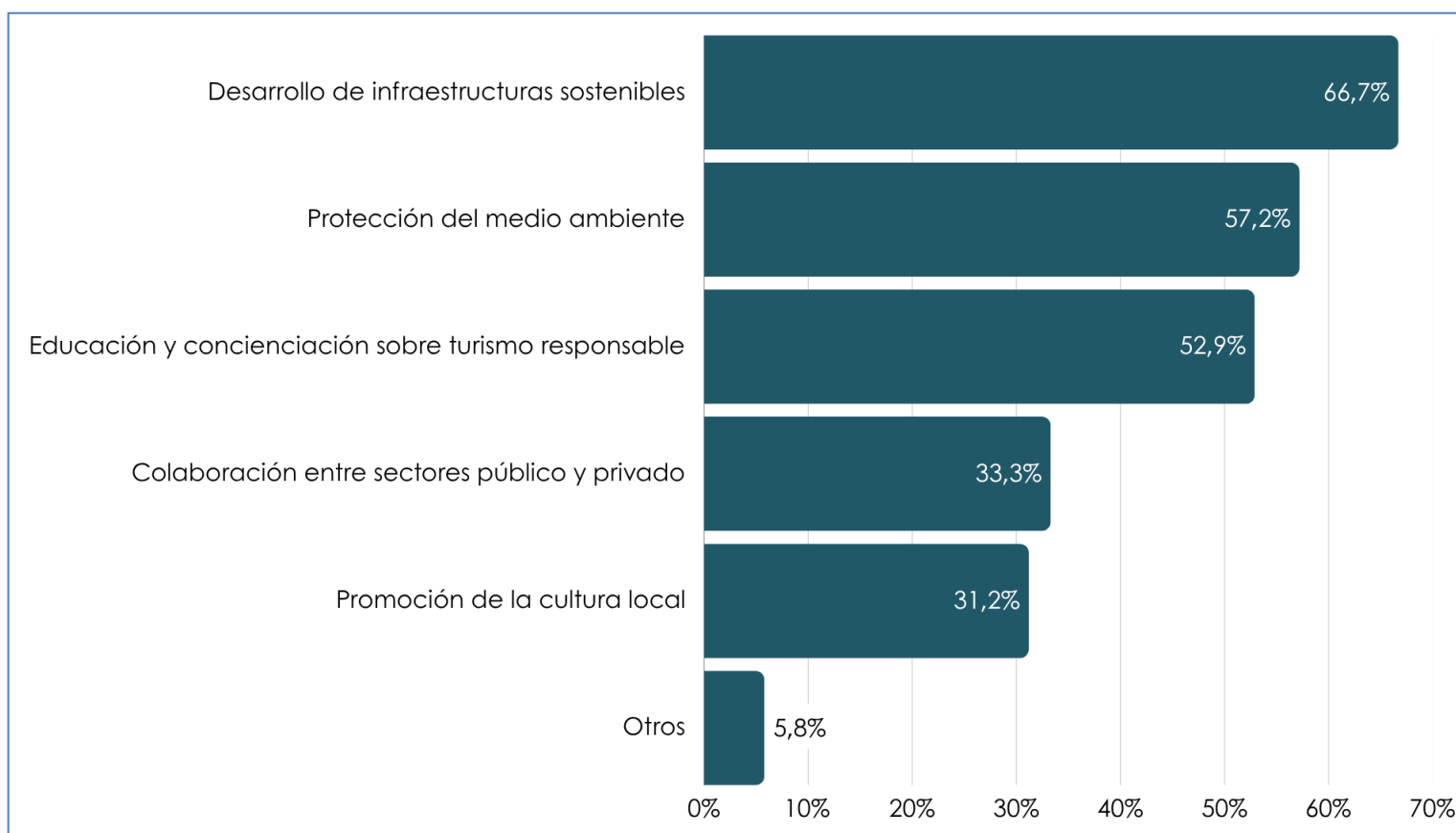
¿Estiman necesario continuar con el desarrollo del sector turístico?

La mayoría de los ciudadanos apoya mantener el desarrollo turístico. En concreto, el 73.9% considera que se debe continuar con el desarrollo del sector turístico, frente al 26,1% restante con postura contraria al crecimiento turístico. Este amplio respaldo indica que, pese a las preocupaciones señaladas anteriormente, existe una conciencia general de la importancia del turismo como sector económico y un deseo de mejorarlo más que de frenarlo.



¿Qué medidas considera prioritarias para fomentar un turismo sostenible en el Campo de Gibraltar? (Multirrespuesta)

Existe un amplio consenso ciudadano en torno a las líneas de acción necesarias para fomentar el turismo de manera sostenible. Todas las medidas propuestas en el cuestionario recibieron un apoyo elevado, destacando, especialmente, el desarrollo de infraestructuras sostenibles (66,7%), seguida de la protección del medio ambiente (57,2%) y la educación y concienciación sobre turismo responsable (52,9%). También han sido respaldadas, aunque en menor medida, la colaboración público-privada (33,3%) y la promoción de la cultura local (31,2%). De forma menos significativa, se ha señalado la opción “otros” (5,8%), centrado en su mayoría en medidas relacionadas con sostenibilidad social y ambiental.

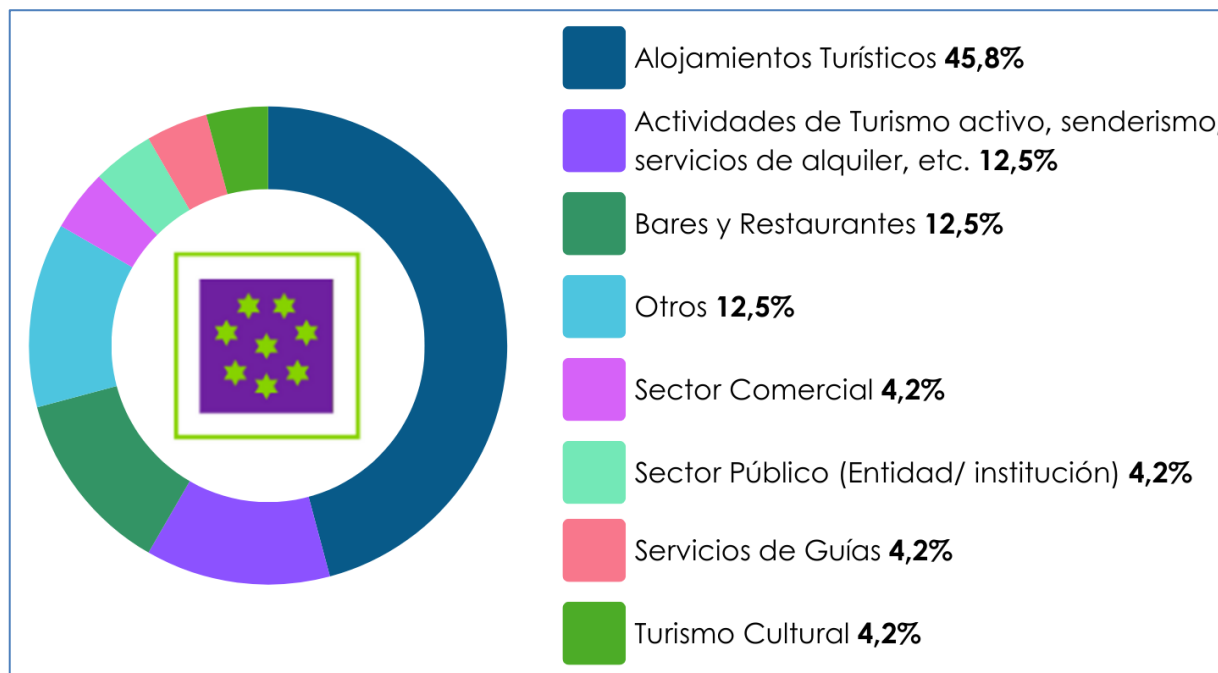


A.2.2. EMPRESAS

Con el objetivo de conocer la perspectiva del tejido productivo del Campo de Gibraltar en relación con las actuaciones futuras, las necesidades empresariales y los perfiles de visitantes, el presente cuestionario online ha permitido identificar retos, oportunidades y prioridades que faciliten orientar las acciones hacia un desarrollo turístico más sostenible y ajustado a las expectativas de las empresas de la comarca.

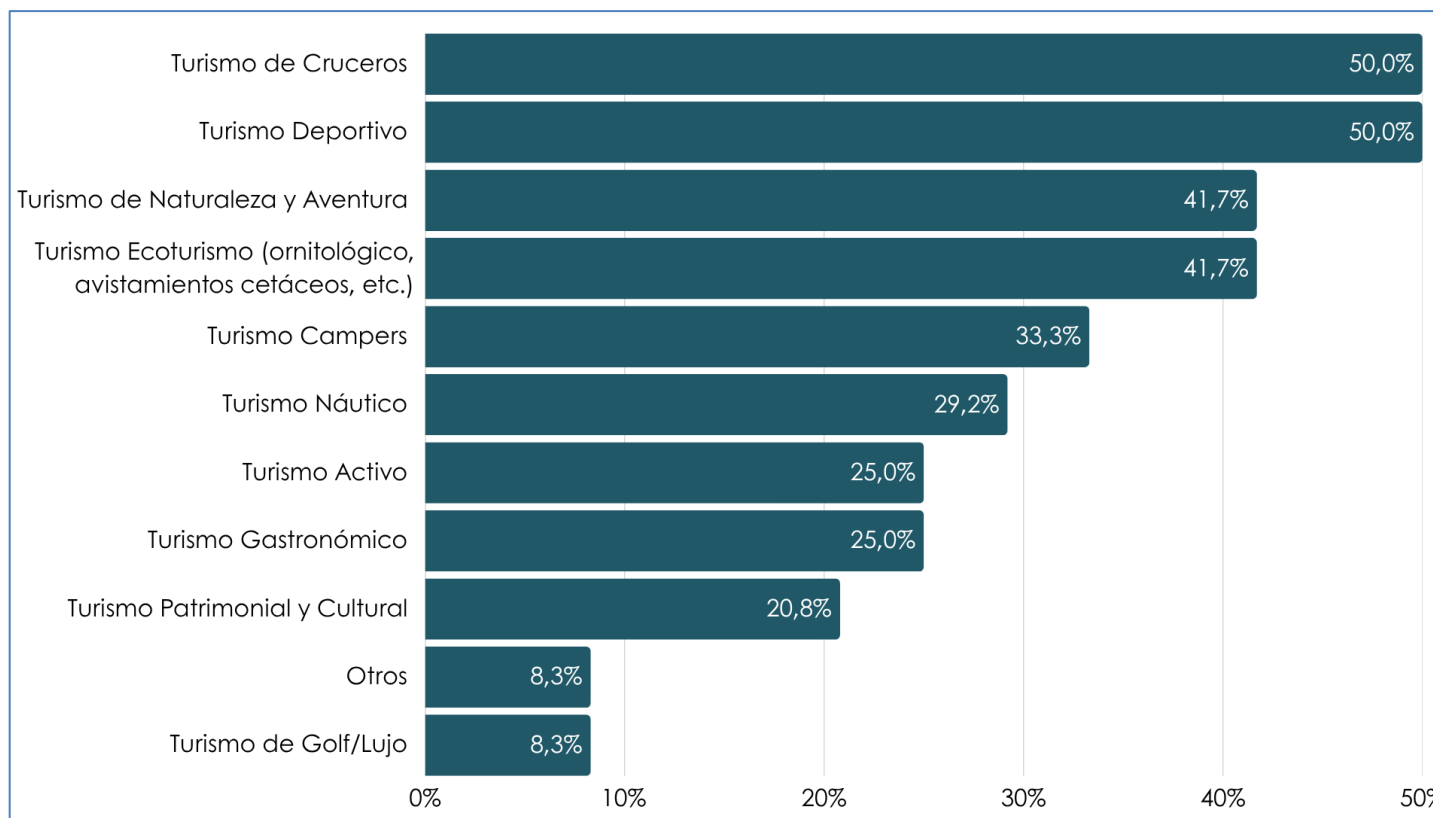
Indique el colectivo o sector al que pertenece

En cuanto a los sectores representados, predominan claramente los alojamientos turísticos, con el 45,8%. El segundo grupo más numeroso corresponde a actividades de turismo activo, senderismo, servicios de alquiler, etc., así como a bares y restaurantes, que suponen un 12,5% cada una. En menor medida, se encuentran, con el 4,2% cada uno, el sector comercial, el público, los servicios de guías y el turismo cultural. Por su parte, otras actividades aglutinan el 12,5%, que engloban organizaciones y asociaciones empresariales, además del sector de la ingeniería.



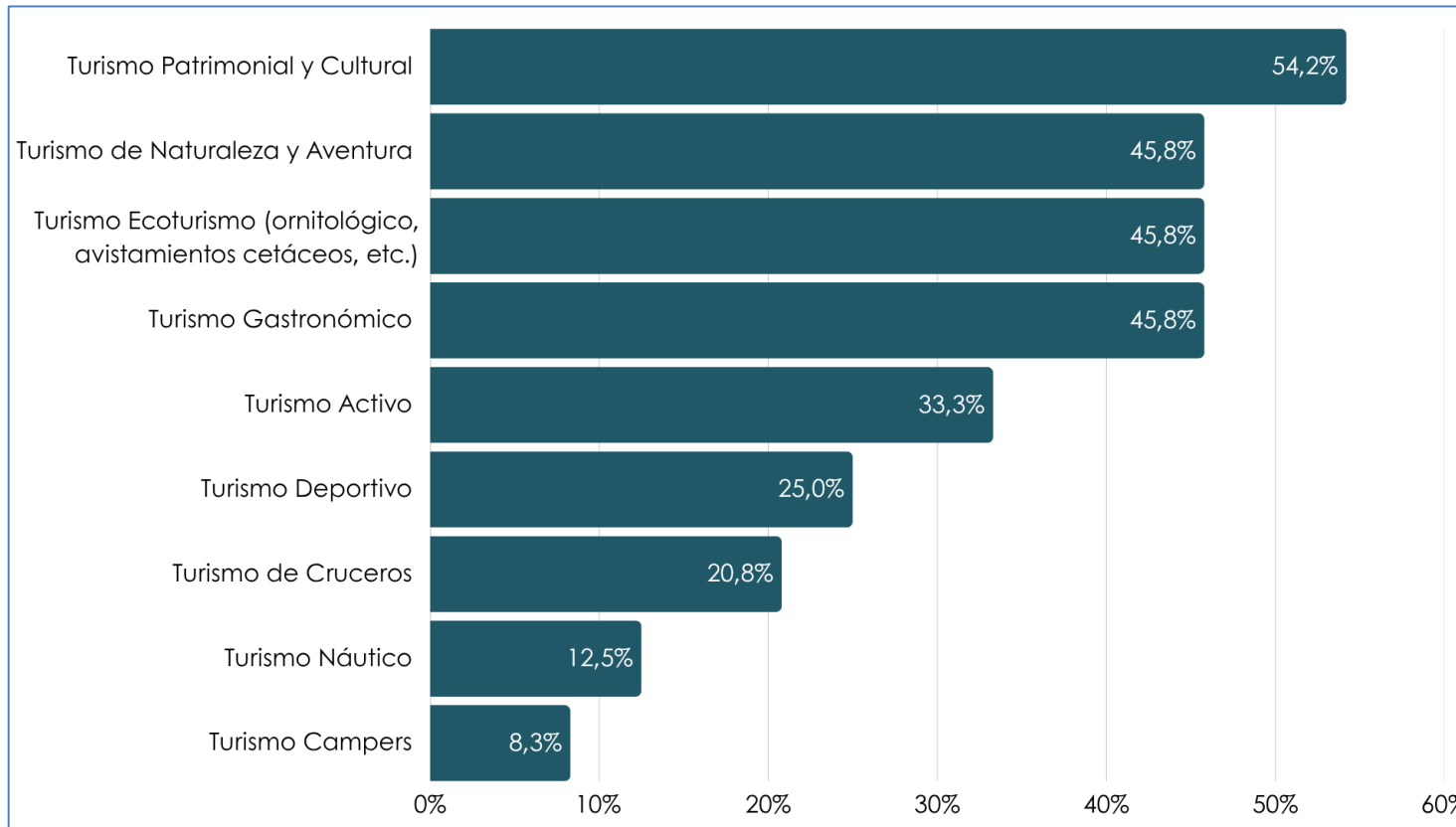
¿Qué tipo de turismo cree que identifica en mayor medida el territorio del Campo de Gibraltar cómo destino en la actualidad? (Multirrespuesta)

El tejido productivo percibe que el Campo de Gibraltar se define hoy, principalmente, por el turismo de cruceros y el deportivo, respaldados por el 50,0% de los encuestados. Otros segmentos con una representación considerable son el turismo de naturaleza y aventura y el ecoturismo, seleccionados por el 41,7% de las empresas cada uno. A continuación, se encuentran el turismo de campers (33,3%), turismo náutico (29,2%), turismo activo (25,0%), turismo gastronómico (25,0%) y el turismo patrimonial y cultural (20,8%). Por último, se encuentra el turismo de golf/lujo (8,3%) y otros tipos (8,3%), donde se han indicado el turismo corporativo y el de empresas.



