

Plan Estratégico de Turismo de Olvera

Proceso Participativo

Presentación de los datos arrojados por el
cuestionario de participación empresarial

Qué es el Cuestionario de Participación Empresarial

El Cuestionario de Participación Empresarial ha sido elaborado para favorecer la implicación directa del empresariado olvereño en la redacción del nuevo **Plan Estratégico de Turismo de Olvera**.

Los datos obtenidos en esta encuesta, junto con los recabados a partir de la aplicación de otros instrumentos de participación, ayudarán a valorar la opinión que tienen los comerciantes del Conjunto Histórico y los empresarios de la restauración olvereños sobre la actividad turística del municipio. Además, el proceso participativo se extenderá también a otros agentes involucrados en este sector en Olvera, contribuyendo así a enfocar de una forma más objetiva las líneas de actuación y acciones concretas que quedarán recogidas en el documento final de planificación a las necesidades de dichos agentes.

Objetivo General

El objetivo final de este estudio es la valoración de las **opiniones** de los comerciantes olvereros respecto a su percepción individual de la incidencia del turismo en Olvera, para así sustentar las bases del nuevo Plan Estratégico de Turismo y justificar las líneas de actuación a seguir.

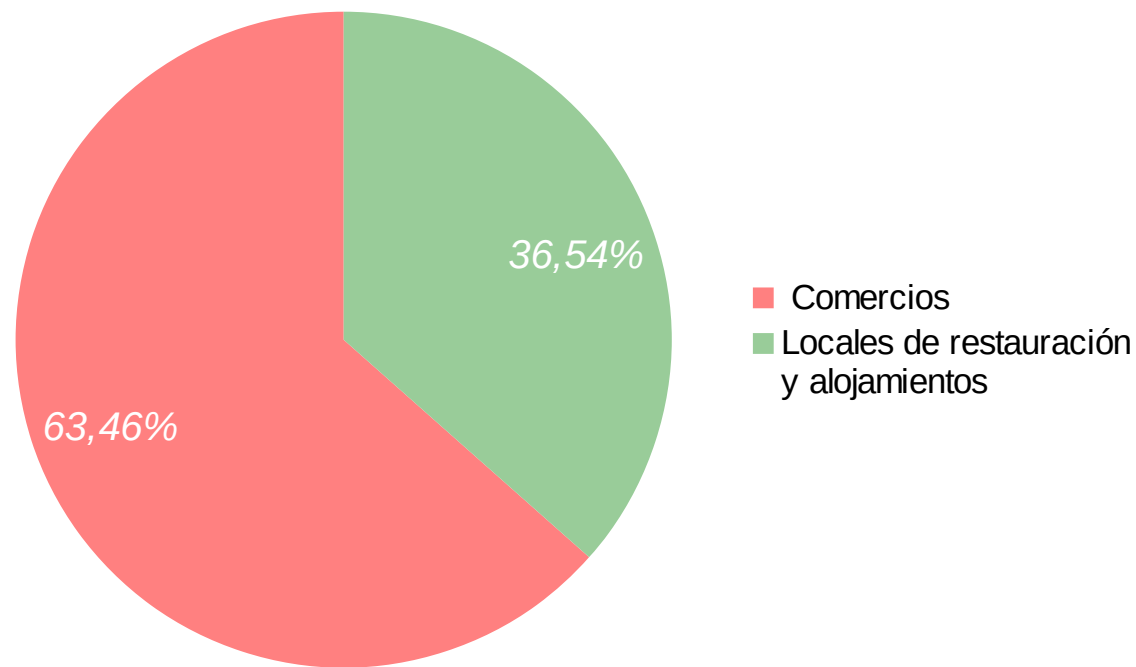
Este documento de planificación será inclusivo, participativo y endógeno.

Ficha técnica de la encuesta

Universo	Comercios ubicados en el Conjunto Histórico de Olvera y locales de restauración y hostelería
Ámbito geográfico	Municipio de Olvera
Proceso metodológico	Investigación cuantitativa y cualitativa: encuesta con cuestionario estructurado y preguntas abiertas
Tamaño de la muestra	55 respuestas
Marca temporal	Del 23 de marzo al 8 de mayo de 2017

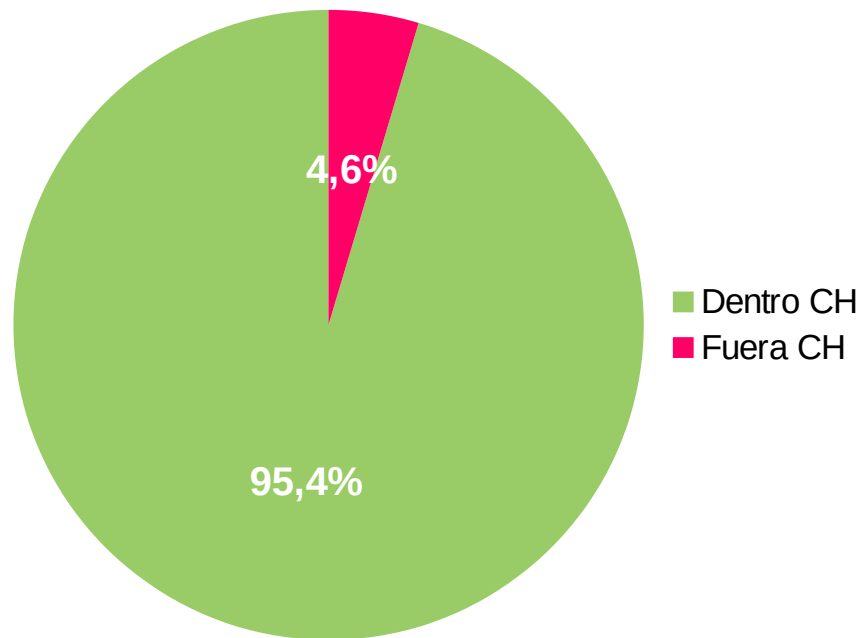
Resultados del cuestionario

Entre los participantes en el cuestionario, la mayoría han sido comercios (61%), por lo que los resultados en general estarán más sometidos a su punto de vista.

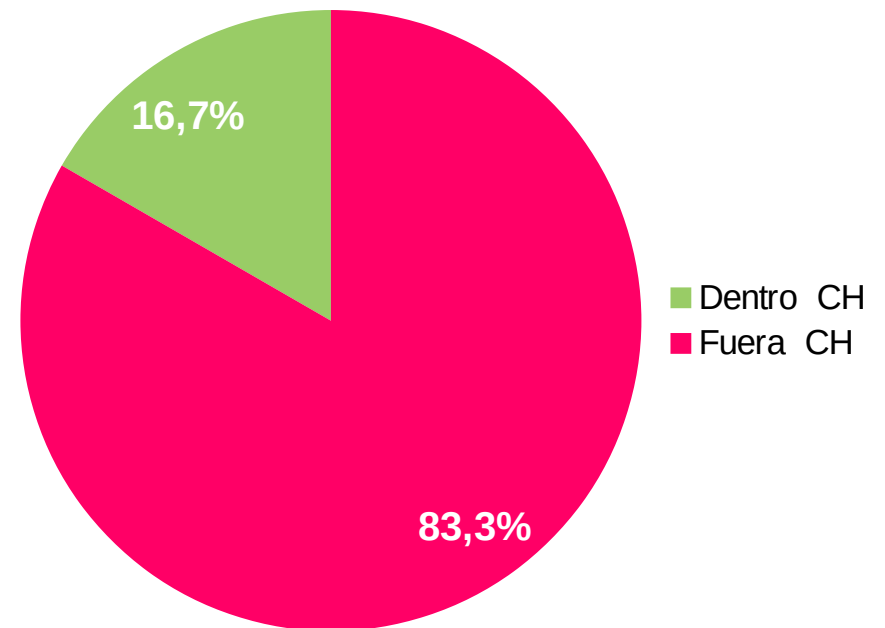


Resultados del cuestionario

Ubicación de los comercios participantes en la encuesta



Ubicación de alojamientos y locales de restauración participantes en la encuesta



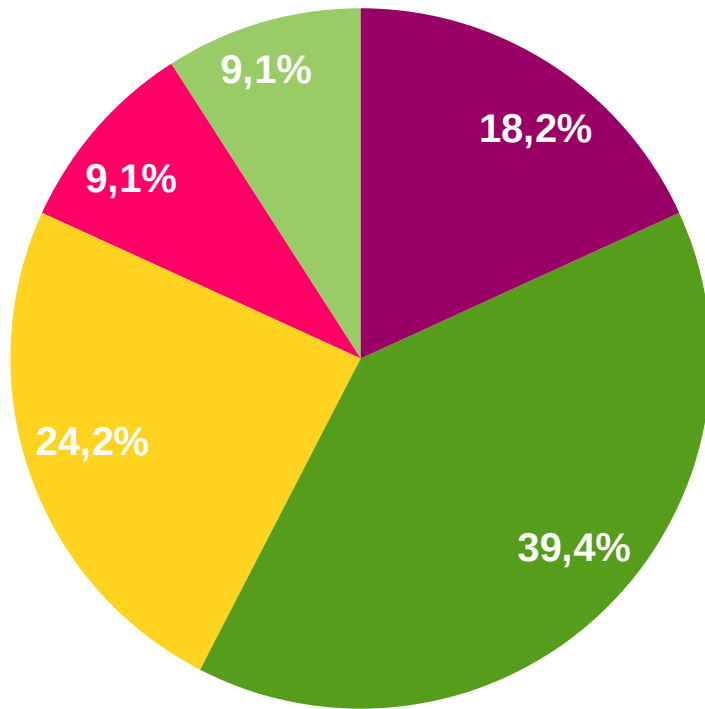
Resultados del cuestionario

El porcentaje de comercios encuestados ubicados dentro del Conjunto Histórico supone más del 90% frente al 3% de comercios fuera del mismo, por lo tanto el resultado de las encuestas estará sesgado a favor de dichos comercios. La influencia del turismo es diferente en esta zona del municipio.

En cuanto al porcentaje de alojamiento y locales de restauración, la mayoría de los participantes de esta muestra se ubica en la zona de ensanche (83%), frente al 16% establecido en el Conjunto Histórico. Por lo que se deduce que la oferta gastronómica y alojativa es bastante reducida en la zona de mayor potencial turístico de la ciudad.

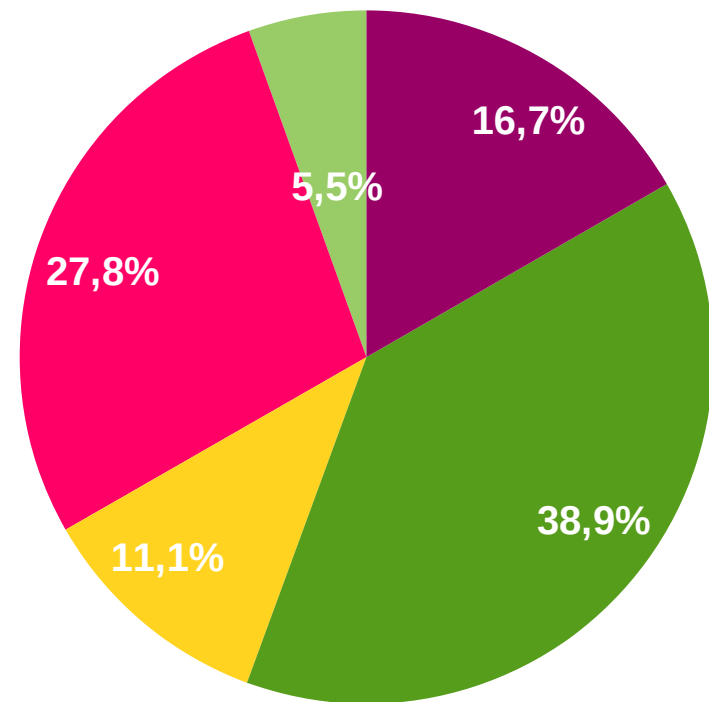
Resultados del cuestionario

Antigüedad en el oficio: Comercios



■ Menos de 1 ■ De 1 a 5 ■ De 5 a 20 ■ Más de 20 ■ NS/NC

Antigüedad en el oficio: Alojamientos y restauración



■ Menos de 1 ■ De 1 a 5 ■ De 5 a 20 ■ Más de 20 ■ NS/NC

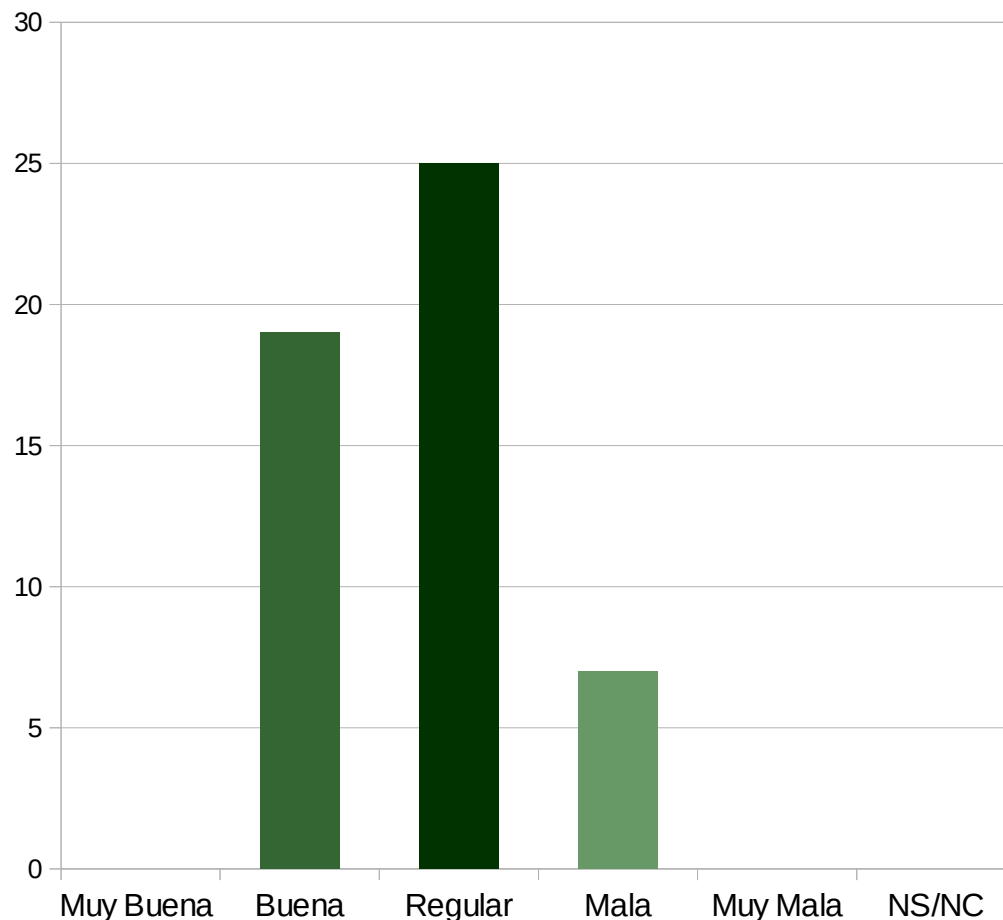
Resultados del cuestionario

En los comercios el patrón que más se repite, con un 40%, es el de una antigüedad de más de 20 años en el oficio, siendo el menos reiterado, con un 9%, el de la antigüedad menor a 1 año, de lo que se deduce que éste es un colectivo con mucha experiencia y quizás con una forma de trabajar ligada a lo tradicional.