¿Qué tipo de turismo cree que debería incentivarse en mayor medida en el territorio del Campo de Gibraltar? (Multirrespuesta)

Al proyectar el futuro, las empresas abogan por un modelo turístico más equilibrado y sostenible, diversificando la oferta actual. En concreto, los tipos de turismo que más apoyo reciben para ser potenciados son el turismo patrimonial y cultural (54,2%), el turismo de naturaleza y aventura (45,8%), el ecoturismo (45,8%), el turismo gastronómico (45,8%) y el turismo activo (33,3%). En menor medida, se apuesta por el turismo deportivo (25,0%), el turismo de cruceros (20,8%), el turismo náutico (12,5%) y el turismo de campers (8,3%).



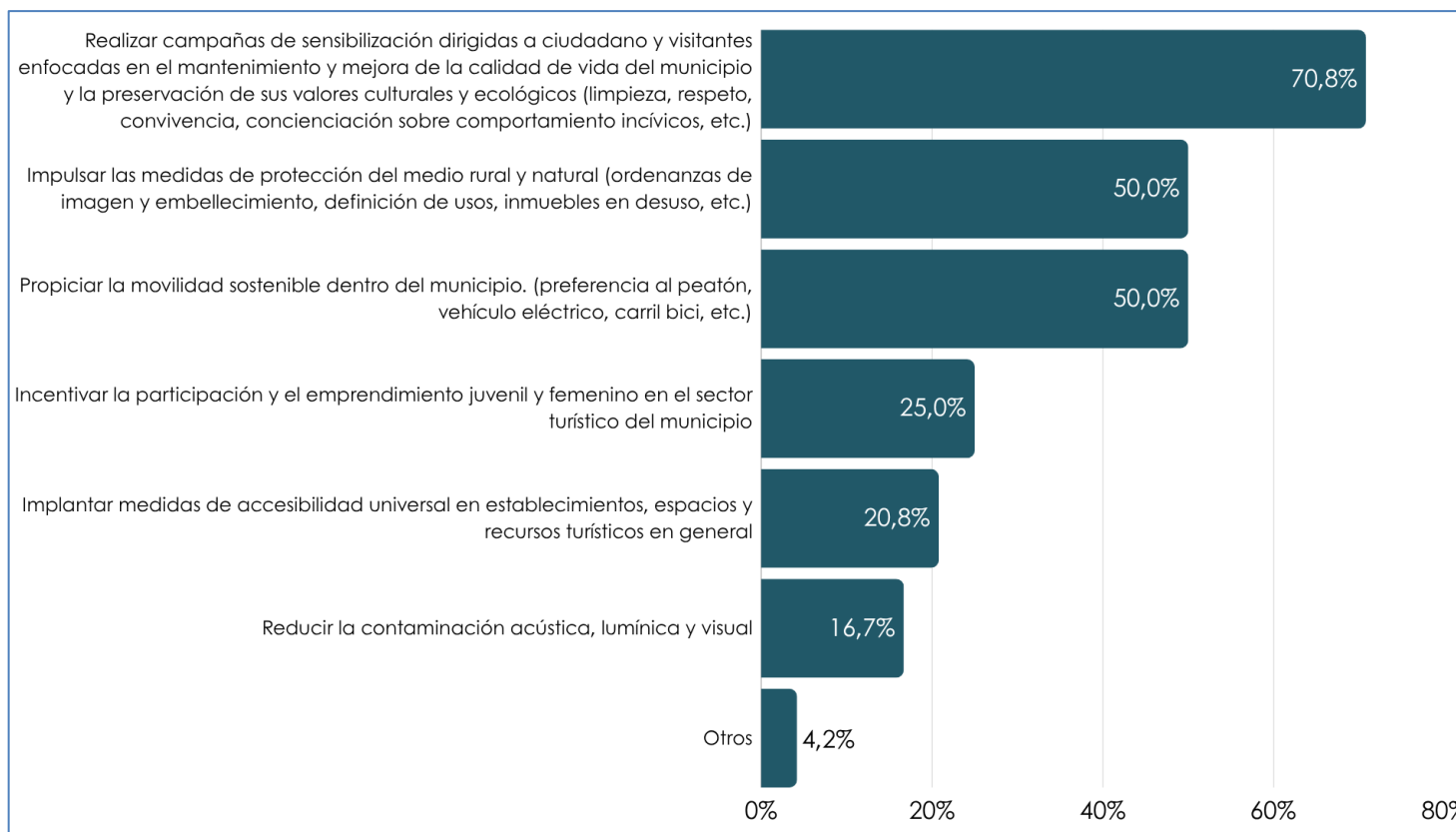
¿Dónde cree más necesario concentrar las actuaciones futuras de cara al impulso y creación de nuevos productos turísticos experienciales en el territorio del Campo de Gibraltar? (Multirrespuesta)

Destacan dos áreas de actuación, ambas seleccionadas por el 45,8% de las empresas, siendo estas el diseño de experiencias turísticas específicas y los planes de formación de profesionales, empresas y emprendedores. A continuación, se sitúan el desarrollo de medidas y acuerdos de colaboración entre sectores y público-privados (37,5%), la mejora de la señalización turística (29,2%), el desarrollo e impulso de los soportes tecnológicos de difusión y promoción (25,0%) y el impulso de grupos de trabajo de colaboración entre las diferentes áreas de los Ayuntamientos (25,0%). En menor medida, se marcan las actuaciones relacionadas con la dotación de equipamientos e infraestructuras con herramientas de interpretación y divulgación (16,7%) y, por último, el impulso a las certificaciones de calidad (12,5%).



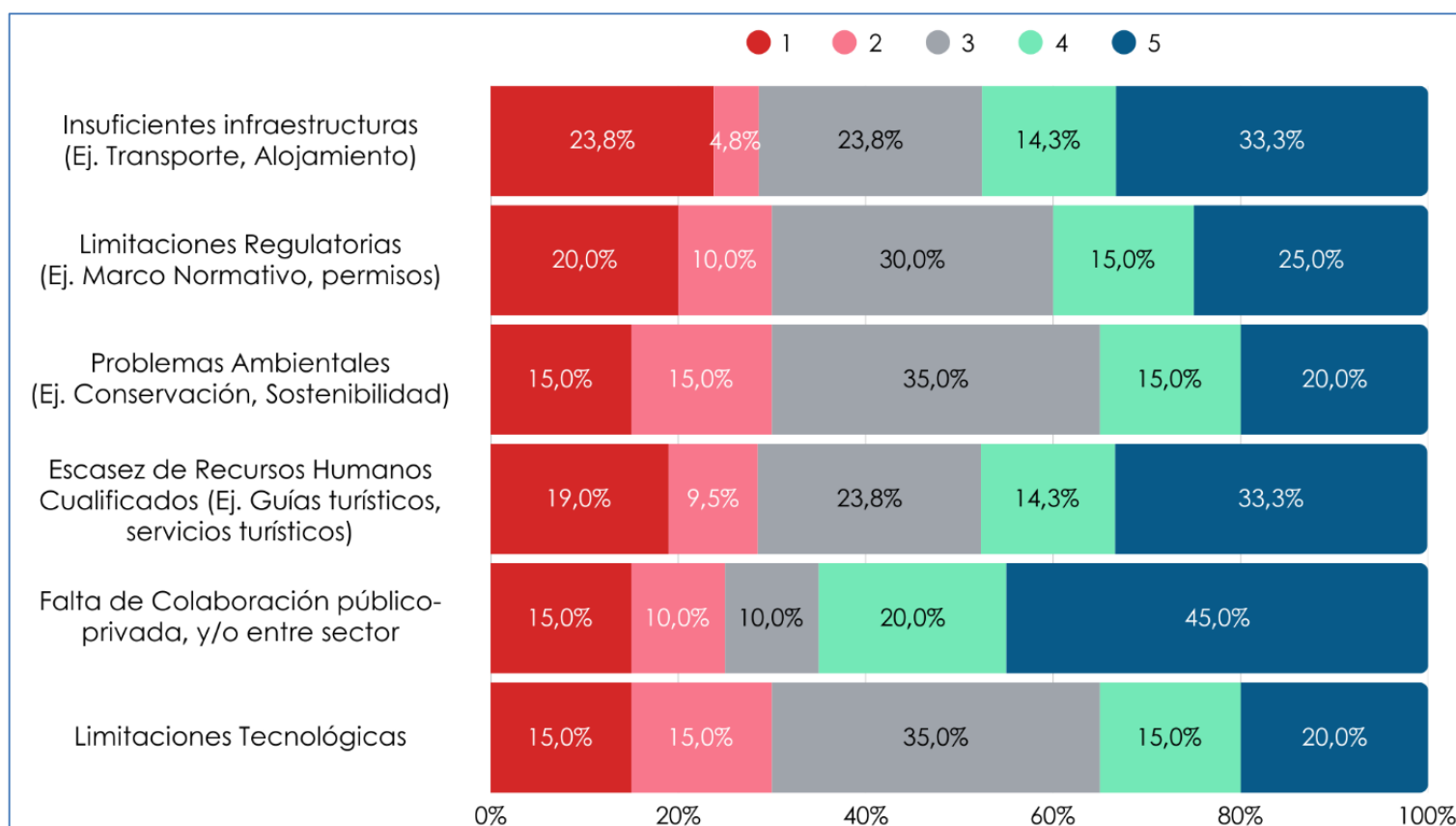
¿Dónde cree más necesario concentrar las actuaciones futuras para el Campo de Gibraltar como destino turístico a nivel ambiental, social y sostenible? (Multirrespuesta)

Entre todas las actuaciones seleccionadas, destacan las campañas de sensibilización dirigidas tanto al visitante como al residente con el respaldo del 70,8% de las empresas, así como el impulso de medidas de protección del medio rural y natural (50,0%) y propiciar la movilidad sostenible en el destino (50,0%). Otras áreas sostenibles que han recibido cierto apoyo son incentivar la participación juvenil y femenina en el sector (25,0%), implantar medidas de accesibilidad universal (20,8%) y reducir la contaminación acústica, lumínica y visual (16,7%). En cuanto a “otros” (4,2%), se centra en la limpieza y mantenimiento de los municipios y alrededores, incluyendo vigilancia y seguridad.



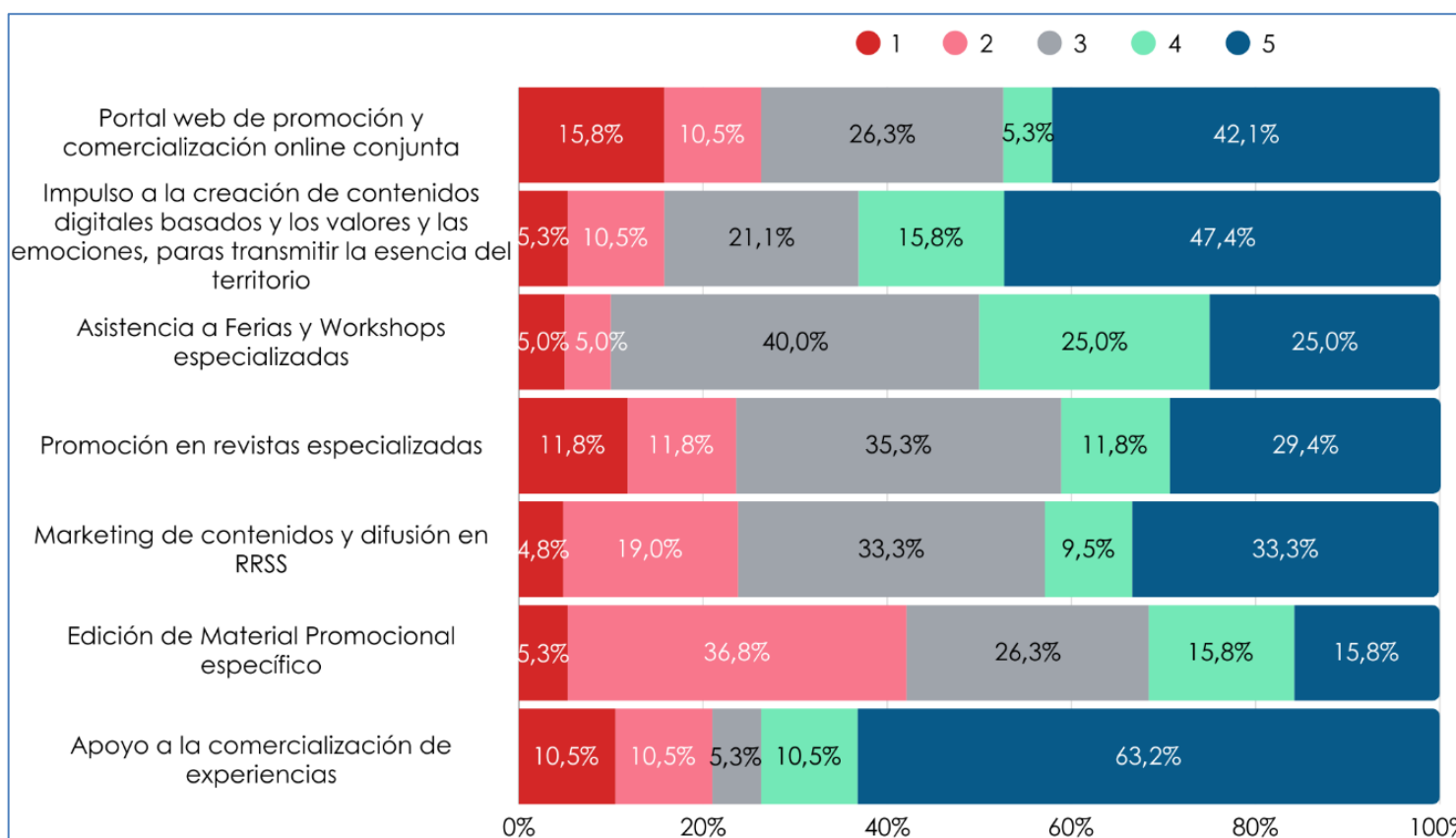
¿Cuáles cree que son las principales barreras para la consolidación de productos turísticos potenciales (NATURALEZA, DEPORTIVO, HISTÓRICO Y CULTURAL, ETC.)? (Escala valorativa: 1 siendo bajo y 5 siendo alto)

Las empresas y entidades turísticas encuestadas han valorado del 1, más bajo, al 5, más alto, las que consideran que son las principales barreras para la consolidación de productos turísticos potenciales. Los resultados muestran una mayor preocupación por la falta de colaboración público-privada y/o entre sector, así como la falta de infraestructuras y la escasez de recursos humanos cualificados. Por el contrario, las personas encuestadas estiman que los problemas ambientales y las limitaciones tecnológicas tienen menos impacto en el desarrollo de los productos turísticos potenciales.



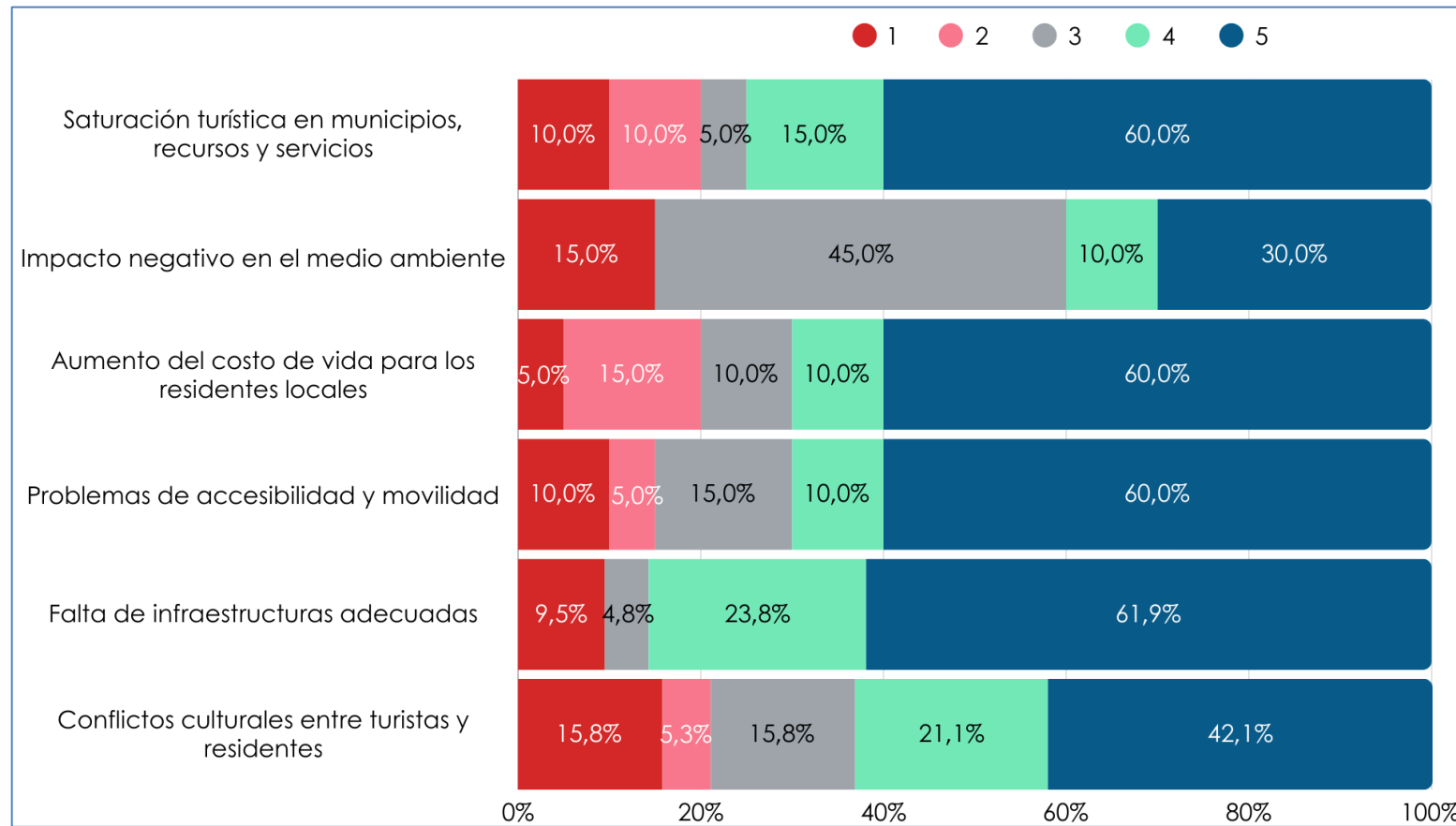
Qué actuaciones considera que deberían ejecutarse por parte del Excmo. Ayuntamiento y la propia Mancomunidad de Municipios para la promoción del destino en su conjunto y de los productos turísticos potenciales. (Escala valorativa: 1 siendo bajo y 5 siendo alto)

La principal actuación que se ha considerado que debería ejecutarse es el apoyo a la comercialización de experiencias, con un amplio respaldo. A continuación, destacan el impulso a la creación de contenidos digitales y la presencia de portal web de promoción y comercialización online conjunta. Por el contrario, la edición de material promocional específico ha recibido un respaldo menor entre las actuaciones propuestas.



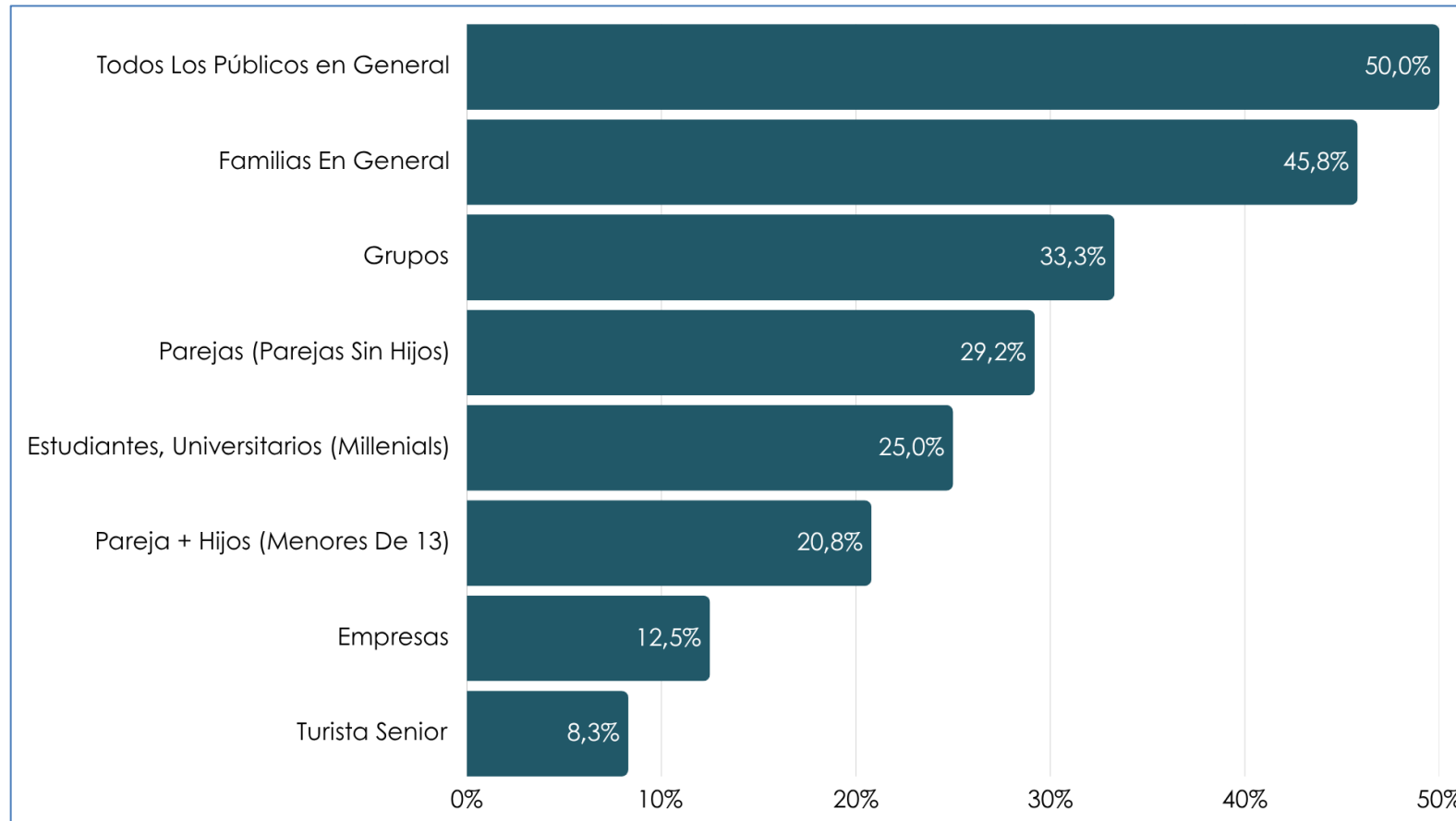
¿Cuáles crees que son los principales inconvenientes del desarrollo turístico en el Campo de Gibraltar? (Escala valorativa: 1 siendo bajo y 5 siendo alto)

Las empresas y entidades del Campo de Gibraltar han identificado varios problemas que consideran más serios en el desarrollo del turismo. En concreto, señalan la falta de infraestructuras adecuadas, la saturación turística en municipios, recursos y servicios, los problemas de accesibilidad y movilidad y el aumento del coste de vida para residentes locales. Por su parte, consideran en menor media el impacto negativo en el medio ambiente como un inconveniente del desarrollo turístico en el destino.



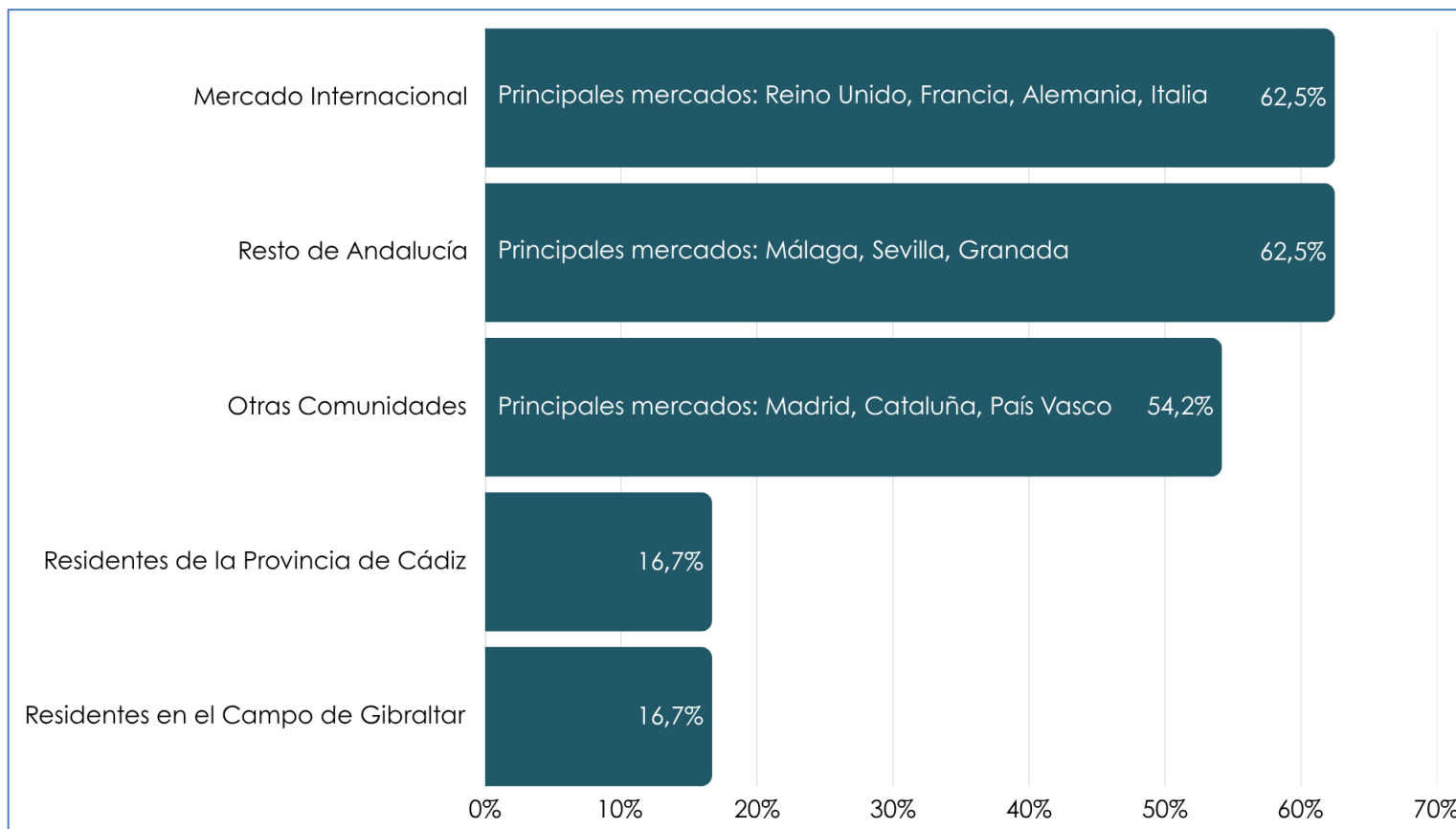
Perfil de Turista General (Señale las 3 principales)

Las empresas y entidades han identificado los perfiles de turista más frecuentes en función de su clientela, resaltando todo tipo de público en general (50,0%) y las familias (45,8%). Asimismo, remarcan los grupos (33,3%), las parejas sin hijos (29,2%), estudiantes (25,0%) y parejas con hijos pequeños (20,8%). En menor medida, se han señalado las empresas (12,5%) y el turista senior (8,3%).



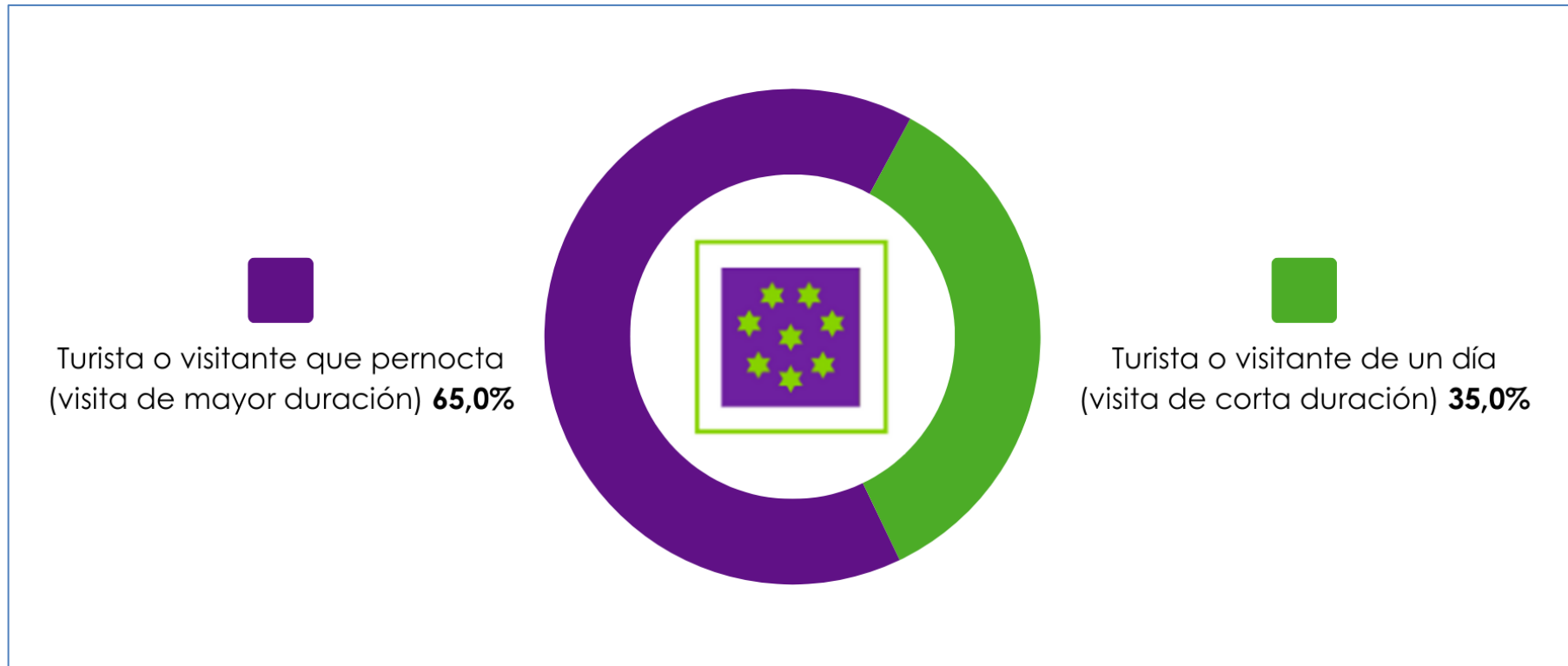
Principal Origen de su clientela (Señale los 3 principales)

En cuanto a la procedencia de su clientela, destacan, tanto el mercado internacional (Reino Unido, Francia, Alemania e Italia), como el resto de Andalucía (Málaga, Sevilla y Granada), ambas señaladas por el 62,5% de las empresas. También, cabe señalar otras comunidades (Madrid, Cataluña y País Vasco) con el 54,2%. En menor medida, se encuentran los residentes en la provincia de Cádiz (16,4%) y las personas procedentes del propio Campo de Gibraltar (16,4%).