En los alojamientos y locales de restauración se repite el mismo patrón: más de un 38% de los encuestados lleva más de 20 años en el oficio, y sólo el 5% tiene menos de un año de experiencia en el cargo. La conclusión de esta lectura es la de que los profesionales de la hostelería pertenecen a un sector bastante maduro, que puede llevar a una mecánica del oficio obsoleta. No obstante, tienen un elevado grado de la experiencia, lo cual es una ventaja añadida.

Resultados del cuestionario

Oferta Comercial

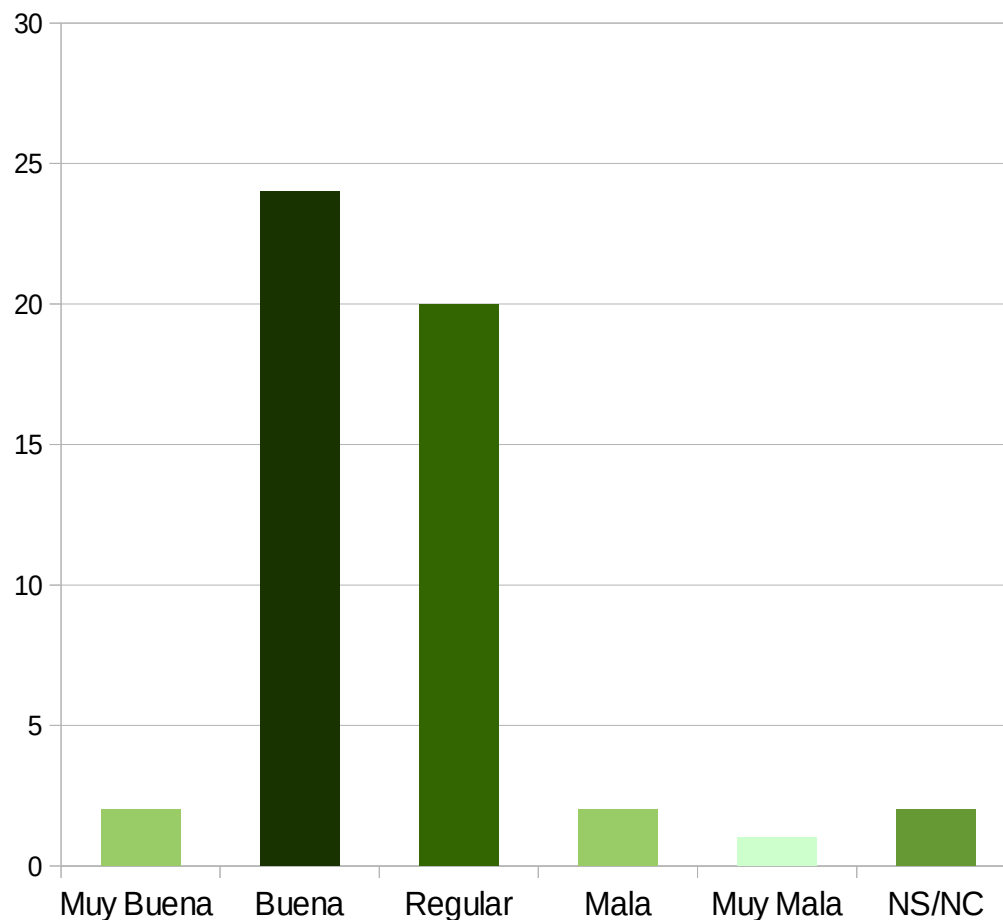


La oferta comercial en Olvera es valorada como “Regular” por parte de los empresarios, con el 49% de respuestas. Le sigue la valoración “Buena” con un 37%. Por lo que se deduce que desde el punto de vista empresarial, la oferta comercial en Olvera es aceptable, aunque con algunas excepciones (como se verá más adelante en el estudio).

Sólo un 13% de los encuestados opina que la oferta comercial es mala, y ninguno de ellos apunta a que sea ni “Muy mala” ni “Muy buena”.

Resultados del cuestionario

Oferta Alojativa

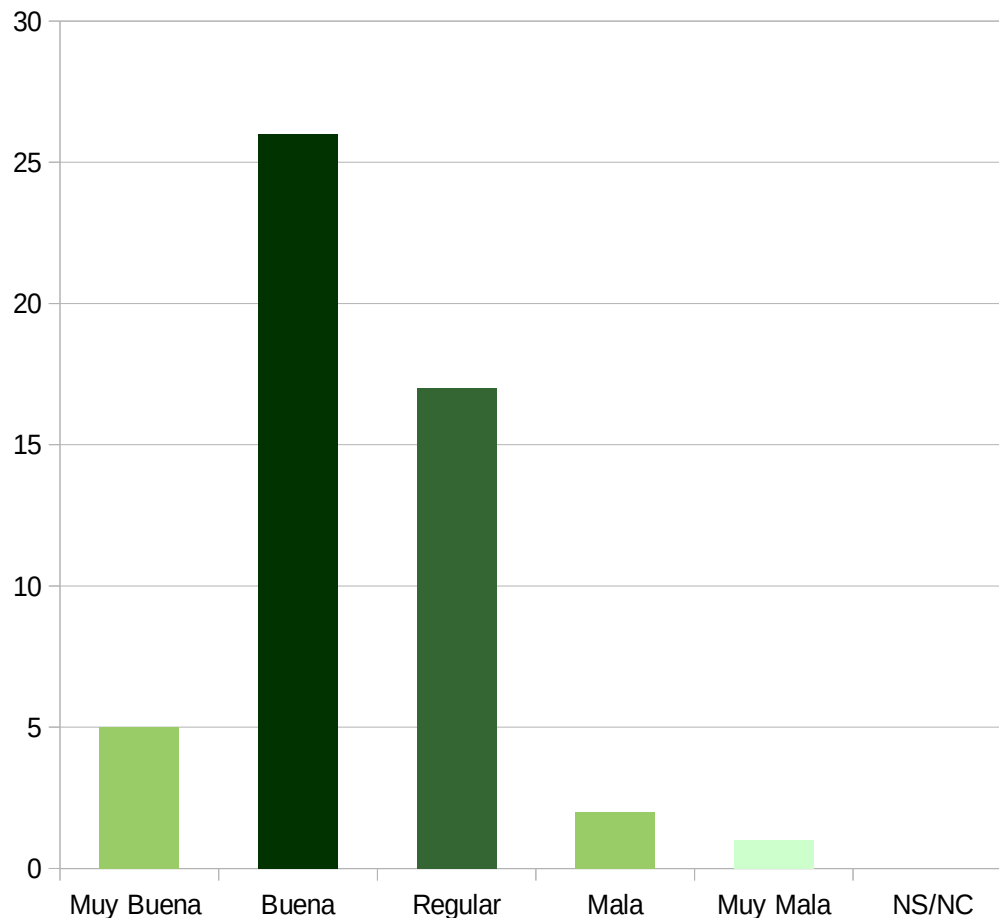


La oferta alojativa en Olvera es valorada como “Buena” por parte de los empresarios, con el 47% de las respuestas. La percepción que le sigue es “Regular” con un 39%. Con lo cual podemos deducir que desde el punto de vista empresarial dicha oferta en Olvera es percibida como mejorable, tanto en cantidad como en calidad.

Menos de un 4% de los encuestados opina que la oferta comercial es “Mala” o “Muy mala”.

Resultados del cuestionario

Oferta de Restauración

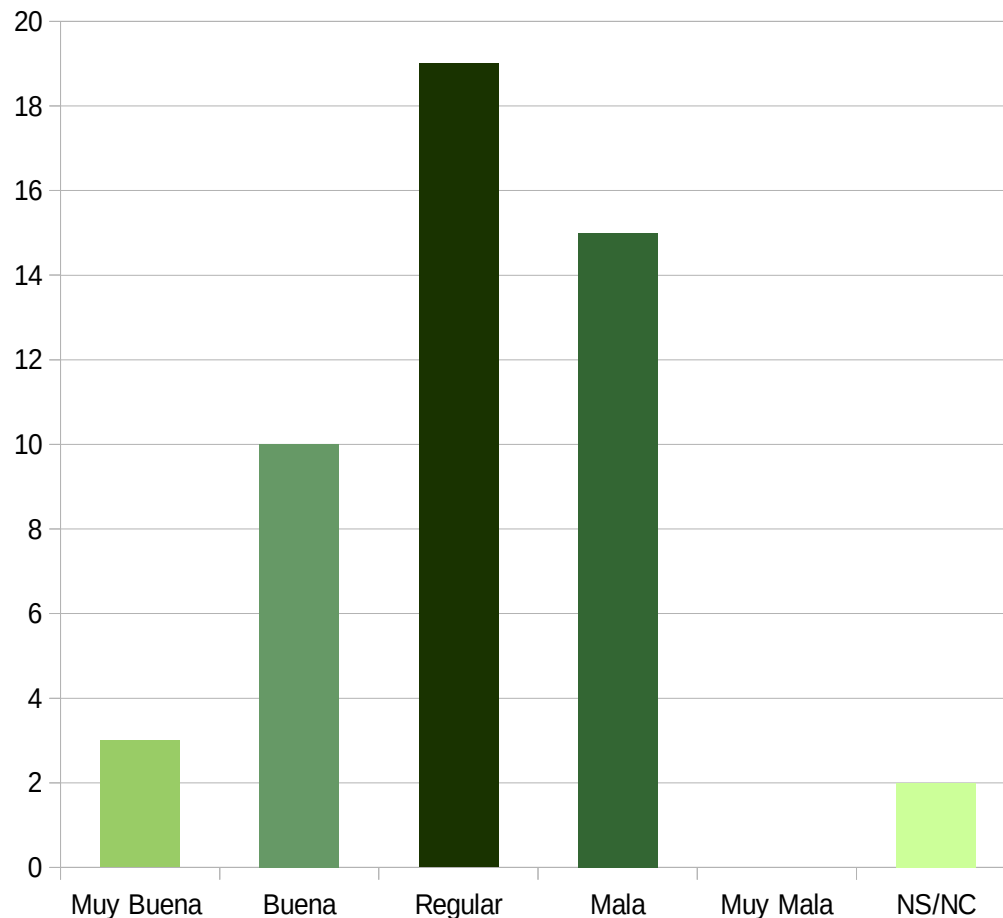


Por su parte, la oferta de restauración es valorada como “Buena” por parte del 50% de los empresarios. Uno de cada tres, opina que es “Regular”. Con lo cual podemos deducir que desde el punto de vista empresarial dicha oferta en Olvera es aceptable, aunque mejorable en cantidad según el distrito (como veremos más adelante).

Menos de un 10% opina que es “Muy Buena” o “Muy Mala”

Resultados del cuestionario

Oferta de Actividades Complementarias

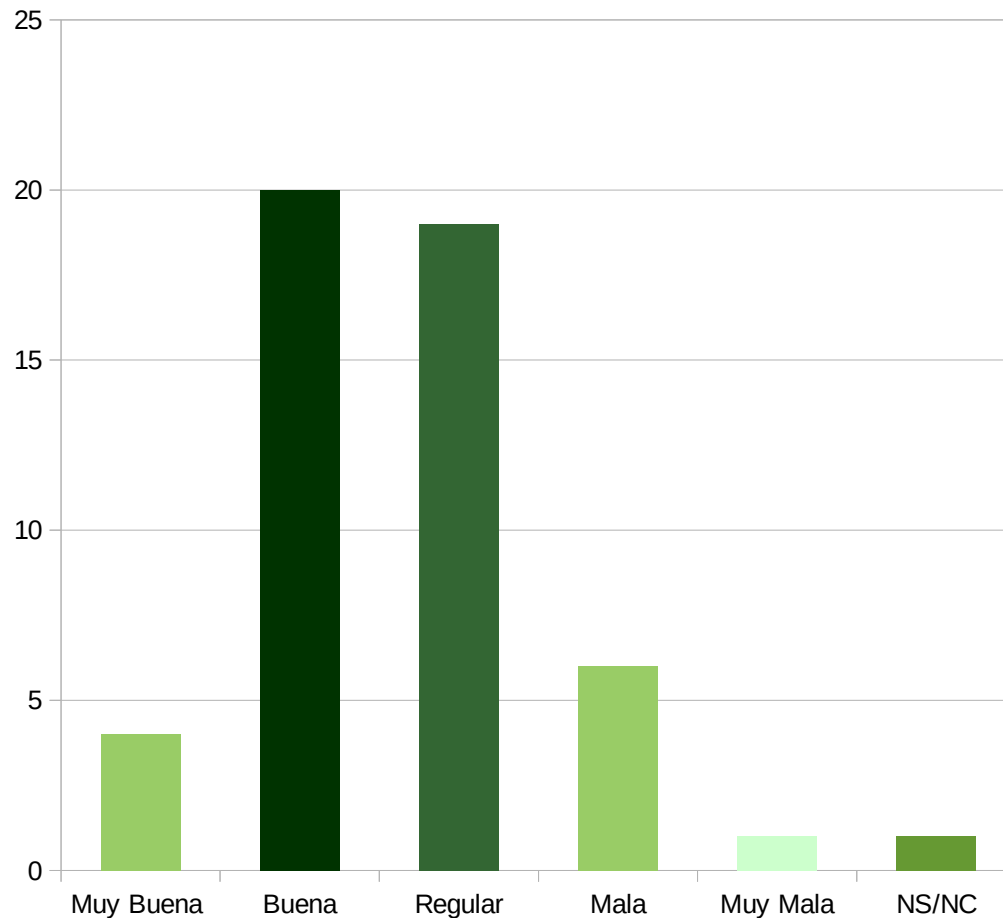


La oferta de actividades complementarias es valorada como “Regular” por parte del 37% de los empresarios. La percepción que le sigue es “Mala”, con un 29%. Esto confirma que los comerciantes perciben la escasez de este tipo de oferta y no creen que se haga suficiente esfuerzo (tanto por parte de las entidades públicas como privadas) en este ámbito.