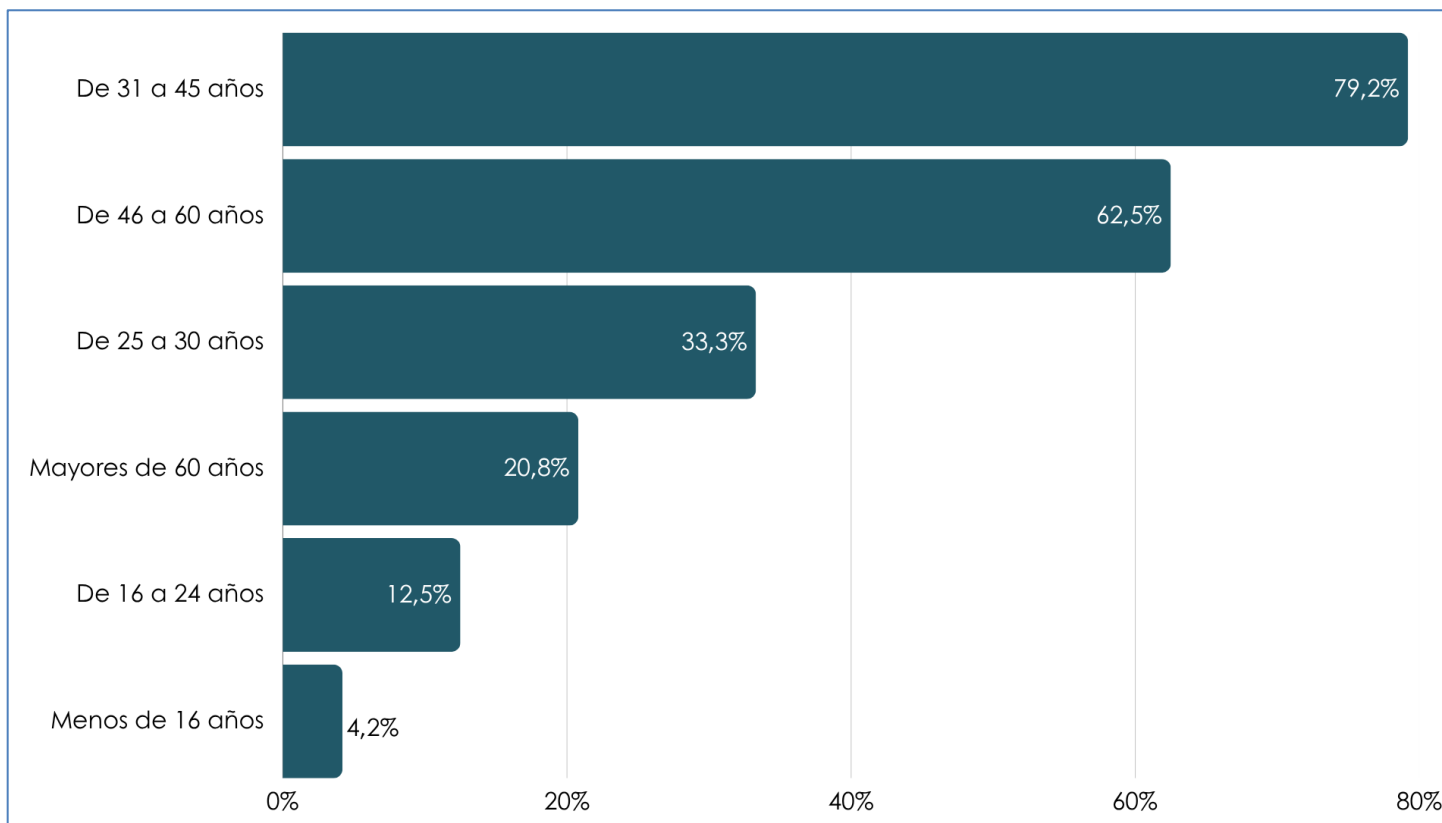
Perfil de Turista según tipo de visita

Con respecto al tipo de visita, un mayor número de empresas (65,0%) ha indicado que su clientela principal son turistas que pernoctan (es decir, visitantes que se alojan al menos una noche). Por su parte, el 35,0% marcó como principal el perfil de turista o visitante de un día, que no pernocta en el destino.



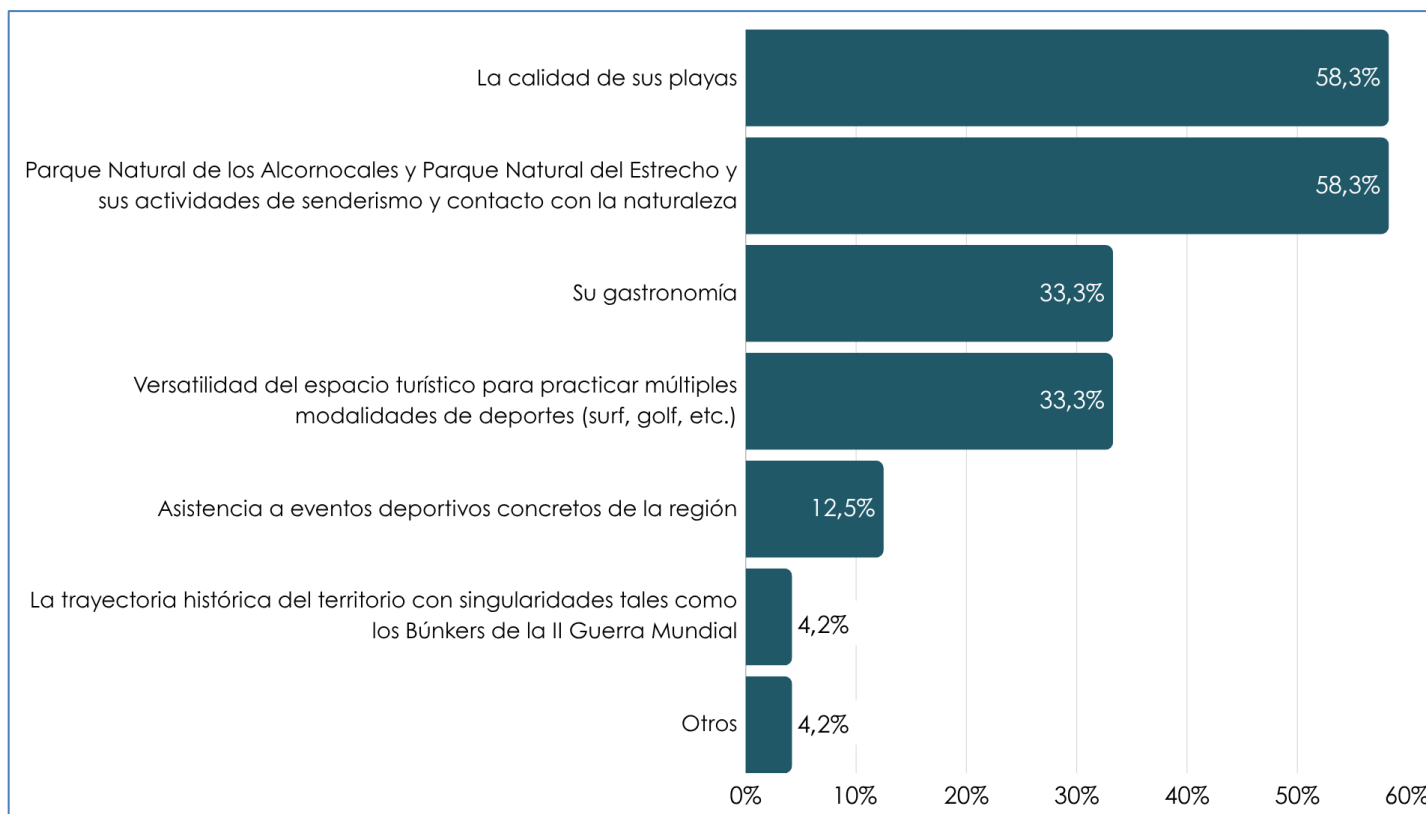
Franjas de Edad más frecuentes (Señale los 3 principales)

El perfil de edad de los turistas que visitan el Campo de Gibraltar, según empresas y entidades, abarca un rango amplio, pero con clara prevalencia de adultos. En concreto, destacan las personas de 31 a 45 años (79,2%), seguidas de las de 46 a 60 (62,5%). A continuación, están jóvenes de 25 a 30 años (33,3%), mayores de 60 años (20,8%), de 16 a 24 años (12,5%) y, por último, menores de 16 años (4,2%).



Principal motivo de la visita (Señale los 3 principales)

Los motivos que, según las empresas y entidades, más impulsan a los turistas a visitar el Campo de Gibraltar son, principalmente, la calidad de sus playas, así como los entornos naturales como el Parque Natural de los Alcornocales y Parque Natural del Estrecho y sus actividades de senderismo y contacto con la naturaleza, ambos señalados por el 58,3% de las personas encuestadas. También remarcan la gastronomía local (33,3%) y la versatilidad del espacio turístico para practicar múltiples modalidades de deportes (surf, golf, etc.) (33,3%), como surf o golf. En menor medida, se ha señalado la asistencia a eventos deportivos (12,5%) y los recursos históricos como la Ruta de los búnkeres de la Segunda Guerra Mundial (4,2%). En la respuesta “otros” (4,2%), se ha indicado la cercanía a Gibraltar y África, así como motivos de trabajo relacionados con el puerto de Algeciras.



Teniendo en cuenta los actuales proyectos bajo los que se encuentra inmerso el territorio del Campo de Gibraltar en la Actualidad (Planes de Sostenibilidad Turística, Implantación del Modelo de Destino Turístico Inteligente, etc.), indique aquellas 3 temáticas y/o áreas que considere como formación fundamental para el personal de su entidad/destino y el tejido productivo del sector en general.

Las necesidades formativas fundamentales se concentran, principalmente, en la sostenibilidad del sector turístico (75,0%), seguidas del desarrollo de productos turísticos (50,0%). También destacan las marcas y certificaciones medioambientales de calidad, el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED) y la transformación digital en el turismo, todas con el respaldo del 29,2% de las empresas, así como la responsabilidad social organizacional con el 20,8%. En menor consideración, se encuentran la gestión de procesos y cuadros de mando en el sector, el turismo digital y la inteligencia artificial en el turismo, todas con el 8,3%.



A.3. ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS

Uno de los aspectos fundamentales del proceso participativo son las entrevistas en profundidad. En este sentido, este análisis recoge las perspectivas obtenidas a través de las entrevistas estructuradas de diversos agentes turísticos del Campo de Gibraltar, desde responsables provinciales, comarcales, municipales y técnicos de turismo, hasta representantes empresariales y asociaciones del sector.

CARGO	ENTIDAD
Directora Técnica / Gerente	Patronato Provincial de Turismo Diputación de Cádiz
Responsable del Área Turismo	Mancomunidad de Municipios Campo Gibraltar
Responsable Fondos Europeos	Ayuntamiento de Algeciras
Área de Turismo. Responsable Delegación de Turismo	Ayuntamiento de Algeciras
Delegada de Turismo	Ayuntamiento de Castellar de la Frontera
Técnico del Ayuntamiento de Jimena de la Frontera	Ayuntamiento de Jimena de la Frontera
Delegación Municipal de Turismo. Técnica de Turismo	Ayuntamiento de La Línea de la Concepción
Delegación de Turismo y Oficina Municipal de Turismo. Técnicas de Turismo	Ayuntamiento de Los Barrios
Concejala de Turismo de San Martín del Tesorillo	Ayuntamiento de San Martín del Tesorillo
Oficina de Turismo. Técnicos de Turismo	Ayuntamiento de San Roque
Técnica de Turismo	Ayuntamiento de Tarifa
Responsable Desarrollo de Negocio y Marketing	Autoridad Portuaria Bahía de Algeciras
Responsable Técnica	Confederación Empresas Provincia de Cádiz en el Campo de Gibraltar.
Presidente de la Asociación de Empresarios de Tarifa	Asociación de Empresarios de Tarifa
Responsable Hotel	Hotel & Spa La Residencia Puerto (Tarifa)
Responsable de proyectos y soporte	Hotel Convento La Almoraima (Castellar de la Frontera)
Responsable Hotel	Hotel Alborán (Algeciras)

Las preguntas de las entrevistas estructuradas se han clasificado según tres bloques temáticos:



A.3.1. BLOQUE 1: CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL

1. De cara a una primera contextualización y toma de contacto, ¿Podría desarrollar una breve “Fotografía “de su destino?”

Los agentes han coincidido en describir, tanto los municipios a los que pertenecen, como el Campo de Gibraltar, como un destino singular donde se integran atractivos naturales, históricos y culturales muy variados.

En sus palabras, **la Comarca del Campo de Gibraltar** ofrece una combinación poco común de mar y montaña, con entornos de alto valor ambiental, como sus dos parques naturales (El Estrecho y Los Alcornocales), y una línea de costa extensa que abarca, desde las playas vírgenes atlánticas de Tarifa, hasta la costa mediterránea en San Roque, pasando por la Bahía de Algeciras. Se ha destacado la posición geográfica privilegiada del territorio: es la puerta de entrada entre Europa y África, en el punto de encuentro del Mar Mediterráneo y el Océano Atlántico, lo que le confiere una riqueza paisajística única (con posibilidades de avistar dos continentes) y una biodiversidad excepcional, especialmente visible en la migración de aves y cetáceos a través del Estrecho.

En cuanto al legado histórico y cultural, el Campo de Gibraltar ha sido cruce de civilizaciones. Los entrevistados resaltan la presencia de importantes yacimientos arqueológicos (como la ciudad romana de Baelo Claudia en Bolonia o el enclave fenicio-púnico de Carteia en San Roque), así como un patrimonio defensivo singular: castillos medievales (Castillo de Guzmán el Bueno en Tarifa, fortalezas de Castellar y Jimena) y una extensa red de fortificaciones contemporáneas formada por búnkeres y baterías de la II Guerra Mundial.

Asimismo, la identidad cultural de la zona –fruto de la mezcla de influencias andaluzas, gibraltareñas y norteafricanas– se manifiesta en tradiciones como el flamenco (con referentes como Paco de Lucía, vinculado estrechamente a la comarca) y en una variada gastronomía local, que fusiona productos del mar (atún rojo de almadraba, mariscos) con los de la sierra (caza, setas, quesos).

La “fotografía” específica de La Línea de la Concepción, integrada en el ámbito comarcal del Campo de Gibraltar, se presenta destacando una oferta territorial singular caracterizada por la **confluencia de recursos naturales, históricos y culturales de alto valor**, enmarcados en un entorno estratégico entre dos continentes y dos costas de diferente naturaleza. Entre estos recursos destacan los más de 10 km de litoral diversificado entre los frentes, uno abierto al Mediterráneo y otro encerrado en la Bahía de Algeciras, con playas urbanas y vírgenes dotadas de distintivos de calidad y accesibles. Se destacan **enclaves de interés ambiental** como la ZEC Playa de Poniente y su proximidad al Parque Natural del Estrecho, integrándose en una red de espacios protegidos comarcales que favorecen el desarrollo del turismo de naturaleza, deportivo y de observación de fauna. Su **Patrimonio Histórico**, destacando el origen militar de La Línea, se manifiesta en su sistema de fortificaciones que contempla tres momentos históricos: la defensa ante los

ataques berberiscos del siglo XVI, que dejó la Torre Almenara; la involucración en la Guerra de Sucesión española, a la que se debe el nacimiento de la Ciudad en el siglo XVIII; y el proyecto de participación en la Segunda Guerra Mundial contemporáneas que atestiguan más de un centenar y medio de bunkers. Este patrimonio, actualmente objeto de iniciativas de recuperación y valorización (como el proyecto ECCOFORTE), constituye un elemento diferenciador dentro de la oferta patrimonial del Campo de Gibraltar, con potencial para su integración en rutas histórico-culturales. A nivel cultura, la ciudad se **inserta en un contexto cultural diverso y transfronterizo**, con identidad cultural propia, reflejada en su tradición flamenca, su dinamismo festivo, su vinculación al mar y una creciente actividad artística y museística. Esta dimensión cultural complementa la oferta turística con productos de carácter experiencial. Para completar estos valores La Línea, se resalta además, su extensa **programación Cultural**, dentro de la que destacan los conciertos protagonizados por artistas de primera línea en el panorama nacional. A nivel de **gastronomía**, se incide en que, en ésta, se conjugan los sabores de la tierra con los del mar para conseguir una combinación perfecta. Prueba de ellos es el liderazgo que ofrecen sus más de 250 establecimientos que se han convertido en foco de atracción para visitantes campogibraltares y aquellos procedentes de otras localizaciones nacionales e internacionales.

2. Cuáles son los principales atractivos turísticos que generan mayor afluencia de visitantes y qué problemática o necesidad presentan en la actualidad.

Al entrar en detalle, los entrevistados identificaron los enclaves o productos turísticos “estrella” del Campo de Gibraltar, distinguiendo entre el conjunto comarcal y la oferta específica de cada municipio, así como sus principales necesidades o problemáticas.

ATRACTIVO TURÍSTICO	PROBLEMÁTICA/NECESIDADES
<p>Espacios naturales protegidos: El Parque Natural de Los Alcornocales y el Parque Natural del Estrecho son mencionados unánimemente como tesoros del destino, ideales para senderismo, observación de fauna (especialmente aves migratorias) y turismo de aventura.</p>	<p>Muchos apuntan que estos recursos naturales están desaprovechados turísticamente por falta de adecuación y promoción. Los senderos cuentan con poca señalización, algunas áreas carecen de centros de visitantes o aparcamientos suficientes, y gran parte del territorio está compartimentado en fincas privadas que dificultan el acceso público.</p>
<p>Playas y litoral: Sobresalen las playas de Tarifa, consideradas de las mejores de Andalucía por su arena fina, entorno natural y condiciones para deportes de viento. También se citan las playas de Sotogrande (San Roque) y las de La Línea, que cuentan con distintivos ambientales.</p>	<p>La principal necesidad asociada es la de mejorar accesos e infraestructuras en temporada alta; por ejemplo, en Tarifa se producen grandes atascos en la carretera N-340 y escasez de estacionamiento, y tanto allí como en otras playas se requiere reforzar limpieza, pasarelas y servicios para atender el flujo de visitantes en verano. Del mismo modo, el caso del alga invasora asiática es mencionado como</p>

ATRACTIVO TURÍSTICO	PROBLEMÁTICA/NECESIDADES
<p>Deportes náuticos y turismo activo: La comarca se ha posicionado en segmentos específicos: Tarifa es capital europea del windsurf y kitesurf, atrayendo deportistas de todo el mundo por sus vientos únicos; San Roque-Sotogrande es referente de golf (9 campos de nivel internacional, sede de torneos como el Volvo Masters) y polo (torneos de verano en Santa María Polo Club, entre los cuatro más prestigiosos del mundo); toda la costa ofrece buceo, vela, pesca deportiva, avistamiento de cetáceos y otras actividades. En interior, Los Barrios, Castellar, Jimena y Tesorillo potencian senderismo, rutas BTT y turismo ecuestre.</p>	<p>un problema ambiental reciente que afecta a la imagen y uso de sus playas.</p> <p>Los agentes ven potencial de crecimiento en estos nichos, pero apuntan a la falta de operadores especializados y paquetes integrados que articulen estas experiencias. También preocupa la proliferación de prácticas no reguladas (por ejemplo, estacionamiento indiscriminado de autocaravanas de surfistas en Tarifa), que requieren una mejor gestión para evitar impactos negativos.</p>
<p>Patrimonio cultural e histórico: Destacan recursos de primer orden, como la ciudad romana de Baelo Claudia en Bolonia (Tarifa), destacado sitio arqueológico; el Castillo de Castellar (fortaleza medieval habitada), que ofrece un conjunto histórico singular; Jimena de la Frontera y San Roque cuentan con núcleos históricos pintorescos (pueblos blancos, museos, iglesias). Además, se subraya el interés de los numerosos búnkeres y baterías costeras repartidos por la zona (especialmente en La Línea, San Roque y Los Barrios), que podrían integrarse en rutas histórico-militares.</p>	<p>La infrutilización es el principal problema: muchos monumentos no están adecuados para visitas (falta de centros de interpretación, horarios limitados, accesos difíciles), por lo que estos atractivos aún no generan la afluencia que podrían. Se pide invertir en su rehabilitación y promoción para convertirlos en productos turísticos consolidados.</p>

MUNICIPIO Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	PROBLEMÁTICA/NECESIDADES
<p>Algeciras: Tradicionalmente asociada al turismo de paso y de negocios (por el Puerto Bahía de Algeciras), sus atractivos requieren mayor visibilidad. Los encuestados destacan las playas urbanas (Rinconcillo y Getares), las rutas de senderismo en el Paraje de El Río de la Miel y la creciente oferta cultural (centro de interpretación de Paco de Lucía, recuperación del Barrio de la Caridad).</p>	<p>La principal necesidad identificada es mejorar la imagen urbana y luchar contra la percepción negativa asociada a problemas de seguridad o narcotráfico. Se aboga por embellecer el centro histórico y explotar mejor los recursos como el Parque de las Ruinas Merinies o el turismo industrial (visitas al puerto).</p>
<p>Castellar de la Frontera: Destaca por su castillo-fortaleza habitado, uno de los pocos de España, y por la reserva natural del Parque de la Almoraima (turismo ecuestre, hotel-monumento en convento).</p>	<p>Sus representantes señalan atractivos singulares (el castillo, las rutas a caballo, el zoo de fauna silvestre en la Almoraima) pero reconocen limitaciones de acceso y servicios: camino empedrado al castillo, falta de señalización o necesidad de acuerdos con propietarios privados para abrir más fincas al público.</p>

MUNICIPIO Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	PROBLEMÁTICA/NECESIDADES
<p>Jimena de la Frontera: Pueblo blanco con un notable castillo y entorno de sierra, Jimena simboliza la oferta de turismo rural y cultural de la comarca. Sus gestores subrayan el encanto histórico-artístico del pueblo (palacios, iglesias, festival de música) y actividades como la observación de aves en el Parque Natural Los Alcornocales.</p>	<p>Lamentan la falta de notoriedad: "destino muy auténtico, pero poco conocido, incluso dentro de la provincia", en parte por la mala accesibilidad (carretera sinuosa en mal estado). La prioridad es mejorar esas comunicaciones y dar a conocer Jimena como complemento a la ruta costera.</p>
<p>La Línea de la Concepción: Su baza singular es la colindancia con Gibraltar, que le da un carácter internacional. Posee un frente de playas con vistas únicas al Peñón y el patrimonio de la antigua «Línea de Contravalación» (baterías y fuertes).</p>	<p>Los entrevistados de La Línea ven potencial en captar parte de los miles de visitantes que cruzan a Gibraltar, ofreciéndoles zonas comerciales, gastroturismo y rutas culturales en la ciudad. Pero reconocen que, para ello, deben embellecer y hacer más atractivo el paseo marítimo, el centro y los accesos fronterizos, hoy por hoy poco orientados al turista.</p>
<p>Los Barrios: Su atractivo se centra en la naturaleza interior (Parque Natural Los Alcornocales, marismas de Palmones) y la gastronomía (famoso destino de ventas y restaurantes, especialmente en Palmones). Posee rutas como la del Toro Bravo (ganaderías) y focos de ocio comercial (centro Bahía Plaza).</p>	<p>Sus representantes insisten en que Los Barrios puede ser la "puerta de entrada" al turismo rural del Campo de Gibraltar, pero que necesita más promoción y producto estructurado para que el visitante de costa se interne en su territorio.</p>
<p>San Martín del Tesorillo: Como municipio más joven e interior (independizado en 2018), su oferta está en desarrollo. Sus portavoces mencionan entornos rurales atractivos junto al río Guadiaro y la singularidad de cultivos de naranjos y aguacates.</p>	<p>Admiten que, por ahora, el Tesorillo carece de un producto turístico diferenciado y depende de iniciativas como el turismo ecuestre (centro hípico Dos Lunas cercano) o la cercanía a Sotogrande para atraer visitantes. La apuesta pasa por crear pequeñas rutas (por la huerta, por la colonia agrícola histórica) y mejorar la promoción en conjunto con Castellar y Jimena.</p>
<p>San Roque: Contiene la exclusiva zona de Sotogrande (referencia en golf, polo, náutica de recreo y turismo residencial de lujo), al tiempo que su casco histórico es Conjunto Monumental (heredero de la población evacuada de Gibraltar en el s. XVIII). Los encuestados valoran esa dualidad: turismo deportivo de alto nivel, por un lado, y turismo cultural (museo Carteia, ermitas, tradición flamenca) por otro.</p>	<p>La demanda principal es mejorar las conexiones internas y con el resto de la comarca para dispersar mejor los flujos entre sus distintos núcleos (San Roque ciudad, Playa de Alcaidesa, Guadiaro, Estación, etc.).</p>
<p>Tarifa: Es el municipio más referenciado por su imagen de marca turística ya consolidada. Además de las playas y deportes náuticos ya mencionados, Tarifa ofrece el Castillo de Guzmán, el conjunto arqueológico de Baelo Claudia y un ambiente animado de casco antiguo con gastronomía y vida nocturna.</p>	<p>Sus agentes inciden en la «paradoja» de Tarifa: un pueblo de solo 18 mil habitantes recibiendo más de medio millón de visitantes al año, lo cual provoca tensiones en servicios municipales (limpieza, agua, saneamiento) dimensionados para la población local. Urgen infraestructuras (aparcamiento disuasorio, gestión del alga invasora, desdoble de carretera) para sostener esa demanda.</p>

3. Situación actual del Turismo en general y en especial del sector turístico del territorio.

Al reflexionar sobre las claves positivas y negativas que definen la situación turística actual del Campo de Gibraltar, los entrevistados enumeran una serie de fortalezas estructurales –ventajas competitivas del destino– y debilidades u obstáculos que frenan su desarrollo. Estas reflexiones se hicieron considerando tanto el ámbito comarcal como las realidades locales de cada municipio.

En el plano comarcal, las fortalezas y debilidades más repetidas fueron:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Diversidad y calidad de recursos: La comarca dispone de “todos los tipos de turismo, y cada uno de gran valor” (naturaleza, playa, cultural, deportivo...), lo que permite configurar un destino muy completo. Se valora que no sea un destino monoproducción, sino que pueda ofrecer desde windsurf en Tarifa hasta senderismo en Jimena, pasando por golf en Sotogrande o patrimonio en San Roque. Además, muchos de esos recursos (parques, playas, ruinas, gastronomía) son de calidad diferencial y no se encuentran masificados, lo que aumenta su atractivo percibido.</p>	<p>Déficit de infraestructuras de transporte y movilidad: Es el problema más citado. Existe, según los entrevistados, una “acusada falta de conexiones” tanto internas como externas. Ejemplos recurrentes: la N-340 es una carretera convencional saturada en verano; no hay autovía directa Algeciras-Tarifa; el tráfico comarcal depende casi por entero del vehículo privado (transporte público escaso y poco integrado); la conexión ferroviaria con la Meseta es deficiente (un tren de media distancia Algeciras-Madrid con frecuencia y fiabilidad muy mejorables). Todo ello dificulta la distribución de visitantes entre municipios –“hace falta más vías alternativas, un servicio de tren decente, y transporte interno que facilite el ir de un pueblo a otro” sintetizaba una de las voces consultadas. Esta carencia lastra especialmente a los pueblos de interior y resta competitividad frente a destinos mejor conectados.</p>
<p>Ubicación estratégica: Estar en el extremo sur de Europa, frente a Marruecos y junto a Gibraltar, confiere una posición geográfica y geopolítica única. Los agentes mencionan que la proximidad a grandes flujos (tanto de pasajeros de los ferris y cruceros como de turistas de Costa del Sol o Cádiz) genera oportunidades de captación de visitantes si se saben aprovechar. Igualmente, la conexión entre dos mares crea un clima suave todo el año que se identifica como ventaja.</p>	<p>Baja visibilidad y estereotipos negativos: Se reconoce que el Campo de Gibraltar no está posicionado turísticamente a nivel nacional/internacional salvo por Tarifa y Sotogrande. El resto sufre de “desconocimiento o mala imagen”. En medios se asocia la zona a noticias de narcotráfico, inmigración irregular o conflictividad, lo cual “eclipsa lo bueno”. Varios entrevistados insisten en la necesidad de cambiar la narrativa y realizar campañas que destaquen los atractivos, contrarrestando el estigma. También aprecian que, dentro de la provincia de Cádiz, la zona ha tenido menos apoyo promocional que la Janda o la Bahía.</p>

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Identidad e autenticidad: El Campo de Gibraltar aún conserva –según los entrevistados– “un carácter genuino, poco turistificado”, donde el visitante puede integrarse en la vida local, probar gastronomía auténtica o descubrir historias peculiares (como la de los linenses evacuados de Gibraltar en 1704) que en otros destinos más masificados ya no se perciben. Esta autenticidad, sumada a la multiculturalidad (influencia andaluza, británica, magrebí), es vista como un valor intangible pero potente del destino.</p>	<p>Modelo turístico incipiente y fragmentado: Muchos agentes admiten que la actividad turística en la comarca, salvo excepciones, ha sido hasta ahora secundaria respecto a otros sectores (industrial, portuario, agropecuario). Esto conlleva falta de estructuración: pocos productos paquetizados, escasa presencia de turoperadores y guías locales, insuficiente colaboración entre municipios para armar rutas integrales. En palabras de un representante empresarial, “cada uno tiene atractivos interesantes, pero no tenemos un relato común ni un operador que te junte las piezas; eso hace difícil retener al turista varios días”.</p>
<p>Sinergias internas emergentes: Aunque tradicionalmente cada municipio ha ido por libre, varios agentes señalan que “hay un trabajo cada vez más coordinado” a nivel de mancomunidad, con la creación de mesas de turismo, proyectos globales (PSTD, DTI) y una colaboración público-privada creciente. Esto lo consideran un punto fuerte hacia el futuro, pues permite presentar el destino de forma cohesionada y aprovechar economías de escala en promoción.</p>	<p>Problemas ambientales y urbanísticos: Se señalan algunas amenazas que, de no gestionarse, pueden convertirse en debilidades estructurales. Entre ellas, la presión urbanística y contaminación en ciertas zonas (industria pesada en la bahía de Algeciras, crecimiento de viviendas turísticas sin control en Tarifa) y la fragilidad de ecosistemas como el Estrecho (afectado por especies invasoras o usos inadecuados). Asimismo, la falta de mantenimiento de determinados entornos urbanos o monumentales (centros históricos deteriorados, puntos de información cerrados) resta atractivo a la oferta existente.</p>

En el análisis de fortalezas y debilidades locales, destacan matices propios de cada municipio:

- **Tarifa** se percibe a sí misma como un destino consolidado internacionalmente (famoso entre surfistas y viajeros jóvenes), pero sufre un “abandono institucional” relativo en infraestructuras, con servicios dimensionados para una población muy inferior a la real en verano. Sus puntos débiles locales son la movilidad (atascos diarios hacia las playas) y el elevado coste de la vivienda que expulsa a residentes.
- **Algeciras** tiene como fortaleza ser nodo logístico (gran puerto, flujo constante de viajeros) y contar con una posición estratégica para el turismo de negocios. No obstante, sus debilidades son una imagen urbana poco atractiva y “poca puesta en valor de su oferta más allá del puerto”. Se ve a sí misma como necesitada de “creérselo” más turísticamente.
- **La Línea de la Concepción** resalta su identidad fronteriza singular y su pura línea costera, pero reconoce “falta de orgullo local y aprecio por lo propio”, sumado a un insuficiente mantenimiento urbano. La convivencia con Gibraltar es tanto fortaleza (flujo de personas) como debilidad (ciudad de servicios eclipsada por el Peñón).