La percepción general no es buena.

Resultados del cuestionario

Infraestructuras turísticas

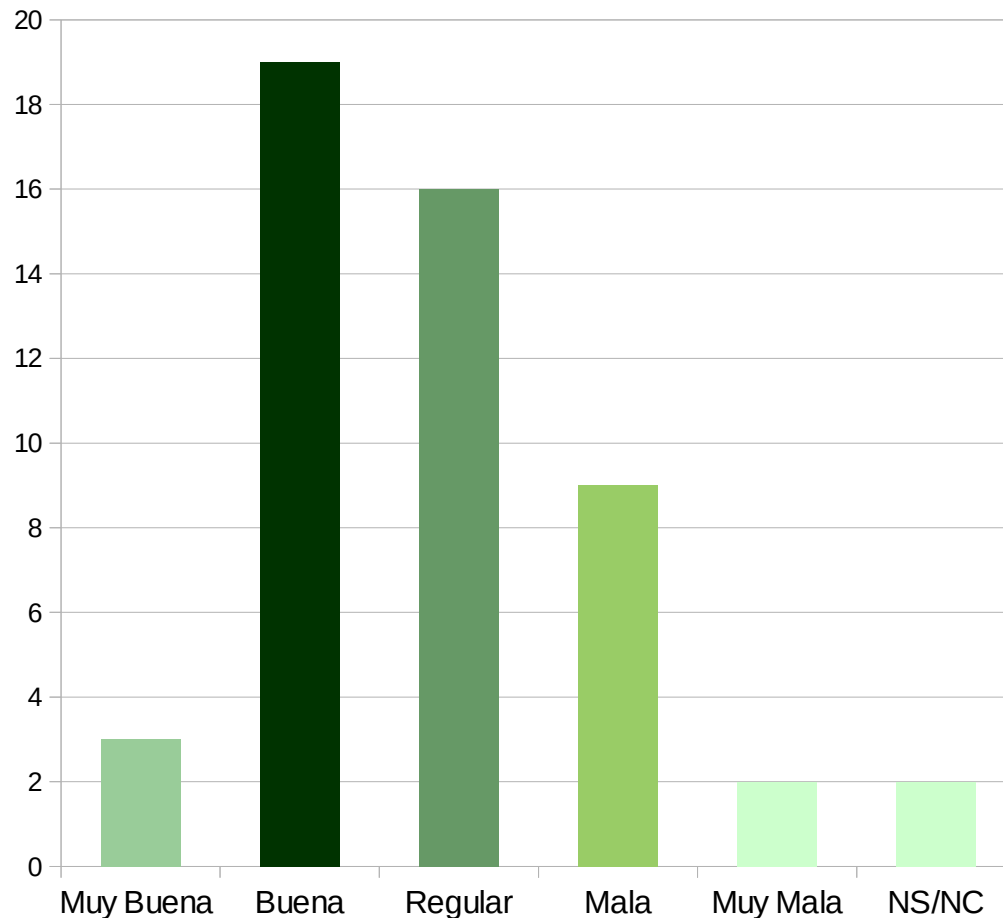


La valoración en cuanto a infraestructuras turísticas es “Buena” con el 39% de las respuestas. Le sigue muy de cerca “Regular” con el 37% y “Mala” con un 11%. Por lo que se deduce que aunque la percepción no es mala, es de posibilidad de mejora.

Es preciso tener en cuenta la doble vertiente de este ámbito: la necesidad de apoyo público y la capacidad empresarial para invertir en infraestructuras.

Resultados del cuestionario

Formación en el sector



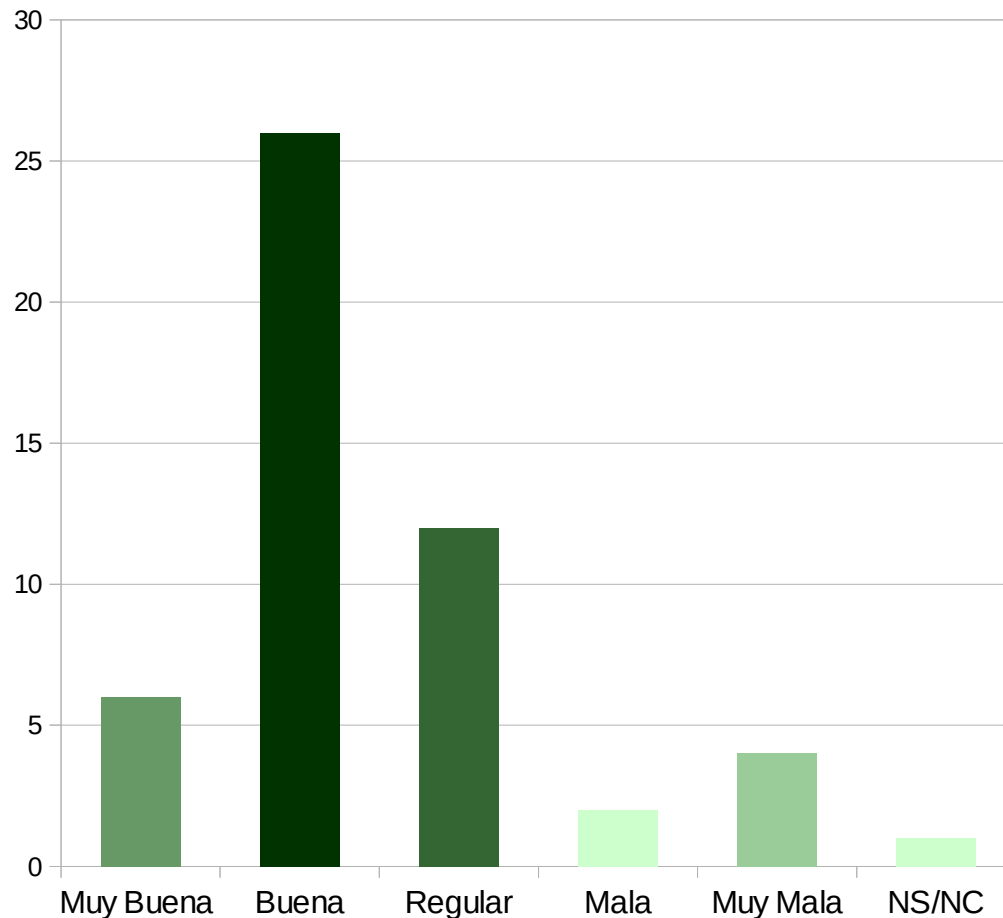
La formación en el sector es percibida como “Buena” por parte de comerciantes y gerentes de alojamientos, con un porcentaje del 37%, seguida de la de “Regular”.

La siguiente valoración en cuanto a número de respuestas es la de “Mala”, siendo “Muy Buena” y “Muy Mala” las respuestas menos repetidas.

Por todo ello se deduce que los empresarios están satisfechos con dicha formación.

Resultados del cuestionario

Atractivo de los Recursos Gastronómicos

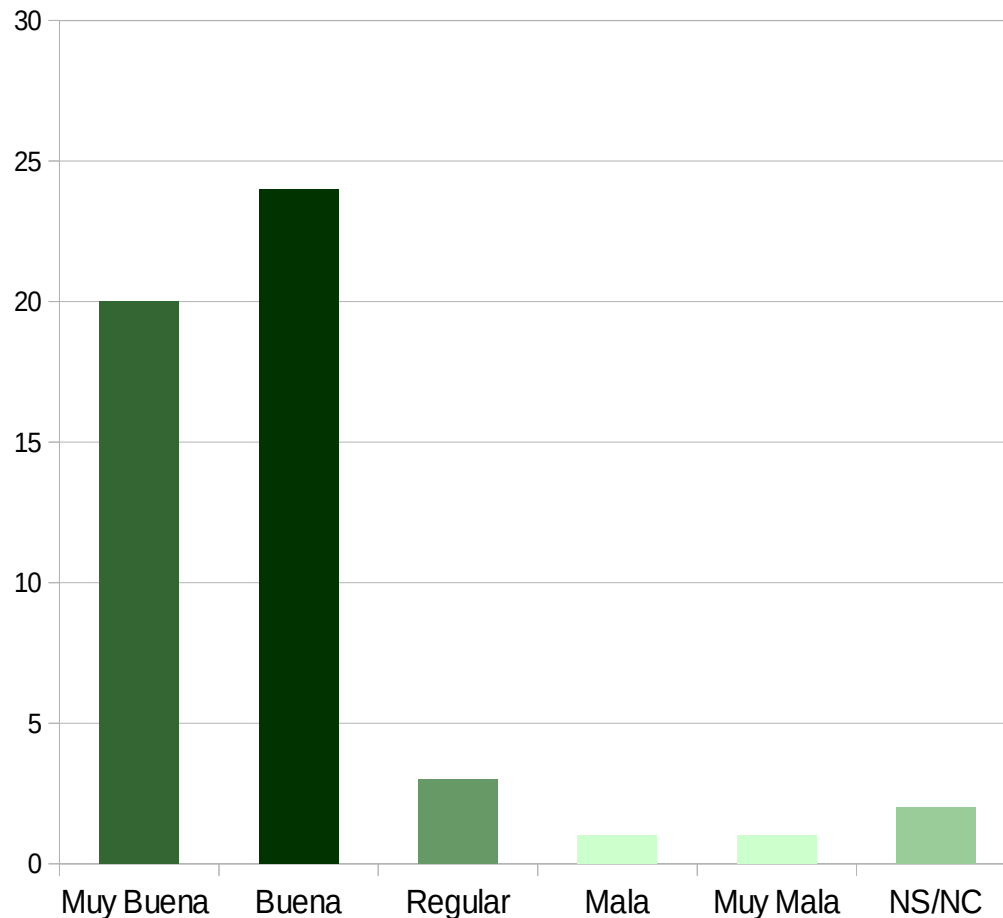


El atractivo de los recursos gastronómicos está bien valorado (51%) por parte de los empresarios. Piensan que Olvera tiene bastante cantidad y calidad de productos gastronómicos que ofrecer al turista. La materia prima es buena y la elaboración es tradicional y sana.

Le sigue la valoración "Regular", en parte debido a la escasez de oferta en algunas zonas de la localidad de gran potencial turístico.

Resultados del cuestionario

Atractivo de los Recursos Naturales

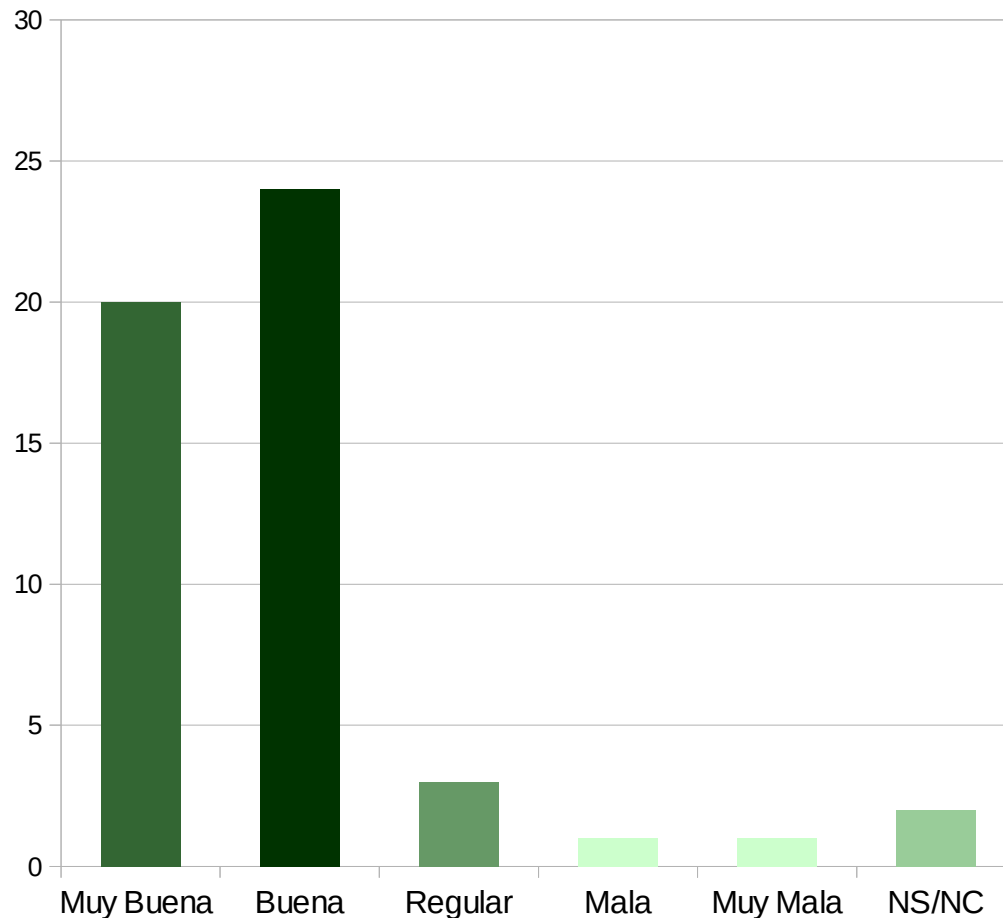


El atractivo de los recursos naturales es de los mejor valorados, la percepción más repetida es “Buena” con un 47% de respuestas, seguida de “Muy Buena” con un 39%. Los encuestados se consideran afortunados de contar con un entorno natural inigualable y recursos naturales abundantes.

La contrapartida en este aspecto la dan los empresarios en sus comentarios sobre lo escasamente aprovechada que está esta riqueza natural a nivel turístico.

Resultados del cuestionario

Atractivo de los Recursos Monumentales



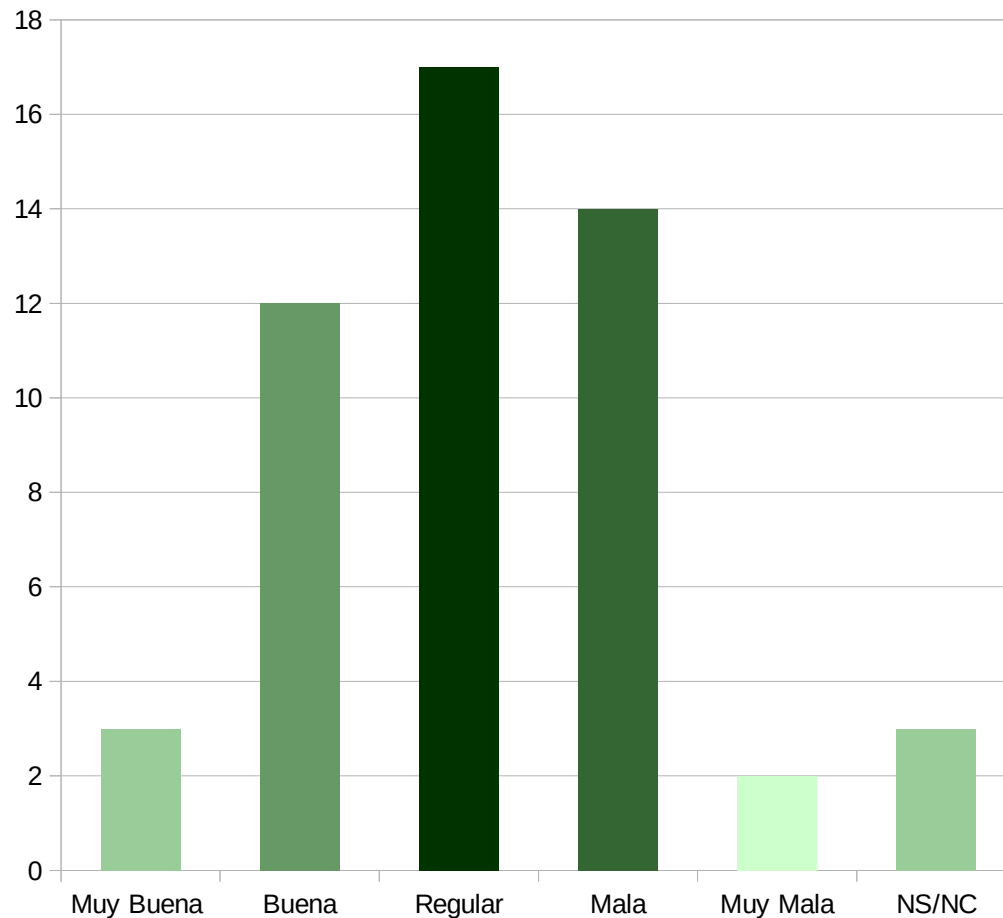
Olvera tiene la fortuna de ser muy rica en cuanto a patrimonio histórico y cultural. En este aspecto la valoración es muy positiva, debido a esta herencia.

La mayoría de comerciantes piensa que el atractivo de los recursos monumentales de Olvera es “Bueno” o “Muy bueno”.

Como inconveniente citan la explotación de dichos bienes y los horarios de visita a los mismos, muy limitados.

Resultados del cuestionario

Puesta en valor de los Recursos



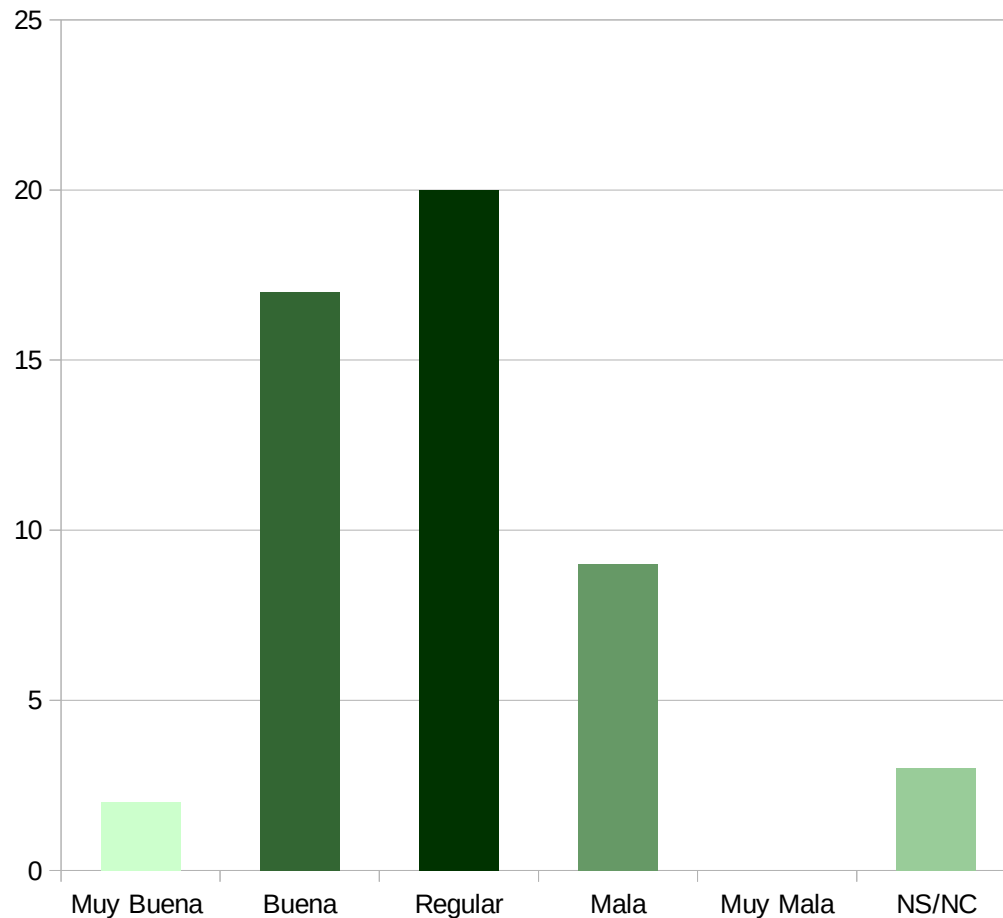
La puesta en valor de dichos recursos naturales y monumentales tiene una valoración “Buena” para el 33% de los encuestados, seguida de “Regular”, con un 23%.

Los empresarios piensan que su gestión es buena, aunque podría estar mucho mejor planificada.

Hay muchos puntos de mejora que se detallan más adelante en este estudio.

Resultados del cuestionario

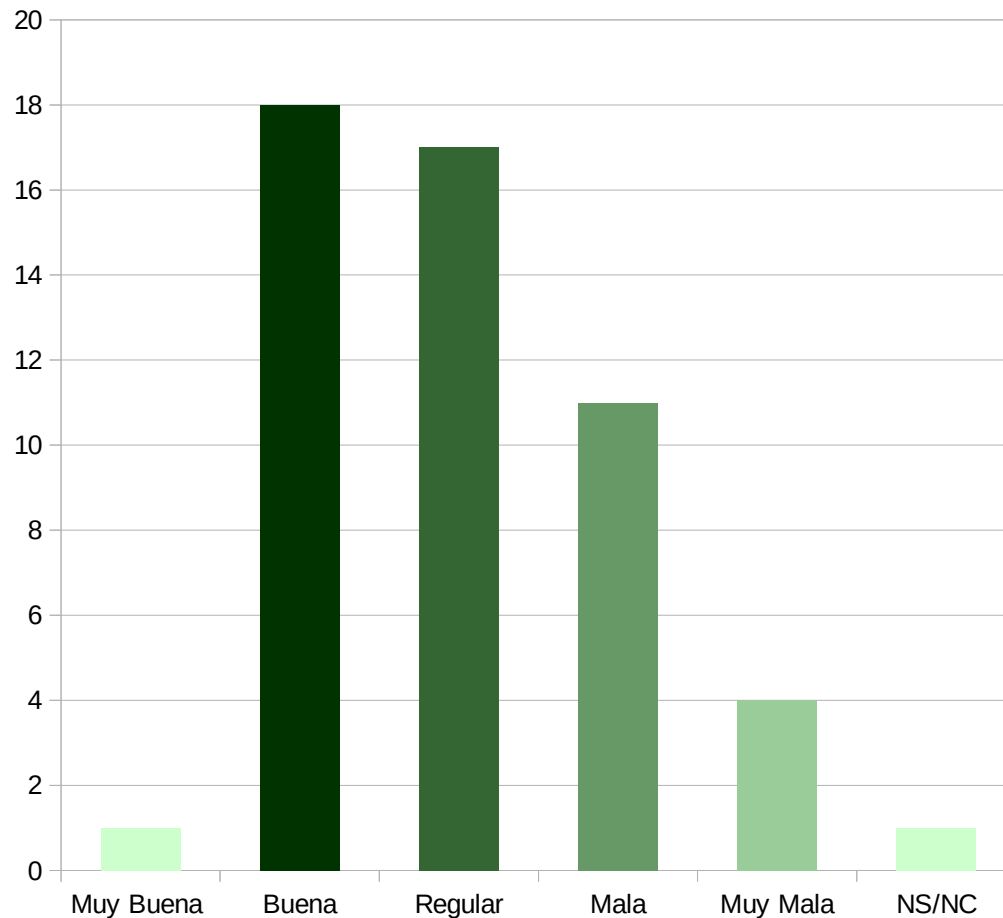
Accesibilidad de los Recursos



La percepción en cuanto a la accesibilidad a estos recursos es “Regular”, con un porcentaje del 39%. Las principales razones que detallan son la falta de señalización turística y el restringido horario que tienen dichos recursos, además de la falta de aparcamiento cercano a la zona monumental de la localidad.

Resultados del cuestionario

Horario de visita de los Recursos

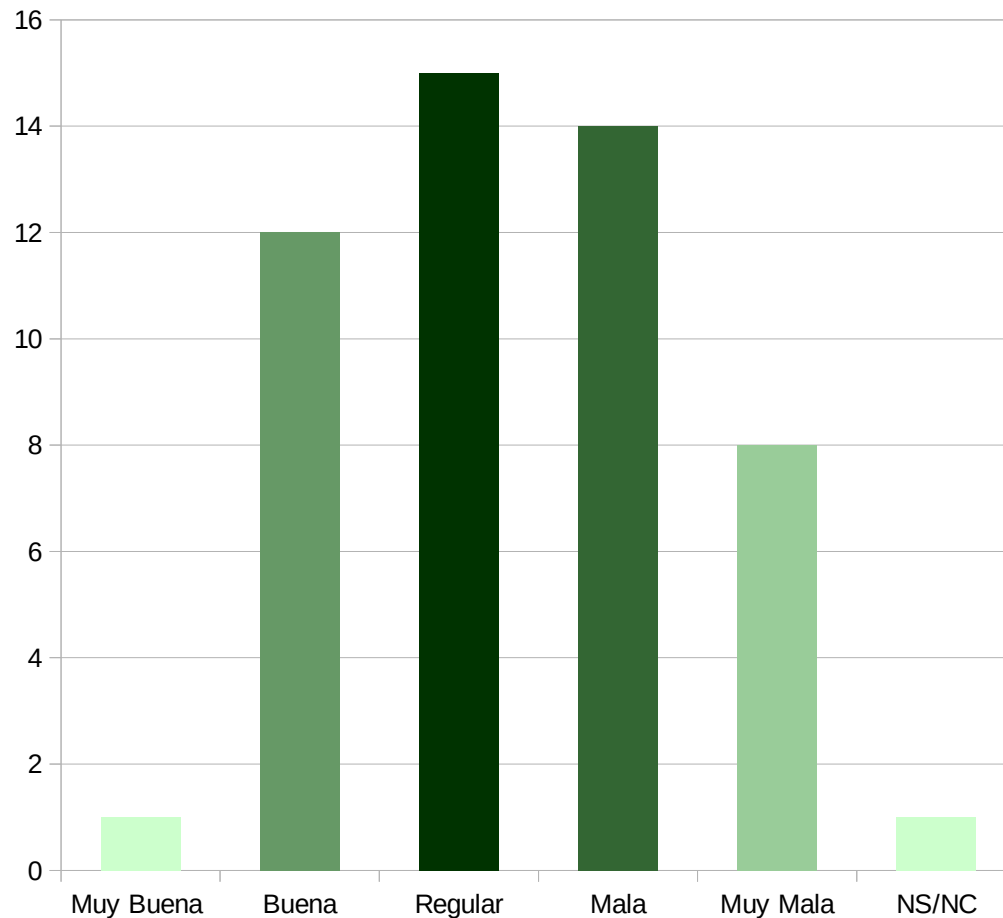


El 35% de los empresarios encuestados opina que el horario de visita de estos recursos es “Bueno”. Sin embargo, casi el mismo porcentaje (33%) piensa que dicho horario es “Regular”. El resto piensa que es “Malo” o “Muy malo”.