- **San Roque** destaca su diversidad de zonas turísticas (cultura en el pueblo, lujo en Sotogrande, golf y sol en Costa) y su alto perfil de visitantes en determinadas áreas. Como debilidades señala la dualidad social (convivir la élite internacional de Sotogrande con barriadas más humildes) y la dispersión geográfica de sus núcleos, que complica la gestión integrada del turismo local.
- **Los Barrios** destaca su entorno natural privilegiado y centralidad comarcal, pero admite “poca visibilidad” y ser visto más como lugar de paso. Su escaso desarrollo de infraestructuras turísticas (puntos de información, alojamientos) es un freno.
- **Jimena de la Frontera, Castellar de la Frontera y San Martín del Tesorillo** comparten fortalezas ligadas a la tranquilidad, autenticidad rural y paisajes verdes –ofrecen un respiro al bullicio costero–, pero comparten la debilidad de la desconexión: enclaves lejos de las rutas principales, con carreteras deficientes y poca promoción, lo que los hace “joyas escondidas” difíciles de descubrir sin esfuerzo.

4. Posicionamiento respecto a la competencia

Preguntados por las señas de identidad turística del Campo de Gibraltar en comparación con otros destinos, la mayoría de los entrevistados señala una idea central: la combinación única de mar, naturaleza y deporte que se da en la comarca. En especial, destacan:

- **Turismo de deportes de viento y náuticos:** Tarifa es mencionada como “puntera en Europa” para windsurf, kite y vela, gracias a la constancia de sus vientos de levante y poniente. Esto, sumado a la posibilidad de practicar buceo en dos mares diferentes (Mediterráneo y Atlántico) u observar cetáceos en libertad en el Estrecho, configura un producto náutico-deportivo difícil de igualar. Competidores naturales serían zonas de Canarias o Portugal, pero Tarifa mantiene un aura especial en la comunidad surfera internacional.
- **Naturaleza salvaje y biodiversidad:** La localización en el corredor migratorio euro-africano hace que “no haya lugar en Europa como el Estrecho para ver pasar aves”, posicionando al Campo de Gibraltar como paraíso del turismo ornitológico. Igualmente, Los Alcornocales ofrece una gran extensión de bosques y rutas semivirgenes que, a diferencia de espacios en la vecina Costa del Sol, aquí se mantienen sin urbanizar. La posibilidad de en un mismo día estar en la playa y en la sierra (ambas de calidad) es un diferencial frente a destinos competidores más especializados en un solo entorno.
- **Oferta deportiva de élite:** Sotogrande aporta un sello de exclusividad con sus campos de golf de campeonato y los torneos de polo de alto nivel. Pocos destinos combinan deportes náuticos informales con deportes nobiliarios como el polo; esa

mezcla de “surferos en Tarifa y caballeros en Sotogrande” –en expresión coloquial de un entrevistado– configura una imagen peculiar y atractiva por su variedad.

- **Experiencias multiculturales:** La presencia de Gibraltar como territorio británico dentro del destino multiplica las posibilidades de experiencias para el visitante (poder desayunar en España, almorzar en Inglaterra y cenar viendo África, por ejemplo). Esta yuxtaposición de culturas en poco espacio (andaluz, gibraltareño, bereber...) es vista como un valor que competidores nacionales difícilmente pueden ofrecer.

Por otro lado, algunos entrevistados subrayan elementos únicos menos explotados que podrían diferenciar la comarca: por ejemplo, el legado de Paco de Lucía en Algeciras (potenciando rutas flamencas), la Ruta de los búnkeres (producto turístico histórico-militar singular en España) o las tradiciones gastronómicas como la elaboración artesanal de salazones de atún.

En cuanto a los municipios, cada cual identifica sus productos estrella frente a otros destinos:

- **Tarifa:** Surf, windsurf y kitesurf, unidos a la imagen de “libertad y juventud” que proyecta la ciudad. Competidores: Canarias (en windsurf) o spots emergentes del Atlántico marroquí, aunque Tarifa mantiene liderazgo.
- **Algeciras:** Turismo de negocios, dada la actividad portuaria. Competidores: Otras ciudades portuarias como Almería o Huelva, pero Algeciras se distingue por ser frontera intercontinental y puede ofrecer extras (visitas al puerto, etc.).
- **La Línea de la Concepción:** El propio turismo de frontera y compras asociado a Gibraltar la hace singular. Competidores: Ciudades fronterizas con territorios especiales (Ceuta/Tetuán, por ejemplo). Su ventaja es el volumen diario de viajeros de paso.
- **San Roque:** Golf y polo en Sotogrande, compite con Marbella o el Algarve, aunque Sotogrande está a la altura de esos destinos. También señala el auge del producto “Tras los pasos de Gibraltar” (su historia como ciudad donde se refugió la población gibraltareña).
- **Los Barrios:** Turismo de naturaleza interior (rutas de senderismo, birdwatching) y gastronómico en Palmones. Se compara con la vecina Sierra de Cádiz o la Serranía de Ronda, intentando aprovechar la cercanía a la costa para atraer a esos turistas.
- **Jimena de la Frontera, Castellar de la Frontera y San Martín del Tesorillo:** Pueblos blancos con castillo en entorno natural, compiten con rutas de pueblos blancos de Cádiz o Málaga, pero su fortaleza habitada (Castellar) es única y Jimena aporta el plus del festival anual de música y su parque natural intacto. San Martín del Tesorillo destaca el cultivo de naranjas y aguacates y la Casa de Larios.

A.3.2. BLOQUE 2: ANÁLISIS DEL DESTINO Y ÁMBITOS DE MEJORA

5. Necesidades de Adecuación del Espacio Turístico

Los entrevistados fueron unánimes al identificar que, para impulsar el desarrollo turístico, el Campo de Gibraltar debe mejorar sustancialmente sus infraestructuras y espacios turísticos, tanto a nivel comarcal como en cada municipio. Las principales necesidades urgentes señaladas son:

- **Conectividad y accesos (transporte):** Este es el punto crítico más repetido (como ya se ha destacado en las debilidades del destino). Se reclama mejorar las carreteras principales: es prioritario desdoblar o agilizar la vía Algeciras-Tarifa (apertura de la variante de Bolonia), así como culminar la autovía Jerez-Algeciras para sacar del aislamiento a la comarca. Internamente, se sugiere crear una red de transporte público comarcal (autobuses lanzadera, por ejemplo, en verano, entre hoteles de Algeciras/La Línea y playas de Tarifa para aliviar el tráfico) y habilitar más aparcamientos disuasorios en puntos turísticos saturados (un estacionamiento a la entrada de Tarifa con servicio de bus lanzadera al centro y a las playas, otra zona de parking para el Castillo de Castellar, etc.). Igualmente, la accesibilidad ferroviaria debe fortalecerse: electrificar y modernizar la línea a Bobadilla-Madrid y estudiar conexiones de cercanías o lanzaderas desde San Roque a La Línea (actualmente La Línea no tiene estación de tren, lo cual aísla a ese flujo de visitantes).
- **Señalización turística y equipamientos básicos:** Muchos agentes subrayan la falta de señalética e información turística homogénea en la comarca. Proponen instalar carteles unificados en las carreteras indicando rutas a atractivos (miradores, castillos, playas), así como paneles informativos en varios idiomas y con lectura fácil en monumentos y senderos. Además, se necesitan más centros de recepción de visitantes: por ejemplo, reforzar la oficina de turismo en la frontera de La Línea para desviar parte del flujo de Gibraltar, o crear puntos de información en parques naturales (un centro del visitante en Facinas para el PN del Estrecho, etc.). Los equipamientos en entornos turísticos también deben adecuarse: miradores con barandillas seguras, áreas de descanso en rutas, aseos públicos en las zonas muy concurridas, etc.
- **Adecuación de cascos históricos y entornos urbanos:** Varios municipios requieren planes de embellecimiento y peatonalización de sus centros para hacerlos más atractivos. Se citan casos como el de Algeciras (continuar la rehabilitación del Barrio de la Caridad y dotarlo de más locales comerciales, mejorar la señalización del casco antiguo con indicaciones de puntos de interés) o Jimena (uniformar el estilo de calles, cableado subterráneo, etc.). También se pide invertir en iluminación ornamental de monumentos (castillos de Castellar, torres almenaras) y en la recuperación de edificios históricos:

por ejemplo, en Los Barrios se menciona la necesidad de rehabilitar la Casa de los Gómez para uso turístico, o en San Roque seguir poniendo en valor sitios como el Palacio de los Gobernadores.

- **Espacios naturales y senderos:** Se necesita una puesta a punto de la red de senderos y áreas naturales: limpiar y señalar senderos en Alcornocales (muchos están invadidos de maleza o mal indicados), crear pasarelas o miradores seguros en puntos delicados (p.ej. observatorios de aves en Tarifa que actualmente son poco accesibles), mejorar la gestión de residuos y vigilancia en zonas muy concurridas (como las dunas de Valdevaqueros, que sufren acampadas ilegales). Para hacerlo eficazmente, se sugiere incrementar la coordinación con otros organismos (p.ej. la Junta de Andalucía que gestiona los parques naturales) y con propietarios privados para negociar accesos públicos controlados a determinados parajes de interés (fincas en Jimena para rutas de agua, por ejemplo).
- **Accesibilidad universal en infraestructuras turísticas:** Un punto transversal es la adaptación para personas con discapacidad. Aunque ha habido mejoras (por ejemplo, varias playas de la comarca ya cuentan con sillas anfibia y pasarelas accesibles), los encuestados abogan por garantizar rampas, barandillas y elementos adaptados en todos los recursos clave. Se mencionó eliminar barreras arquitectónicas en castillos (donde sea posible con medios auxiliares), disponer maquetas táctiles o textos en braille en museos, y asegurar que oficinas de turismo y estaciones tengan facilidades para cualquier visitante.

A nivel municipal, la mayoría de las localidades añade matices:

- **Tarifa** insiste en infraestructuras de movilidad (aparcamiento disuasorio, gestión del flujo de 400.000 vehículos de la Operación Paso del Estrecho que colapsan la N-340 en verano).
- **Algeciras** demanda señalización y embellecimiento del centro urbano (unificar cartelería turística, homogeneizar la estética de la zona comercial, recuperar fachadas históricas).
- **La Línea de la Concepción** prioriza adecuar la zona de la frontera y acceso a Gibraltar (mejorar la ordenación de la avenida, crear un centro de visitantes allí mismo para captar viajeros) y “homogeneizar las calles del centro” haciéndolas más agradables para pasear.
- **San Roque** subraya la señalización entre sus núcleos (por ejemplo, conectar mejor Pueblo Nuevo-Sotogrande con San Roque casco, para que los visitantes de golf/polo se acerquen al centro histórico) y seguir con la recuperación del patrimonio (p.ej. el teatro Alameda y las ruinas de Carteia).
- **Jimena de la Frontera y Castellar de la Frontera** claman por mejorar los accesos a sus iconos: la carretera a Jimena desde la costa y al castillo de Castellar, respectivamente, además de dotar de aparcamientos cercanos y puntos de información en estos lugares.

- **Los Barrios** apunta la necesidad de potenciar Palmones (mejorar paseos fluviales, más señalización de la ruta de marismas) y de crear un centro de visitantes en Los Alcornocales que podría situarse en su término para servir de puerta de entrada al parque.

6. Promoción y Comercialización

Los agentes entrevistados evaluaron las acciones de promoción en curso, señalando algunas iniciativas positivas, pero coincidiendo en que hace falta intensificar la promoción digital y la coordinación para elevar la visibilidad del destino. Sobre este tema, las ideas principales fueron:

- **Promoción conjunta comarcal:** Se valoró muy positivamente el papel de la Mancomunidad de Municipios unificando esfuerzos promocionales. Por ejemplo, la participación agrupada en ferias de turismo a través del Patronato Provincial de Cádiz (FITUR, World Travel Market, etc.) ha dado presencia al Campo de Gibraltar aprovechando la marca Cádiz. También se elogió la figura de la gerente de Turismo mancomunada, por coordinar acciones entre los municipios. No obstante, se advierte que la promoción conjunta aún debe dar un salto cualitativo: hay que pasar de simplemente acudir juntos a ferias a desarrollar herramientas compartidas más potentes.
- **Necesidad de un portal web y marca integrados:** Casi todos coinciden en que hace falta una plataforma web turística comarcal moderna, atractiva y gestionada profesionalmente. Actualmente, la información está dispersa (cada municipio tiene su web con desigual calidad) y no existe un sitio único donde un turista pueda ver todo lo que ofrece el Campo de Gibraltar y planificar su visita. Un portal con dominio propio, disponible en varios idiomas, que integre la oferta pública y privada (alojamientos, actividades, eventos) y permita incluso reservar experiencias es considerado prioritario. Esto debería ir acompañado de la creación de una “marca paraguas” del destino (algunos sugieren algo como “Somos Campo de Gibraltar”, en línea con la campaña interna ya iniciada) para darle identidad reconocible en redes y materiales.
- **Impulso al marketing digital y redes sociales:** Se destaca la importancia de desarrollar contenidos digitales basados en emociones y valores del territorio, tal como planteaba el cuestionario. Los agentes creen que la comarca tiene historias potentes que contar (naturaleza virgen, mezcla de culturas, etc.) y que falta traducirlas en videos, blogs, fotografías de impacto y campañas segmentadas en redes sociales. Por ejemplo, proponen miniserias de vídeos mostrando un día en Tarifa con surf y atardecer en Bolonia, otro explorando castillos en Castellar y tapas en San Roque, etc., para difundirlos en Instagram, Facebook y YouTube. Se señala que a veces se invierte mucho en stands físicos y ferias tradicionales, cuando sería

más efectivo redirigir parte de ese presupuesto a campañas online dirigidas a nichos específicos (público joven aventurero, público familiar, aficionados al golf, etc.).