La mayoría de opiniones apunta a que son horarios muy restringidos, tanto en horas como en días a la semana.

Resultados del cuestionario

Medios de información turística

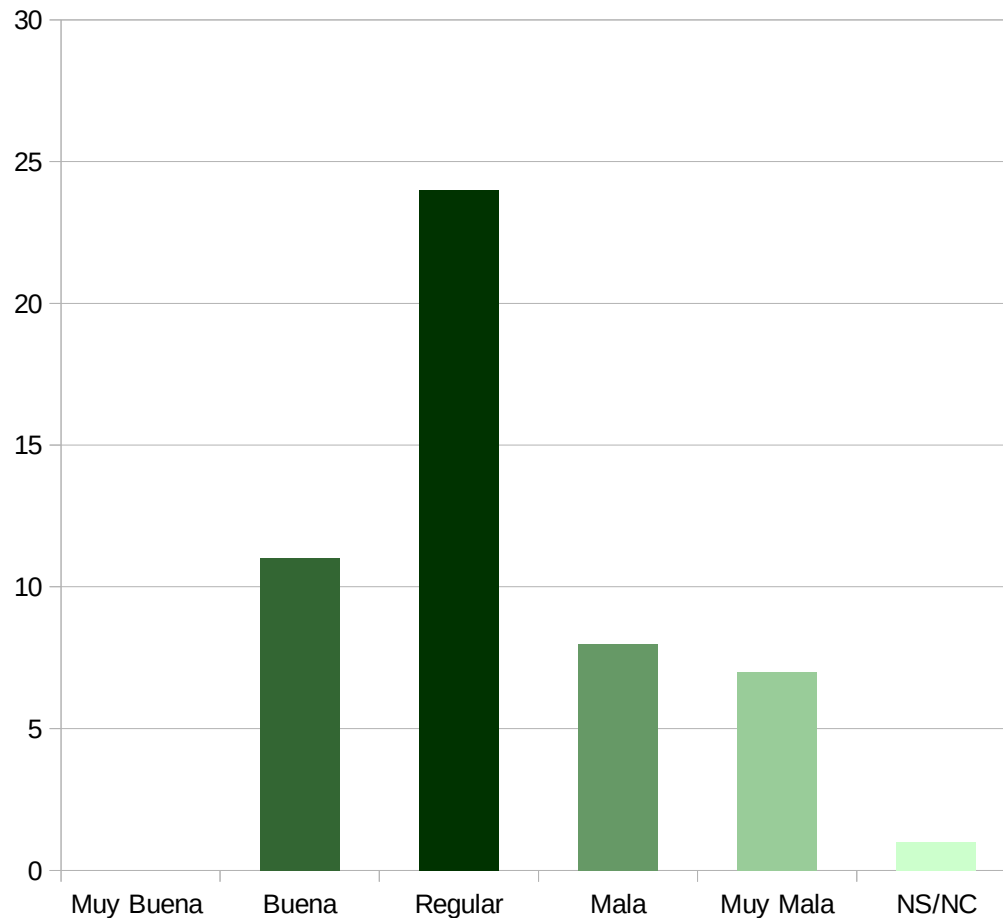


La valoración de los medios de información turística está definida mayoritariamente como “Regular”, con un 29% de las respuestas. Le sigue “Mala” con un 27%.

La satisfacción en general no es buena, los empresarios no consideran que los medios sean suficientes. Señalan que falta señalización turística y la ubicación de la Oficina de Turismo no es la adecuada

Resultados del cuestionario

Señalización turística

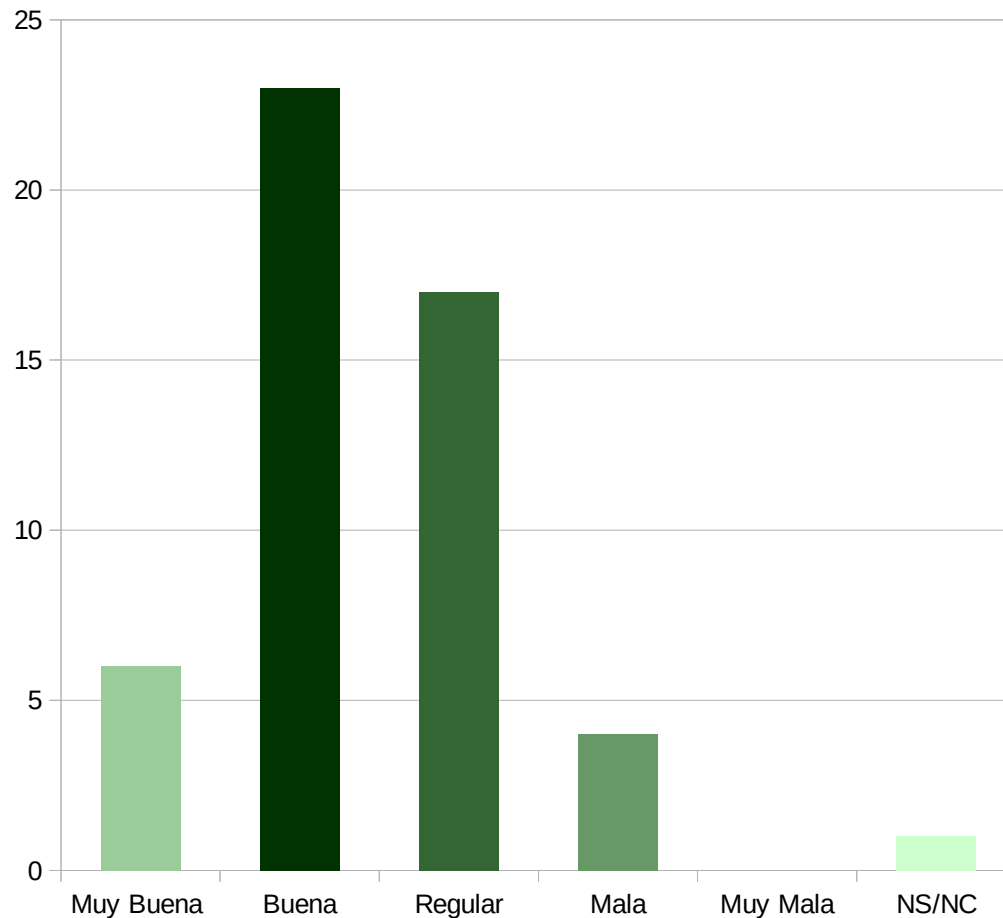


La señalización turística ha sido valorada como “Regular” por parte de los empresarios, con un porcentaje del 47%.

Indican que a los turistas les es difícil acceder al Conjunto Histórico, ya que la señalización urbana es insuficiente. Además, apuntan a que los edificios históricos tampoco están bien señalizados y no queda claro dónde se debe acudir para comprar entradas en el caso de haberlas.

Resultados del cuestionario

Atractivo turístico del espacio urbano

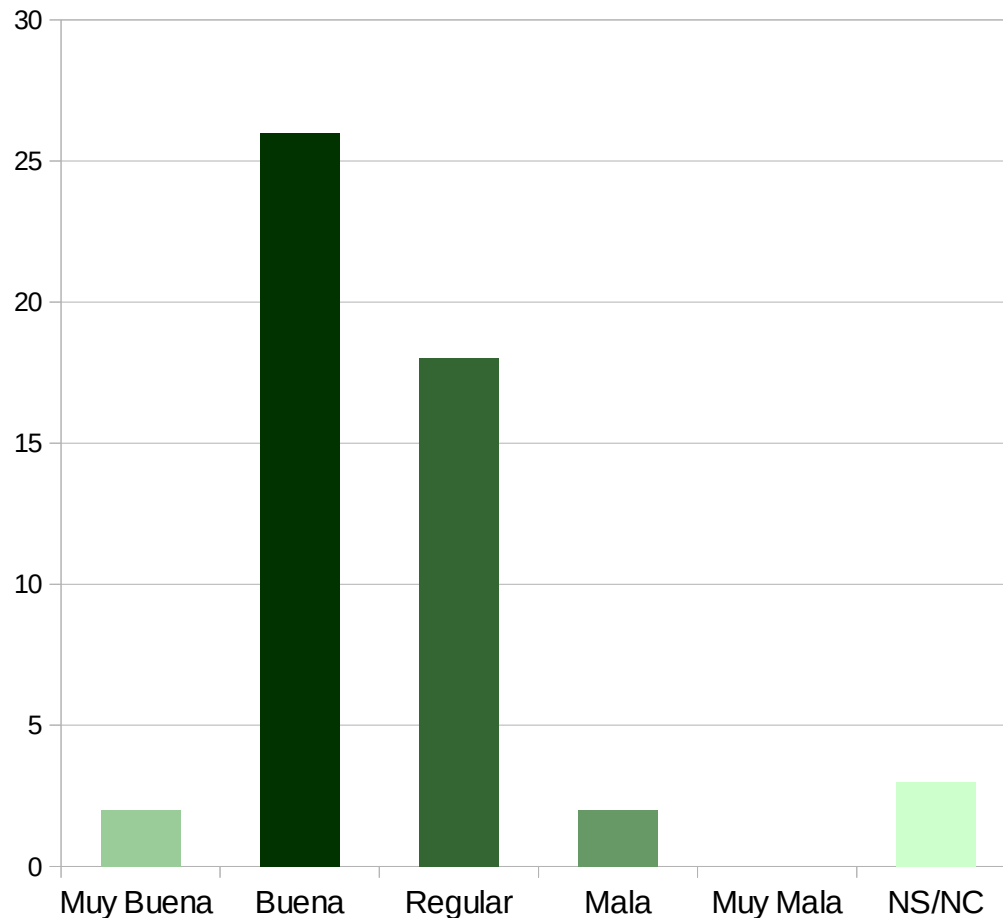


Consideran que el atractivo turístico de Olvera es “Bueno” con el 45% de las respuestas. El 33% lo valora como “Regular”.

Los encuestados apuntan a que Olvera tiene mucho potencial turístico pero que no está explotado como debería, por lo que actualmente su atractivo turístico es menor.

Resultados del cuestionario

Satisfacción general del turista

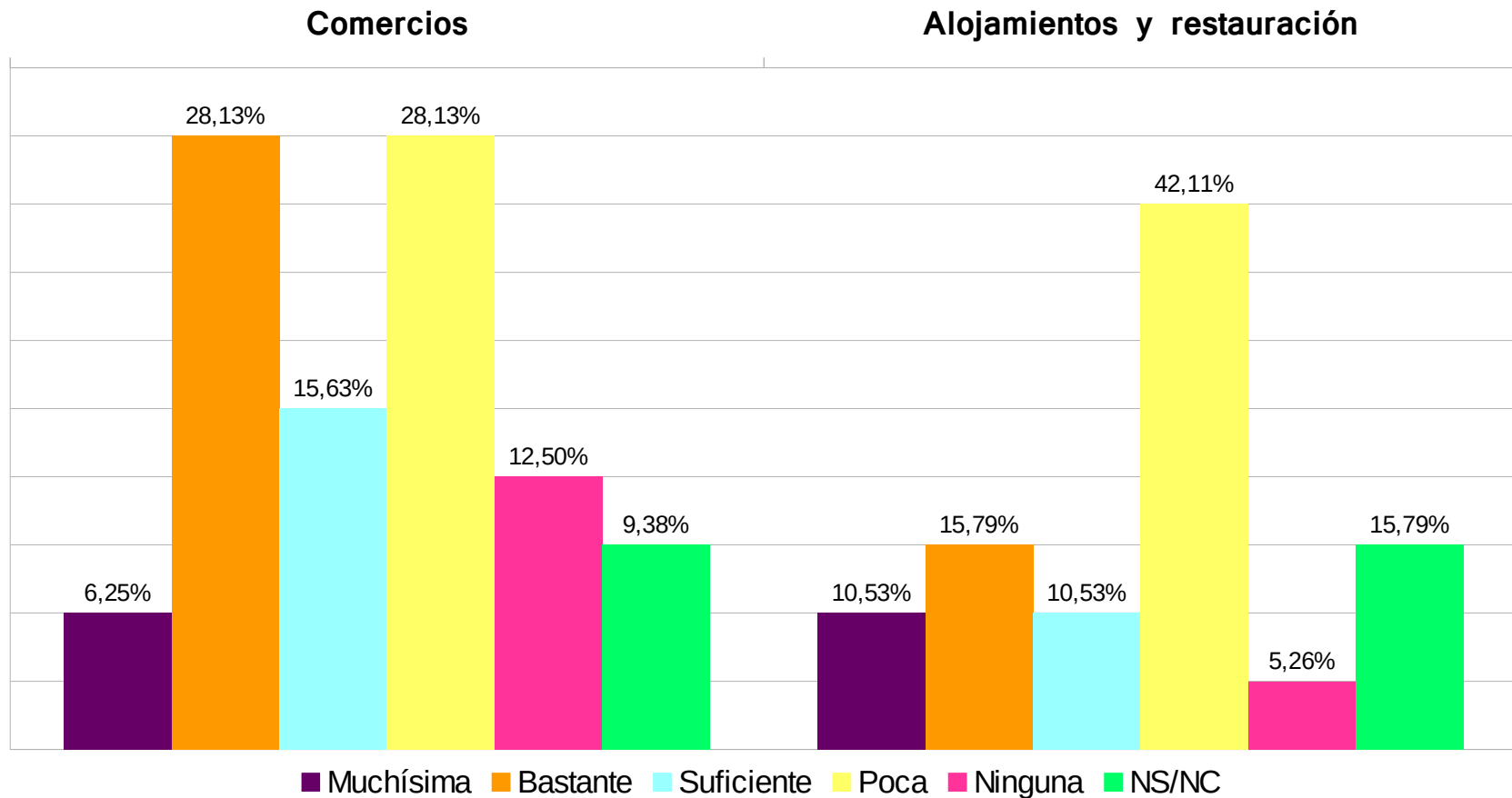


Los profesionales de la hostelería y dueños de los comercios están en continuo trato con el turista y pueden percibir las sensaciones de éstos. Desde esta perspectiva, al más de la mitad de los encuestados piensan que la satisfacción general del turista es “Buena” (51%). Mientras que un 35% la considera “Regular”.

Comentan que les gusta Olvera como Pueblo Blanco, pero con algunas excepciones mejorables.

Resultados del cuestionario

Grado de importancia que tiene actualmente el turismo según la percepción de distintos sectores empresariales



Resultados del cuestionario

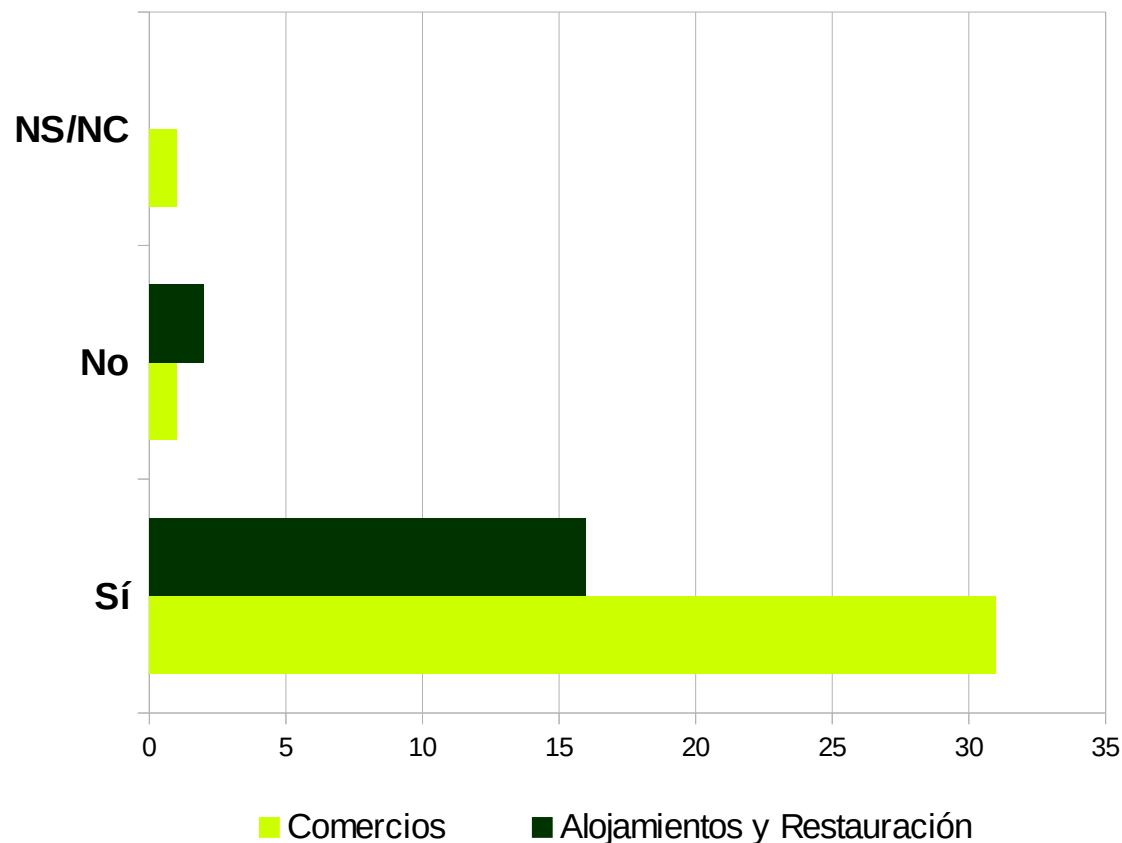
La opinión de los empresarios respecto a la importancia del turismo actual varía según el sector al que pertenezcan. En general piensan que la importancia que tiene actualmente el turismo en Olvera es **poca**, pero si distinguimos entre la opinión de comercios, alojamientos y locales de restauración la opinión se divide:

Los comercios creen que tiene “**Poca**” y “**Bastante**” importancia a partes iguales, lo que se deriva de la distinta influencia que tiene el turismo para cada negocio.

El sector alojativo en general piensa que tiene “**Poca**” importancia. Esto se traduce en que la pernoctación en Olvera es reducida: la mayoría de turistas visita el municipio y luego se va, pocos hacen uso de alojamiento.

Resultados del cuestionario

¿Considera que Olvera tiene potencial turístico suficiente para convertirse en sector clave de la economía local?

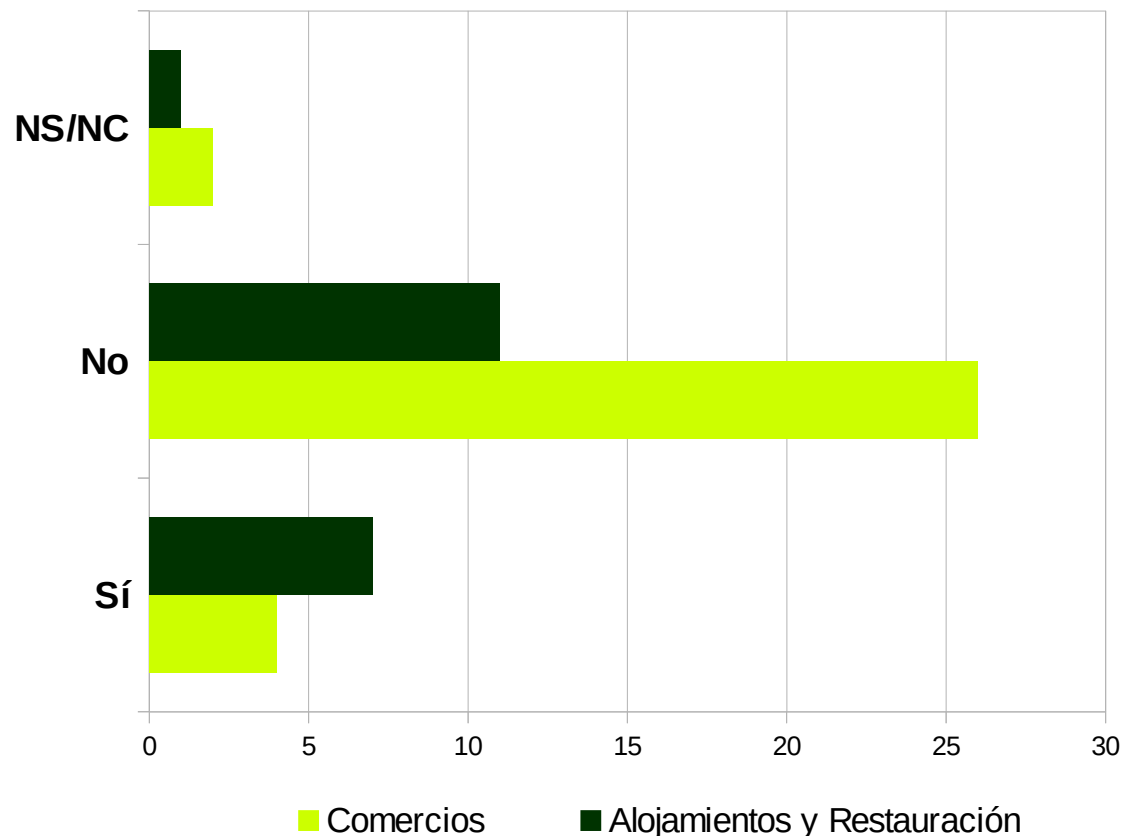


La inmensa mayoría piensa que Olvera tiene potencial turístico suficiente para que el turismo se convierta en sector clave de la economía local.

El sector comercial tiene más positivismo de cara a este potencial, algo que puede deberse a que el número de encuestas de comercios es ligeramente mayor a la de locales de restauración y alojamiento.

Resultados del cuestionario

¿Existe conciencia colectiva en Olvera sobre la importancia del turismo?



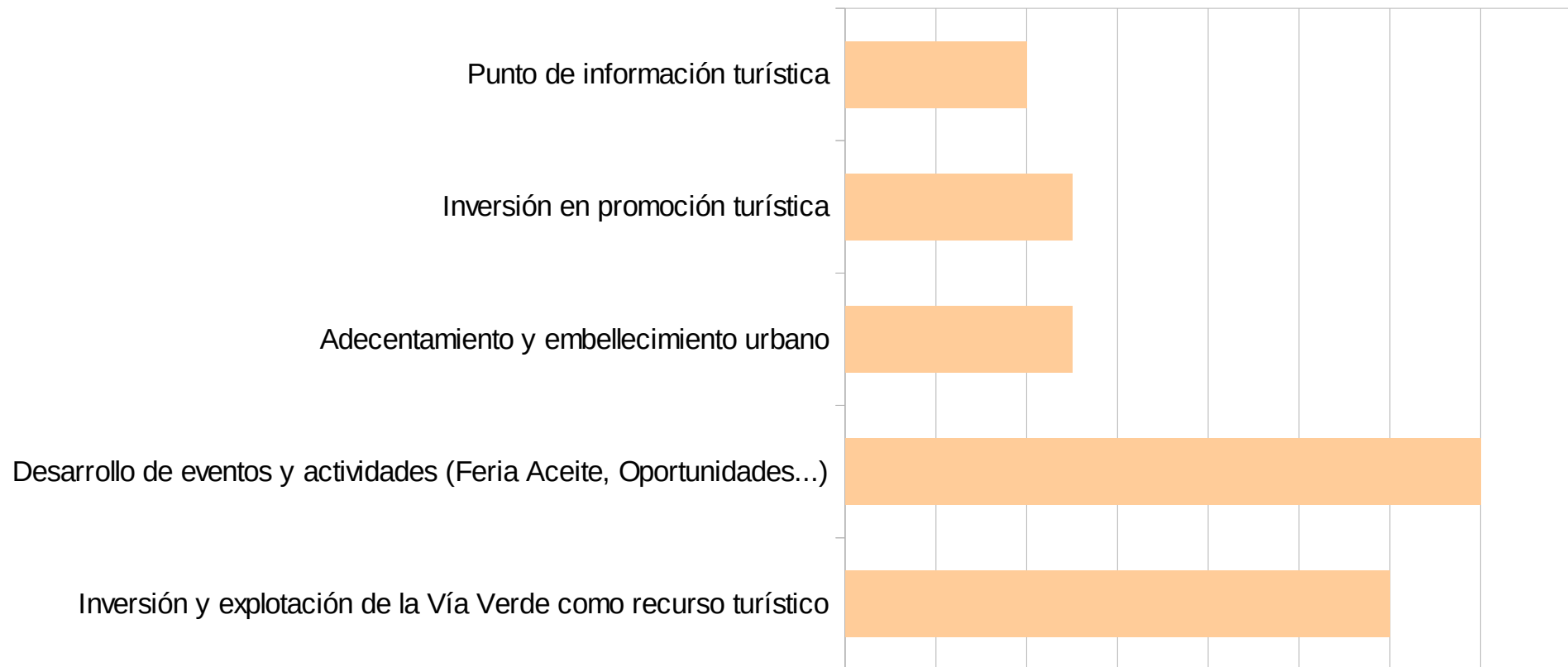
La mayoría piensa que no existe: falta organización, se busca el beneficio individual en lugar del colectivo y que no hay apoyo turístico son las principales razones que apuntan.

Vemos que el sector comercial apoya más esta idea, por lo que deducimos que existe más rivalidad frente al turismo en los comercios que en los bares y restaurantes. El sector gastronómico también piensa que no existe esa conciencia colectiva, pero en menor medida.

Resultados del cuestionario

¿Qué acciones concretas considera que han reportado más beneficio y qué acciones han reportado menos?

Positivas



Resultados del cuestionario

¿Qué acciones concretas considera que han reportado más beneficio y qué acciones han reportado menos?

Positivas

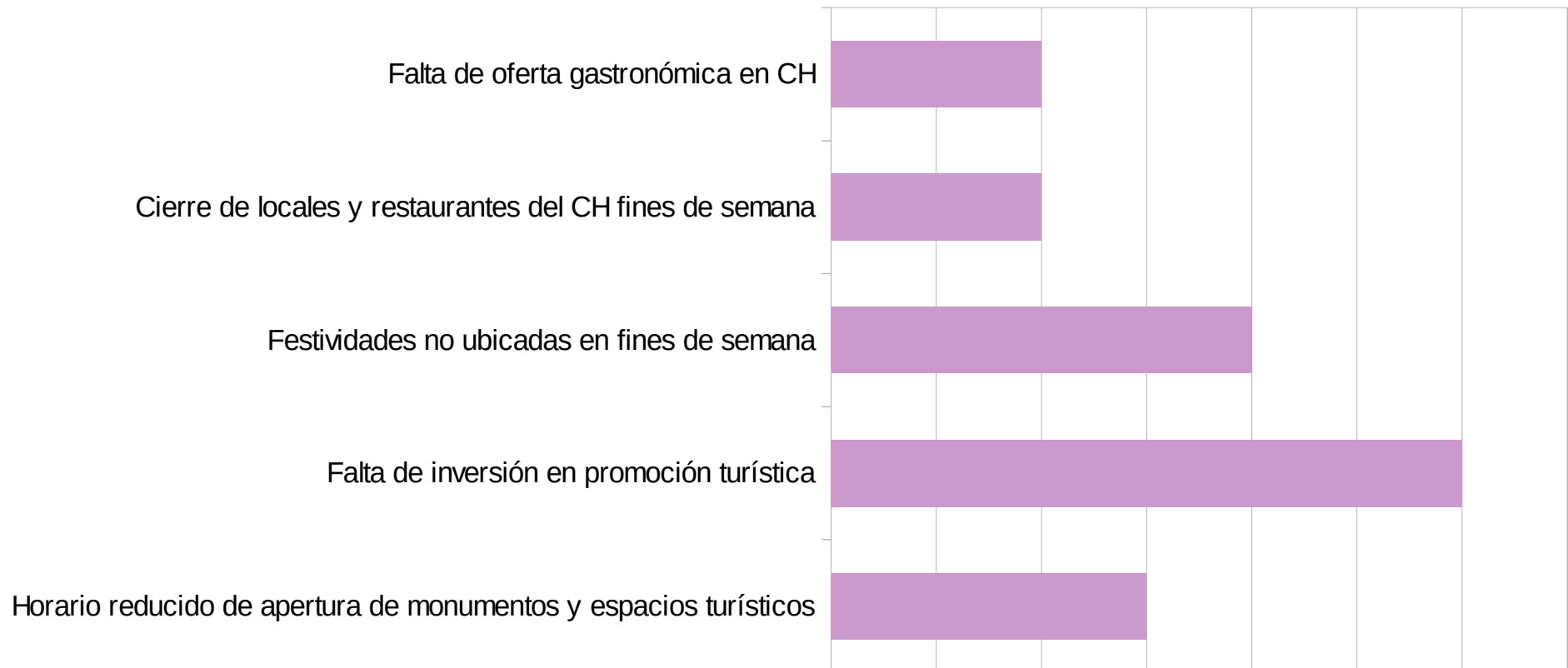
Las acciones que los ciudadanos consideran más beneficiosas para el municipio son el desarrollo de eventos y actividades tales como ferias (del aceite, de oportunidades...) y eventos (deportivos, culturales, de ocio...) y la inversión u explotación que se ha llevado a cabo en la Vía Verde como recurso turístico. Son acciones muy perceptibles para la ciudadanía ya que conlleva una gran congregación de personas (tanto paisanos como visitantes).