- **Participación en ferias especializadas y workshops:** Actualmente, la Diputación facilita a los municipios la asistencia a ferias generalistas. Los entrevistados sugieren que el Campo de Gibraltar debería tener presencia también en eventos especializados: ferias de turismo de naturaleza (p.ej. MADbird en Madrid, FIO en Extremadura), ferias náuticas, de golf o de turismo cultural, donde poder destacar sus productos más allá del sol y playa. Asimismo, consideran útil organizar en destino fam-trips y workshops con turoperadores: invitar agencias de viajes activas en Costa del Sol o Algarve para mostrarles la comarca, fomentar acuerdos de colaboración, etc.
- **Escasez de recursos y personal en promoción municipal:** Varios técnicos reconocen tener “muy poco presupuesto y equipo” en sus ayuntamientos para acciones promocionales específicas. Esto limita la capacidad de actuar más allá de lo que ofrece la Diputación. Por ello, valoran la ayuda de la Mancomunidad en centralizar ciertos esfuerzos, pero insisten en que cada municipio debería dotarse mejor. Algunos proponen mancomunar también la figura de un community manager o un equipo digital compartido, en lugar de cada ayuntamiento intentando llevar redes con pocos medios.
- **Promoción de turismo sostenible e inclusivo:** Un punto interesante que surge es la oportunidad de proyectar la imagen del Campo de Gibraltar como destino sostenible e inteligente, en sintonía con los proyectos DTI. Esto implicaría incluir en la promoción mensajes y acciones que destaquen el compromiso ambiental (e.g. campañas “Cuida el Estrecho” para sensibilizar sobre no dejar residuos) y la accesibilidad (ej: incorporar en la web símbolos de lugares adaptados, hacer campaña invitando a “disfrutar sin barreras” en la comarca). Así, se alinea la promoción con los valores del turismo responsable, lo que puede atraer un perfil de visitante más consciente y de calidad.

En cuanto a actuaciones concretas propuestas:

- **Lanzar una APP turística comarcal**, con mapas interactivos, audio-guías geolocalizadas, agenda de eventos y notificaciones (por ejemplo, avisando de cupos en playas o de actividades diarias). Esta APP debería ser multilingüe y accesible.
- **Realizar campañas de comunicación interna** (turismo ciudadano) para que los propios habitantes conozcan los recursos y actúen como embajadores. Se cree que falta concienciación local: “a veces ni los algecireños conocen lo que hay en Los Barrios, ni los de San Roque han ido a Jimena”, indicaba un técnico, señalando que primero el destino debe ser apreciado por su gente.
- **Potenciar la colaboración público-privada en la promoción:** por ejemplo, crear un Club de Producto Turístico del Campo de Gibraltar al que se adhieran empresas (hoteles, restaurantes, navieras de cetáceos, etc.) que participen en acciones

conjuntas de marketing. Esto permitiría presentar paquetes atractivos: las administraciones pondrían marca y soporte, y las empresas ofertas especiales. Algunos sugieren acuerdos con grandes operadores (p.ej. City Sightseeing para recorridos en bus turístico).

7. ¿Detecta problemas de saturación y sostenibilidad en su destino?

El de la saturación turística en ciertos puntos del Campo de Gibraltar y cómo gestionarla para preservar la sostenibilidad del destino, ha sido un tema en el que se ha coincidido entre agentes. En términos comarcales, la mayoría coincide en que la saturación no es un problema generalizado ni constante en toda la comarca –de hecho, varios agentes señalan como ventaja que, comparado con Costa del Sol o la propia Costa de la Luz hacia Conil, el Campo de Gibraltar “no sufre de masificación global, salvo focos concretos”. Los focos de saturación identificados son fundamentalmente:

Tarifa: Ha sido el foco principal donde se han dirigido las opiniones de los agentes. Recibe decenas de miles de visitantes y turistas diarios en temporada alta, multiplicando por más de 20 su población local. Esto genera colapso de tráfico en la N-340, ocupación total de playas y alojamientos, y presión extrema sobre servicios urbanos (basuras, aparcamientos, sanidad...). Es, con diferencia, el punto más saturado de la comarca.

Sotogrande en agosto: En menor medida, la urbanización de Sotogrande y San Roque Costa experimenta su pico de residentes temporales en julio-agosto (por el polo, el golf y veraneantes), poniendo a prueba la gestión de recursos (aunque al ser un turismo de alto poder adquisitivo y en alojamiento privado, la saturación es menos visible en la vía pública que en Tarifa).

Lugares puntuales: El Castillo de Castellar en fines de semana concretos (cuando hay eventos o visitas guiadas, su pequeño recinto se llena), o algunos tramos del Parque del Estrecho en días punta de verano (atascos en el acceso y estacionamientos desbordados). La Línea sufre saturación viaria más por la Operación Paso del Estrecho en la aduana que por turismo vacacional.

Dado que el foco principal de la saturación se ha puesto en Tarifa, el análisis estructurado de esta cuestión (causas, consecuencias y medidas) se ha centrado en este destino:

- **Causas:** La saturación en Tarifa se atribuye a su enorme tirón como destino de moda (“Tarifa se vende sola” dicen algunos) combinado con la insuficiencia de infraestructuras para absorber ese éxito. Solo cuenta con una carretera comarcal de acceso y pocos parkings. También influye la estacionalidad concentrada: Tarifa tiene un verano muy largo y activo, pero en invierno cae en tranquilidad, lo que agrava el contraste. En otros casos, la saturación viene de la falta de alternativas de distribución: por ejemplo, se promocionan mucho ciertas playas (Bolonia) mientras otras cercanas con menos servicios permanecen vacías, concentrándose todo el mundo en el mismo sitio.
- **Consecuencias:** En Tarifa, los residentes experimentan “turismofobia” creciente: no pueden aparcar ni transitar con normalidad en verano, hay ruidos nocturnos, subida de precios, etc. Los visitantes perciben también una merma en la calidad de la experiencia –playas abarrotadas, espera en restaurantes, sensación de agobio– que a la larga puede dañar la reputación del destino. Ambientalmente, la saturación impacta: aparición de residuos, deterioro de dunas y vegetación por sobreuso, estrés hídrico (ej. cortes de agua en Tarifa algunos veranos). Un entrevistado señaló que en Bolonia la capacidad de carga está ampliamente sobrepasada en agosto, llegando a situaciones de colapso en los accesos y “deterioro del ecosistema dunar y monumental” (algunos turistas trepando por las ruinas romanas para buscar sombra, etc.).
- **Medidas propuestas:** Dado que el foco es Tarifa, la mayoría de las medidas apuntan allí:
 - Diversificar la demanda temporalmente (desestacionalizar) y geográficamente. Por ejemplo, promocionar Tarifa fuera de verano (campañas de “Tarifa todo el año” para atraer surfistas en otoño, jubilados en invierno con buen clima, etc.). Y a la vez, “desviar parte del flujo veraniego a otros puntos de la comarca”. Una idea es crear paquetes combinados: que el turista que va a Tarifa tenga incentivos (guías, excursiones organizadas) para pasar un día en Castellar o una tarde en Algeciras, aliviando Tarifa y repartiendo beneficios.
 - Implantar sistemas de gestión de flujos en lugares sensibles: control de accesos a Bolonia (cuando el parking se llena, desviar a alternativas), establecimiento de aforos máximos en ciertas calas si es preciso, e incluso restricciones de tráfico temporal. Varios proponen habilitar en verano un servicio de autobús lanzadera desde Algeciras o Facinas hasta las playas de Tarifa, para reducir el ingreso de coches. También se sugiere considerar medidas como tasas turísticas para generar fondos de reinversión en infraestructuras (especialmente en Tarifa, que soporta un coste extra por su población flotante).
 - Inversiones en infraestructuras ya mencionadas: un segundo acceso por carretera a Tarifa (pendiente a largo plazo), creación de aparcamientos amplios a la entrada del pueblo con transporte colectivo interno, mejora del suministro

de agua y refuerzo de limpieza en temporada alta, etc. Casi todos coinciden en que Tarifa necesita un plan especial de gestión de saturación, con apoyo de otras administraciones, pues su situación desborda la capacidad municipal.

- o Sensibilización y control: Campañas para turistas de comportamiento responsable (respetar normas, cuidar el medio) y un aumento de vigilancia y orden (más policías de playa, sanciones a acampadas ilegales, regulación de alquileres vacacionales para evitar "efecto turistificación" en barrios residenciales).

A nivel municipal, los comentarios variaron según percepciones locales:

- Tarifa reconoce el problema y aboga por proyectos de ampliación de infraestructuras (ya citados) y por limitar ciertas actividades: por ejemplo, algunos entrevistados tarifeños sugieren desplazar la OPE (Operación Paso del Estrecho) íntegramente al puerto de Algeciras para quitar esa carga a Tarifa en verano, o reordenar los estacionamientos de caravanas con zonas habilitadas fuera del casco urbano.
- Algeciras y La Línea apuntan que su "saturación" es más bien de tráfico asociado a Gibraltar y al puerto, por lo que están apostando por mejorar la movilidad urbana (planes de tráfico, parkings subterráneos en proyecto, etc.). En el caso de Algeciras, se comentó que la percepción externa de caos no se corresponde con saturación turística, y La Línea insiste en no confundir saturación con fronteriza con turística –no obstante, ambos creen que prever sistemas de conteo de visitantes e indicadores sería útil (metodologías de DTI) para anticipar futuros picos.
- Castellar mencionó un plan de estacionamientos en marcha para su castillo (evitando congestión en el interior del recinto), y Jimena sostuvo que "ojalá tuviéramos ese problema" indicando que antes necesitan atraer más flujo para preocuparse de saturación.

En el resto de la comarca, muchos insisten: "No tenemos un problema de saturación como tal, al contrario, nos faltan visitantes en muchas épocas". Municipios como Algeciras o Los Barrios no sienten saturación turística (más allá de tráfico en días muy concretos). Algeciras señala que, paradójicamente, sus hoteles están llenos casi todo el año, pero por motivo de negocio, no ocio, y "aún hay margen de absorción si vinieran más turistas vacacionales". Jimena o Castellar desde luego no sufren saturación, sino falta de demanda.

8. Percepción de la accesibilidad dentro del destino

La accesibilidad universal fue otro eje de las entrevistas, con el propósito de valorar cómo afecta la falta de accesibilidad a la experiencia turística y qué se puede hacer para mejorarla. Los encuestados muestran sensibilidad hacia este tema, reconociendo avances, pero también carencias notables en el Campo de Gibraltar.

8.1 ¿Cómo cree que afecta la falta de accesibilidad a la experiencia de los viajeros y a la imagen del destino dentro del Campo de Gibraltar? EXPERIENCIA

Los agentes tienen claro que cuando un destino no está bien adaptado, muchos viajeros (no solo aquellos con discapacidad permanente, sino también mayores, familias con carritos, etc.) sufren limitaciones. Por ejemplo, mencionan que en algunos cascos históricos con pendientes (como Castellar o partes de Algeciras) “es difícil moverse en silla de ruedas o con cochecito de bebé”, lo que puede convertir la visita en una experiencia frustrante en vez de placentera. Del mismo modo, la ausencia de información adaptada (audioguías, texto en braille o macrocaracteres) en museos o puntos de interés impide que personas con discapacidad sensorial disfruten plenamente. Todo ello repercute en la imagen del destino: una turista con movilidad reducida que encuentra trabas posiblemente no recomiende el lugar, afectando la reputación de acogida inclusiva.

Varios entrevistados señalan que, hoy día, la accesibilidad es parte de la calidad: “un destino no es verdaderamente de calidad si no lo es para todos” fue una frase reflejada. Por tanto, creen que mejorar la accesibilidad aumentará la satisfacción general de los turistas y abrirá el destino a segmentos crecientes (p. ej. el colectivo senior europeo, que valora mucho las facilidades).

8.2 ¿Cree que los servicios e infraestructuras turísticas están suficientemente adaptados en la actualidad? INFRAESTRUCTURAS

La opinión general es que se ha avanzado, pero de forma desigual y aún insuficiente. Se destacan ejemplos positivos:

- Muchas playas del Campo de Gibraltar cuentan ya con elementos accesibles: Tarifa, San Roque, La Línea y Algeciras tienen al menos una playa con rampas, pasarelas anchas, módulos de baño adaptado y servicio de silla anfibia.
- Equipamientos turísticos nuevos suelen incorporar criterios de accesibilidad: por ejemplo, el Centro de Interpretación Paco de Lucía en Algeciras se diseñó con parámetros adaptados, o la reciente señalética de senderos en Los Barrios incluye paneles con pictogramas.
- San Roque es señalada como municipio modélico en este aspecto: ha obtenido certificaciones (p. ej. sello “Turismo Accesible TALCO” e ISO 170001) y ha elaborado una guía específica de recursos turísticos accesibles, adaptando su ruta urbana para usuarios con discapacidad.

Sin embargo, la respuesta unánime es que no, en conjunto la comarca no está suficientemente adaptada aún. Persisten muchas deficiencias: escasez de semáforos sonoros y planos guía en braille, aceras estrechas o con bordillos altos en zonas turísticas, monumentos sin opciones de visita para personas con movilidad reducida (castillos sin rampas ni ascensores, por su propia naturaleza), hoteles antiguos sin habitaciones adaptadas suficientes, etc. En municipios pequeños, reconocen que “nunca se hizo auditoría de accesibilidad” y se ha ido actuando de forma puntual.

8.3 ¿Qué medidas concretas podrían implementarse para hacer del Campo de Gibraltar un destino más accesible? MEDIDAS

Aquí los entrevistados aportaron numerosas ideas prácticas, entre ellas:

- Eliminación de barreras arquitectónicas en itinerarios turísticos: rebaje de bordillos, colocación de rampas en entradas a museos/iglesias, ampliación de puertas en centros culturales para paso de sillas de ruedas, etc. Se sugiere priorizar un par de rutas accesibles en cada municipio (por ejemplo, en Castellar ya trabajan en mejorar la accesibilidad al castillo, en La Línea el paseo marítimo, en Tarifa el casco viejo).
- Mejora de la señalización accesible: incorporar información táctil (mapas en relieve, carteles braille en oficinas de turismo y museos), instalar bucles de inducción magnética para personas con audífonos en puntos de información, implementar códigos QR en atracciones que ofrezcan audiodescripciones en varios idiomas.
- Formación y sensibilización: capacitar al personal turístico en atención a visitantes con necesidades especiales (lengua de signos básica para informadores, protocolo de asistencia a personas con movilidad reducida en playas, etc.). También hacer campañas para que comercios y restaurantes mejoren su accesibilidad (retirar obstáculos de las aceras, tener menú en braille, etc.).
- Equipamiento e infraestructura: aumentar el número de plazas de aparcamiento reservado cerca de puntos turísticos; asegurar la disponibilidad de taxis accesibles en las principales ciudades; dotar a eventos y festivales de medios (ej: intérprete de signos en presentaciones).
- Productos turísticos inclusivos: diseñar visitas guiadas adaptadas –por ejemplo, rutas sensoriales por el Parque de los Alcornocales donde se enfoque en sonidos y olores para personas ciegas, o talleres de flamenco adaptados– para posicionar la comarca como un destino piloto en turismo inclusivo.

A.3.3. BLOQUE 3: ESTRATEGIA FUTURA

9. Identificación del Modelo DTI

El Campo de Gibraltar está inmerso en la iniciativa de Destino Turístico Inteligente, por lo que se preguntó a los agentes si conocían el modelo y qué ventajas o inconvenientes perciben en su implantación.

9.1 ¿Conoce el Modelo DTI?

Las respuestas indican que una amplia mayoría (94,1%) está al tanto del concepto DTI, al menos en términos generales.

9.2 ¿Conoce los Ejes que componen dicho modelo?

Por su parte, un volumen menor (70,6%) tiene constancia de los Ejes DTI.