Otras acciones mencionadas son el adecentamiento urbano en el CH (que ha tenido muy buena aceptación entre los vecinos) y la inversión en promoción turística (aunque esta es una acción que genera polémica: una parte de los empresarios piensa que es suficiente y otra parte la considera deficiente).

Resultados del cuestionario

¿Qué acciones concretas considera que han reportado más beneficio y qué acciones han reportado menos?

Negativas



Resultados del cuestionario

¿Qué acciones concretas considera que han reportado más beneficio y qué acciones han reportado menos?

Negativas

Las acciones que los empresarios perciben que han afectado negativamente a la localidad son la falta de promoción turística, las fechas de celebración de ciertas festividades y el horario de visita de los recursos turísticos.

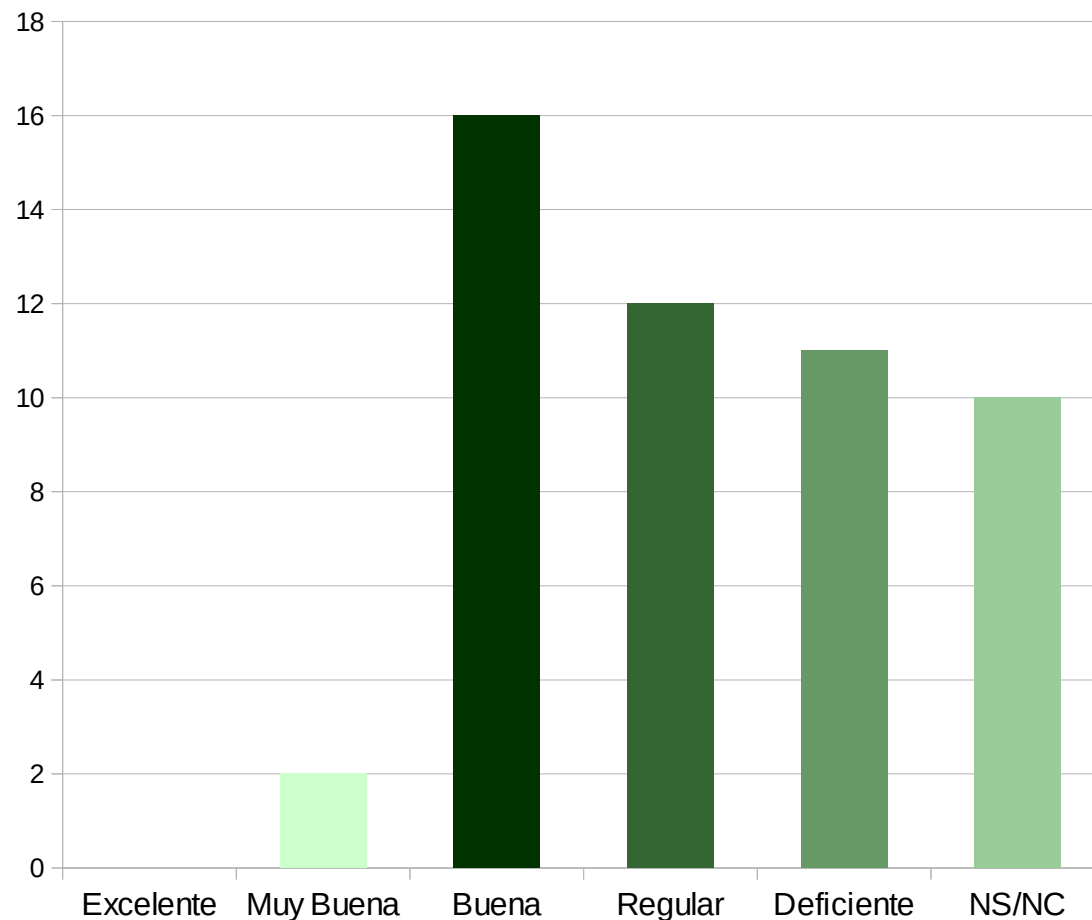
Como se señalaba antes, hay prácticamente tantos empresarios que piensan que la inversión en promoción turística es deficiente como empresarios que opinan que es bastante, con lo cual no hay una opinión homogénea en este aspecto.

No obstante, la mayoría coinciden en que la celebración de algunas fiestas (Lunes de Quasimodo, Feria de San Agustín) deberían tener lugar en fines de semana y días festivos a nivel autonómico o nacional.

El reducido e ineficiente horario de los espacios públicos considerados turísticos también genera controversia, ya que dificulta su visita por parte de los turistas.

Resultados del cuestionario

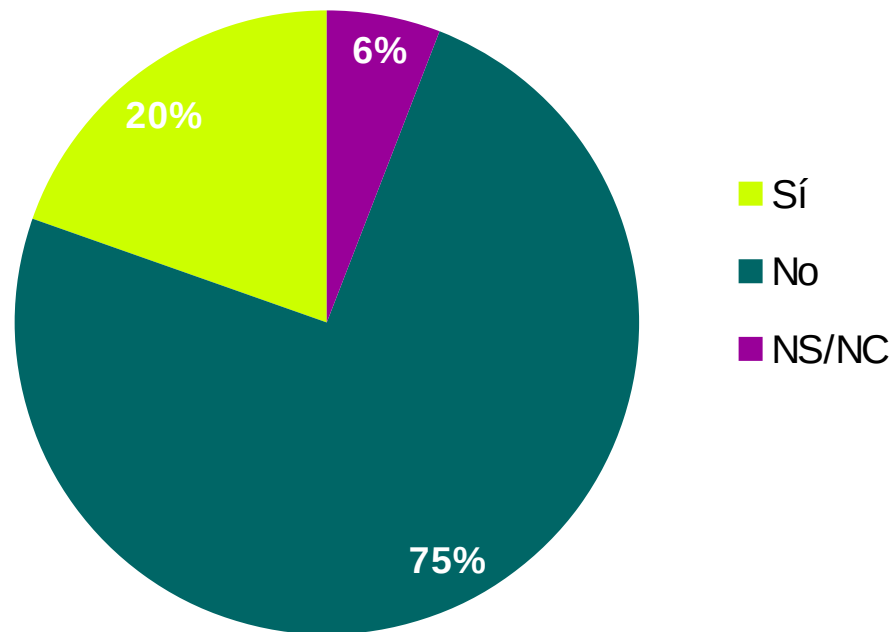
¿Cómo valora la formación turística en el sector servicios de Olvera?



El sector hostelero es un sector muy afianzado en la localidad, que cuenta con personal con mucha experiencia en el servicio, por eso afirman que la formación en general es buena. En cuanto a formación en idiomas y sistemas de calidad, hay que apuntar que los comercios están algo desfasados y necesitan invertir en ello.

Resultados del cuestionario

¿Considera suficiente la dedicación pública hacia el turismo en Olvera?



Casi el 80% de las empresas opina que la dedicación del sector público hacia el turismo **NO** es suficiente.

Las principales razones que dan son:

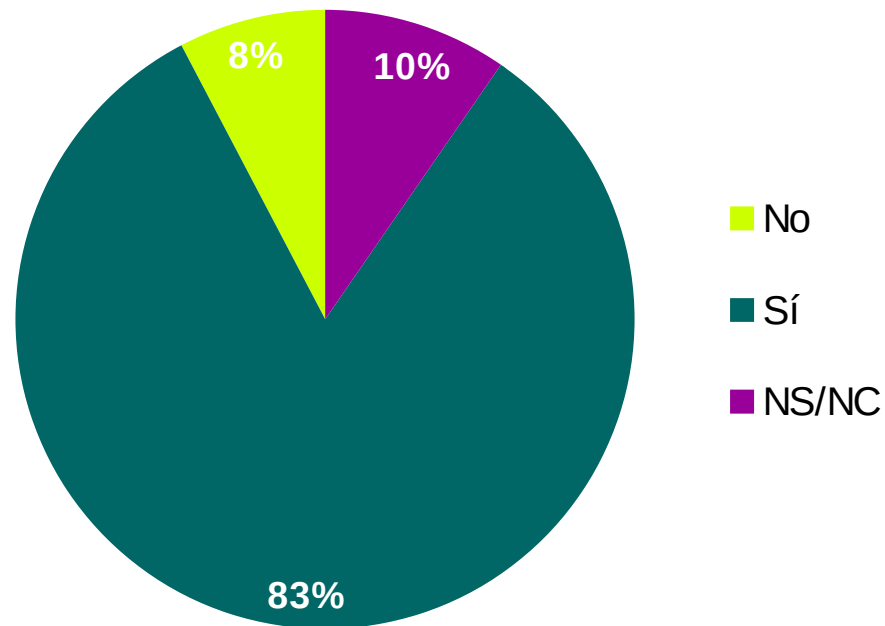
- Falta de inversión en publicidad y promoción turística (Redes Sociales, Touroperadores, Ferias de Turismo, etc.)

- Poco aprovechamiento de espacios públicos considerados turísticos

- Falta de innovación en técnicas y métodos de trabajo en el sector del turismo

Resultados del cuestionario

¿Considera importante la colaboración público-privada para el desarrollo turístico en Olvera?



El 80% piensa que **SÍ** es importante dicha colaboración. Entre sus respuestas razonan que la colaboración pública es indispensable para apoyar al sector privado a través de subvenciones, asesoramiento, etc.

Apuntan a que el intercambio de ideas es beneficioso para ambas partes, además de la creación de nuevos puestos de trabajo.

Resultados del cuestionario

¿Qué acciones concretas plantearía para la promoción turística de Olvera?

Las acciones más reiteradas entre las respuestas han sido, por orden:

1. Inversión en promoción turística
2. Creación y celebración de más eventos culturales y lúdicos.
3. Celebrar las festividades en fines de semana y días festivos para el resto de localidades.
4. Consolidación de uno o varios guías turísticos que ejerzan en la Oficina de Turismo y estén disponibles para los turistas.
5. Crear una asociación turística entre el sector público y privado para promover y afianzar el turismo.
6. Formación específica en el sector para los profesionales de la hostelería y los comercios.

Resultados del cuestionario

Según su percepción profesional, enumere los Recursos Turísticos más importantes de Olvera

Los recursos turísticos que consideran los empresarios más importantes (por orden de repetición), son:

	Nº respuestas
1. Vía Verde	32
2. Iglesia y Castillo	30
3. Barrio de La Villa	23
4. Santuario de Los Remedios	22
5. Peñones urbanos	15
6. Entorno natural	16
7. Gastronomía	11
8. Conjunto Histórico	7
9. Museo de la Cilla	4
10. Festividades	4
11. Otros	5

Resultados del cuestionario

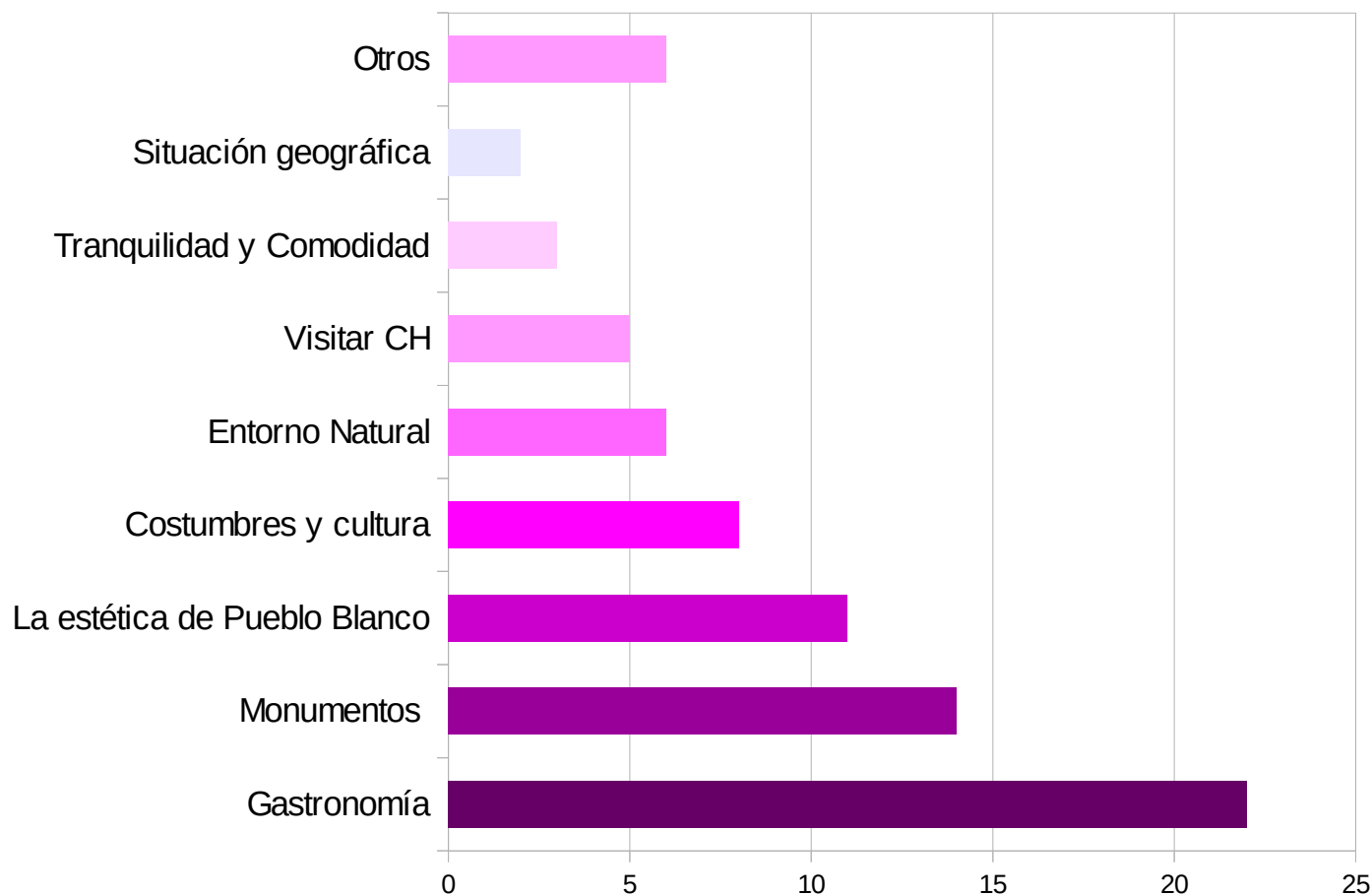
¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan los turistas?