9.3 ¿Sabía que el Campo de Gibraltar es un Destino Turístico Inteligente? (Desde el 2020 la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar trabaja en el modelo)

Asimismo, prácticamente todos (88,2%) sabían que el Campo de Gibraltar ha adoptado este modelo desde 2020 bajo la coordinación de SEGITTUR y la Mancomunidad.

9.3 SI NO LO CONOCE: ¿Lo considera una opción válida a priori?

Cabe destacar que todos los agentes se han mostrado a favor de la iniciativa DTI.

9.4 SI CONOCE EL MODELO: ¿Qué ventajas y que inconvenientes consideras más relevantes a la hora de implantar el modelo?

En cuanto a las ventajas del modelo DTI, las ideas recurrentes han sido:

Mejora de la gestión y coordinación: Varios técnicos municipales comentaron que el DTI “obliga a trabajar de forma más organizada y colaborativa”. La creación de comités interdepartamentales y la inclusión del turismo en la agenda digital municipal son vistas como avances para superar la tradicional fragmentación. Se espera que, gracias al modelo, áreas como Urbanismo, Medio Ambiente, Seguridad o Cultura cooperen estrechamente con Turismo (por ejemplo, compartiendo datos e integrando proyectos), mejorando la gobernanza turística.

Uso de tecnología para eficiencia: Se valora que el DTI traerá herramientas tecnológicas que facilitarán la toma de decisiones. Mencionan el despliegue de sistemas de inteligencia turística que permitan monitorizar flujos, ocupación, gasto, satisfacción, etc.,

en tiempo real. Con esos datos, se podrá dirigir mejor la promoción, anticipar problemas (como la saturación mencionada) y personalizar la oferta. También se espera que la tecnología mejore la experiencia del visitante (apps informativas, wifi público, señalética digital) y la gestión interna (plataformas de gestión integradas para solicitudes, encuestas, etc.).

Sostenibilidad e inclusión como ejes: Los entrevistados reconocen que el modelo DTI abarca no solo tecnología, sino también sostenibilidad, accesibilidad, innovación y gobernanza. Por tanto, creen que su implantación “fuerza a atender” cuestiones como las que ya se han tratado: accesibilidad universal, control de impactos ambientales, formación continua. Una ventaja destacada es que el modelo DTI proporciona una hoja de ruta clara y estándares concretos en estas materias, algo muy útil para la planificación local (sobre todo en municipios pequeños que carecían de planes propios).

Posicionamiento y aprendizaje: Varios agentes mencionan que pertenecer a la red de Destinos Inteligentes (como lo está haciendo la comarca) da acceso a compartir experiencias con otros destinos pioneros e incluso a mayor visibilidad externa del Campo de Gibraltar como destino innovador. “Nos pone en el mapa de la modernización turística”, comentaba un participante, resaltando que por fin la comarca se asocia a un proyecto puntero a nivel nacional.

Respecto a los inconvenientes o barreras del modelo DTI, las opiniones se centraron en:

- **Necesidad de recursos (humanos y económicos):** La preocupación más citada es cómo sostener la implantación. “El DTI suena muy bien, pero requiere dinero y personal”. Muchos municipios tienen plantillas de turismo muy reducidas, que ahora deben asumir tareas extra (reuniones técnicas, seguimiento de indicadores, manejo de nuevas aplicaciones...). Temen sobrecarga de trabajo si no se refuerzan los equipos, así como incertidumbre sobre la financiación más allá de la subvención inicial. Varios pidieron garantizar apoyo continuo de administraciones superiores para no quedarse con proyectos a medio hacer por falta de fondos locales.
- **Coordinación compleja entre actores:** Aunque se ve como meta positiva, también se reconoce que “poner de acuerdo a tantos departamentos y municipios no será fácil”. Algunos temen falta de implicación real de todos los actores: mencionan que para el éxito del DTI debe involucrarse desde la policía local (en suministrar datos de seguridad) hasta empresas privadas (en compartir información de afluencia, por ejemplo), y esa colaboración total es difícil de conseguir. En palabras de un entrevistado: “si cada uno sigue a lo suyo, el DTI será papel mojado”, aludiendo a posibles resistencias burocráticas.
- **Prioridades básicas vs. tecnológicas:** Un par de respuestas (sobre todo desde entidades empresariales) advierten que no se debe “poner el techo antes que los cimientos”. Opinan que en la comarca hay deficiencias básicas (infraestructuras, promoción, servicios...) que deben resolverse paralelamente, de lo contrario el DTI podría quedarse en la “implantación de

gadgets tecnológicos sin contenido”. Por ejemplo, montar una plataforma inteligente de datos turísticos, pero sin tener oferta consolidada que promocionar, o sensores de aparcamiento donde ni siquiera hay parkings construidos. Por tanto, instan a no desenfocarse: aprovechar el DTI para mejorar lo fundamental, no solo para incorporar tecnología por sí misma.

- **Adaptación y capacitación:** Internamente, puede haber una curva de aprendizaje y cierta resistencia al cambio. Algunos técnicos asumieron que costará que personal municipal adquiera nuevas competencias digitales y que todos los implicados entiendan el modelo integral. Esto requiere formaciones específicas y un cambio de mentalidad en las instituciones públicas locales hacia la innovación constante.

En términos globales, no obstante, el sentimiento es favorable: “todas las ventajas, y los inconvenientes podemos trabajarlos”. Se ve el modelo DTI como una oportunidad histórica para modernizar el destino y mejorar su competitividad. Muchos entrevistados, de hecho, expresaron ilusión de que el Campo de Gibraltar esté inmerso en ello, remarcando que “vamos a la par de destinos punteros y eso nos obliga a ponernos las pilas”. La clave, apuntan, será la continuidad: mantener el impulso una vez pasen los primeros años y perseverar en la ejecución de las medidas.

10. Expectativas Futuras

Al reflexionar sobre el futuro, los agentes han manifestado, en general, un optimismo moderado. Casi ninguno prevé estancamiento o declive, al contrario, se sienten en un punto de inflexión donde el turismo puede crecer, pero subrayan que ese crecimiento debe ser “ordenado y sostenible”. Las ideas recurrentes sobre hacia dónde debería encaminarse el sector en la comarca fueron:

- **Crecimiento gradual, no masivo:** En lugar de aspirar a un boom repentino (que podría provocar problemas de saturación), se espera un crecimiento paulatino de la actividad turística, apoyado en la diversificación de productos. Varios piensan que el Campo de Gibraltar nunca será un destino de masas como la Costa del Sol, lo cual ven positivo, sino más bien un destino “de descubrimiento” para públicos específicos, lo que permitirá un desarrollo sostenible. Eso sí, confían en aumentar las cifras actuales de visitantes y pernoctaciones ampliando la oferta y mejorando la promoción.
- **Desestacionalización y equilibrio territorial:** Se pone mucho énfasis en repartir mejor el turismo en el tiempo y en el espacio. El anhelo es romper con la dependencia excesiva del verano en Tarifa y lograr atraer turistas todo el año, apoyándose en eventos deportivos (polo en primavera, surf en otoño), culturales (festivales, rutas históricas) o de naturaleza (temporada de aves migratorias en primavera/otoño). Igualmente, “que todo el Campo de Gibraltar se beneficie”: es estratégico integrar a

los pueblos de interior y a ciudades como Algeciras en la dinámica turística, evitando que solo Tarifa y Sotogrande se lleven la mayor parte. Esto conllevará itinerarios comarcales, paquetes multi-destino internos, etc.

- **Mayor implicación del sector privado en las políticas turísticas:** Muchos entrevistados, especialmente desde asociaciones empresariales, piden que en el futuro se consolide la colaboración público-privada. Quieren tener voz y participación en las decisiones (por ejemplo, mediante consejos asesores de turismo o mesas sectoriales permanentes). Asimismo, creen que la iniciativa privada debe ser incentivada: facilitar inversiones en nuevos hoteles (por ejemplo, un hotel en La Línea que aproveche su potencial, o más alojamientos rurales en Jimena), apoyar a las empresas locales a crear productos innovadores, e implicarlas en la promoción exterior. En resumen, pasar de un turismo impulsado casi exclusivamente por lo público a un modelo de cogestión donde la empresa local sea motor.
- **Desarrollo de infraestructuras clave:** En línea con todo lo tratado, se espera que en el medio plazo se concreten ciertas obras fundamentales: la mejora de las comunicaciones (la autovía A-48 hasta Algeciras y la conexión ferroviaria digna), la ampliación de equipamientos (p.ej. un centro de visitantes comarcal, un museo temático del Estrecho) y la modernización de los espacios urbanos turísticos. Sin esas mejoras, advierten, será difícil capitalizar el interés que se genere.
- **Apertura de nuevos mercados emisores:** Actualmente, la comarca recibe sobre todo turismo nacional (andaluz y del resto de España) y algo de centroeuropeo en Tarifa. Para el futuro, se plantea diversificar mercados: atraer más turismo británico e irlandés (aprovechando Gibraltar y el golf), turismo francés y alemán de naturaleza, incluso turismo marroquí (tras la mejora de relaciones diplomáticas) e incorporarse a circuitos de turoperadores internacionales. En ese sentido, trabajar en la marca y segmentar la promoción serán cruciales.
- **Formación y calidad como base del futuro:** Todos los agentes insisten en que, para crecer bien, se necesita un tejido profesional bien formado y servicios de calidad. Ven imprescindible reforzar la formación del personal turístico (en idiomas, digitalización, atención al cliente) y de los empresarios pequeños (ayuda para comercialización, innovación de productos). Asimismo, apostar por certificaciones de calidad (SICTED, Q Turística) para garantizar estándares homogéneos en alojamientos, playas, oficinas, etc. Esto fidelizará al visitante y elevará el prestigio del destino.

En general, la visión compartida es que el turismo en el Campo de Gibraltar tiene un amplio margen de crecimiento todavía, pero que debe orientarse hacia un modelo de calidad y sostenibilidad. Se confía en que con los planes actuales (PSTD, DTI, etc.) en 5-10 años la comarca logre posicionarse mucho mejor en el mapa turístico de Andalucía, aprovechando su versatilidad. Un representante lo expresaba así: “No seremos masivos, ni queremos; queremos un turismo que crezca sin perder nuestra esencia”.

11. Necesidades Formativas

Finalmente, se consultó a los agentes qué ámbitos de formación consideran fundamentales para el personal y el tejido productivo local de cara a esta nueva etapa. Hubo bastante convergencia en las respuestas, destacando tres grandes bloques de capacitación:

- **Calidad turística y sostenibilidad:** Muchos mencionaron la necesidad de formarse en sistemas de calidad (por ejemplo, implementación del **Sistema Integral de Calidad Turística en Destino** – SICTED – en empresas y destinos). Igualmente, formación en **Sostenibilidad en el Sector Turístico** fue de las opciones más elegidas: se quiere aprender sobre gestión ambiental, economía circular aplicada al turismo, reducción de huella de carbono en establecimientos, etc. Ligado a ello, se marcó la **Responsabilidad Social Organizacional**, y se citó la accesibilidad y el turismo inclusivo, para incorporar buenas prácticas. En resumen, preparar al sector para alinear sus operaciones con los criterios de turismo responsable.
- **Creación y comercialización de productos turísticos:** Muchos agentes locales demandan formación práctica para el **Desarrollo de Productos Turísticos**, así como el **Desarrollo de Experiencias Turísticas**, que les enseñen a empaquetar recursos (por ejemplo, cómo convertir una ruta de senderismo y una cata de vino en una experiencia vendible, cómo fijar precios, cómo narrar una historia alrededor del producto). También cómo acceder a mercados y plataformas de venta: manejar canales de distribución, negociar con agencias, etc. Esta necesidad viene de la autocrítica de que la comarca, hasta ahora, se ha limitado a tener recursos sin convertirlos en productos redondos.
- **Transformación digital y nuevas tecnologías:** Los entrevistados han mostrado la necesidad de formación en **Transformación Digital y Turismo Digital**, ligados al marketing digital, redes sociales, posicionamiento online, ya que muchos negocios locales adolecen de poca visibilidad en internet. Además, emergen temas como **Turismo e Inteligencia Artificial y Gestión de Procesos** y **Cuadros de Mando en el sector turístico**, enfocados en el análisis de datos (para entender las herramientas DTI y sacarles partido) y en aplicaciones de IA en turismo (por ejemplo, chatbots para atención al cliente, automatización de procesos, etc.). Consideran que la digitalización es el futuro y no quieren quedarse atrás por falta de conocimientos.

Otras temáticas formativas adicionales mencionadas incluyen formación específica para agentes turísticos y empresarios locales, enfocada en la colaboración, la estructuración de precios y la creación de paquetes integrados, como parte de la hoja de ruta estratégica del destino.

- Talleres y Temáticas Formativas: Desarrollo de experiencias turísticas colaborativas entre empresarios y hoteles de la zona.
- Estructuración de Precios: Diferenciación de precios según el canal de venta (público final, hotel, turoperador), para evitar conflictos y asegurar la viabilidad económica de la colaboración con turoperadores.
- Colaboración Público-Privada: Acuerdos entre la Escuela de Turismo, mancomunidad y turoperadores para formar guías turísticos locales y consolidar la oferta, así como la posibilidad de establecer alianzas con empresas de rutas turísticas para mejorar la comercialización.

A.4. CONCLUSIONES

El proceso participativo ha permitido identificar un consenso relevante respecto a la importancia de la adaptación inteligente del sector turístico ante los nuevos retos. La implicación de la ciudadanía, las empresas y los agentes turísticos, pone de manifiesto el compromiso colectivo por evolucionar y mejorar la competitividad del destino, manteniendo siempre una visión integradora y sostenible.

Existe un convencimiento compartido de que el Campo de Gibraltar tiene recursos turísticos de primer nivel (naturaleza, patrimonio, deportes, enclave único) que lo hacen competitivo, pero que hasta ahora no se han aprovechado del todo.

En conjunto, se muestran 3 áreas fundamentales sobre las que actuar: **mayor dotación de recursos humanos y financieros para el sector turístico, mejora de las infraestructuras turísticas y de transporte**; impulso al **desarrollo de productos y experiencias turísticas diferenciales**; y atención a la **sostenibilidad social y ambiental** para que el desarrollo turístico sea responsable e inclusivo.

Desde la ciudadanía se percibe una voluntad clara de participar en el desarrollo turístico, mostrando interés por iniciativas que favorezcan el bienestar local y la preservación del entorno. Se valora positivamente la colaboración y el diálogo, evidenciando una actitud proactiva hacia el futuro del territorio.

Las empresas, por su parte, demuestran una predisposición a innovar y optimizar sus procesos, entendiendo el diseño de experiencias y la formación como una herramienta esencial para diversificar su oferta y consolidar su posición en el mercado. El sector empresarial se muestra abierto a la cooperación y a la búsqueda de soluciones conjuntas que generen valor añadido.

Finalmente, los agentes turísticos reflejan una visión estratégica y orientada al largo plazo, reconociendo la necesidad de fortalecer la calidad del destino y las alianzas público-privadas que permitan afrontar los desafíos emergentes. Su papel resulta fundamental para articular y dinamizar el tejido productivo, contribuyendo decisivamente al posicionamiento del destino.

Plan Estratégico y Plan de Acción Anual de Turismo de La Línea de la Concepción 2026-2030

Esta actuación se enmarca en el “Plan de Sostenibilidad Turística del Destino Inteligente Campo de Gibraltar”, subvención gestionada por la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar, dependiente del Ministerio de Industria y Turismo del Gobierno de España y de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía. Dicho proyecto está financiado por la Unión Europea con fondos NextGeneration EU, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del componente 14 Inversión 1 (CI14.1.2).

Somos  puerto,  sol,  surf,  industria,
 ecología,  viento,  mar...