Las dificultades a las que se enfrentan los turistas que son consideradas más comunes por parte de los empresarios (por orden de repetición), son:

	Nº Respuestas
1. Falta de señalización turística	16
2. Falta de información turística	13
3. Falta de oferta de restauración en el CH	13
4. Cierre de comercios y restaurantes los días festivos en el CH	11
5. Mala ubicación de la Oficina de Turismo	10
6. Falta de aparcamiento en el CH	7
7. Desconocimiento de idiomas por parte de profesionales	6
8. Escasa oferta hotelera	3
9. Deficiente transporte urbano	3
10. Dificultad para la circulación de caravanas	5

Resultados del cuestionario

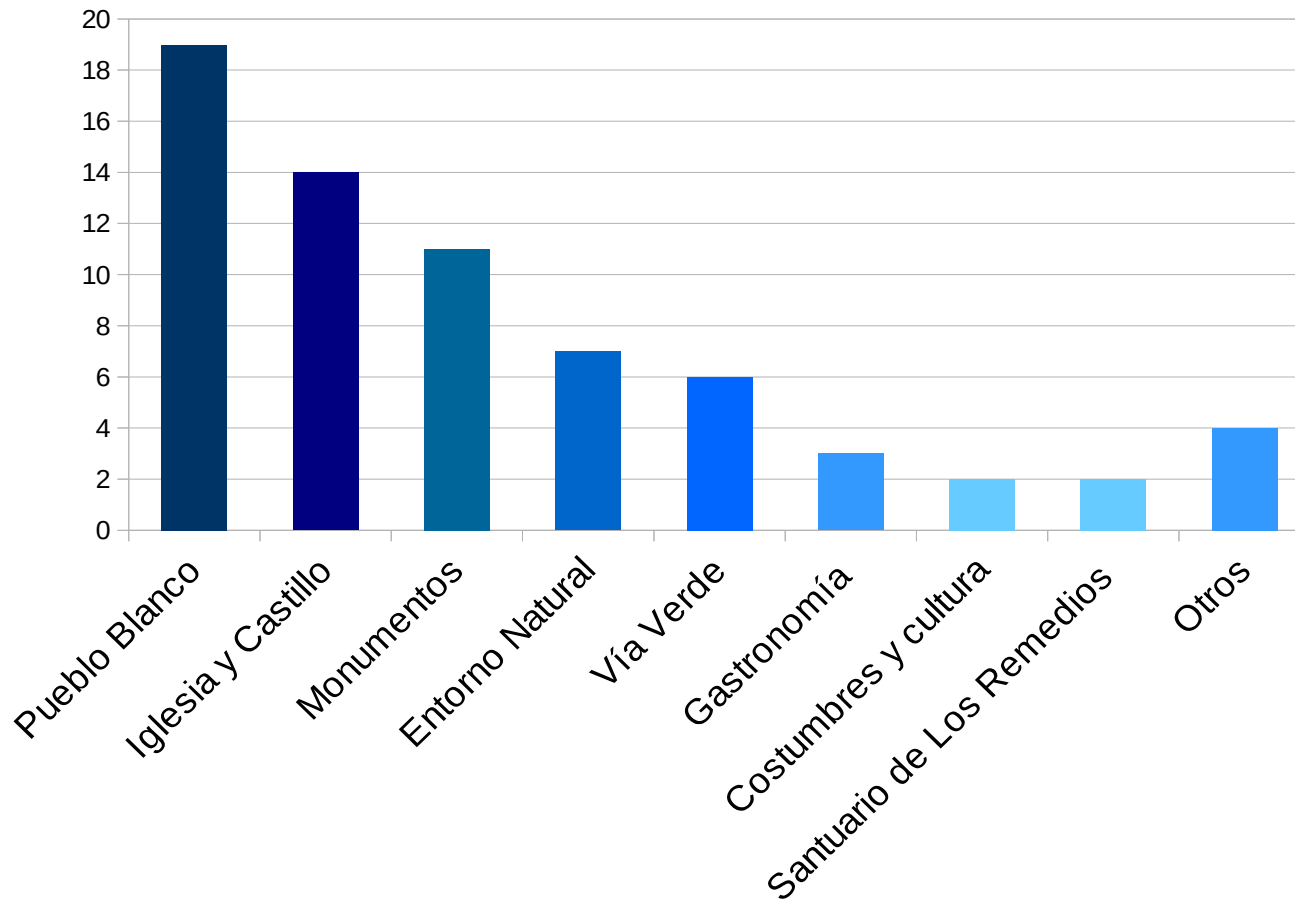
¿Qué buscan principalmente estos visitantes?



Según los empresarios, lo que buscan principalmente los turistas es la **gastronomía** típica, visitar el **pueblo** y sus **monumentos** y disfrutar del **entorno natural** y la **tranquilidad** que brinda la Sierra.

Resultados del cuestionario

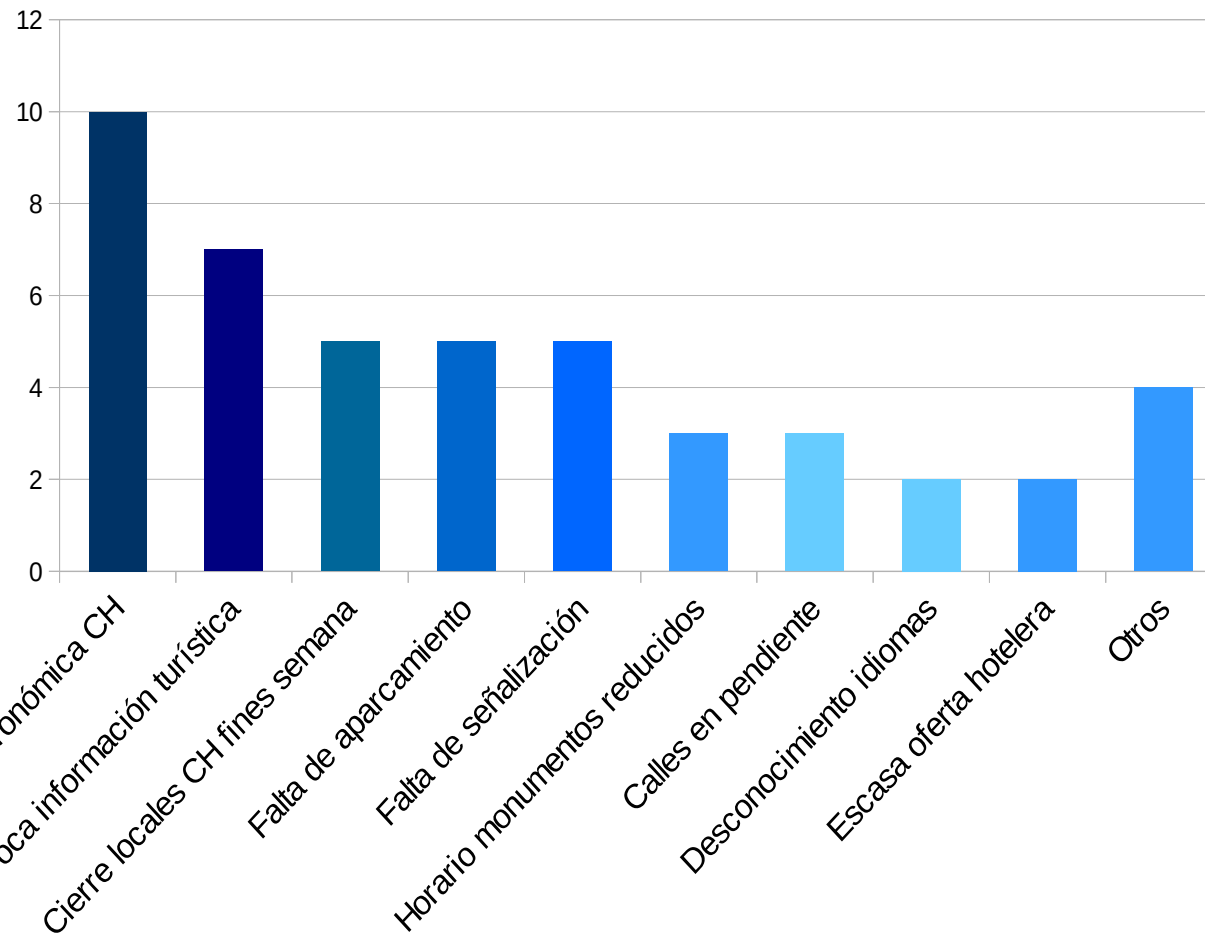
¿Qué aspectos llaman más la atención en clave positiva?



Una vez se ha producido la visita, a los turistas lo que más les llama la atención es el pueblo en sí, al pertenecer a la demarcación de **Pueblo Blanco**, además de la estampa conjunta de la **Iglesia y el Castillo**.

Resultados del cuestionario

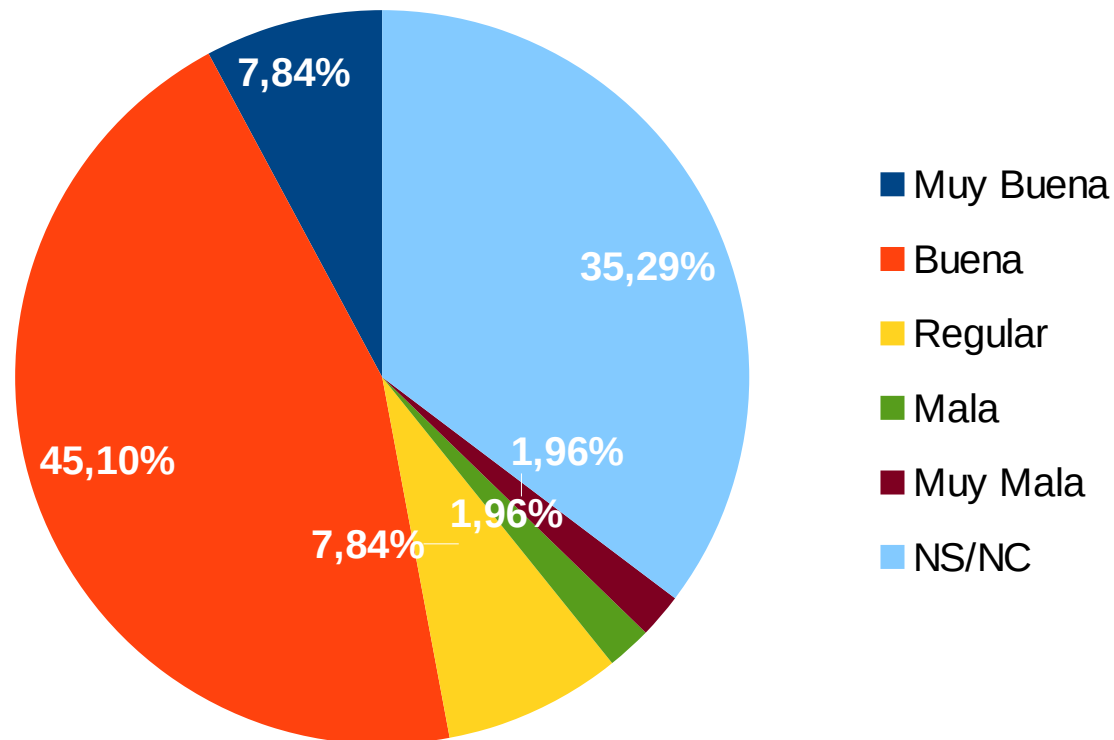
¿Qué aspectos llaman más la atención en clave negativa?



Negativamente, para los encuestados, lo que más les llama la atención a estos turistas es la **falta de oferta de restauración** en el Conjunto Histórico y la **escasa información** turística disponible, tanto por parte de medios públicos, como carteles o señalización.

Resultados del cuestionario

¿Cómo valoran los turistas la información que les es dada durante su estancia en Olvera, ya sea por parte de entidades públicas (Oficina de Turismo) o privada (hoteles, restaurantes...)?



Resultados del cuestionario

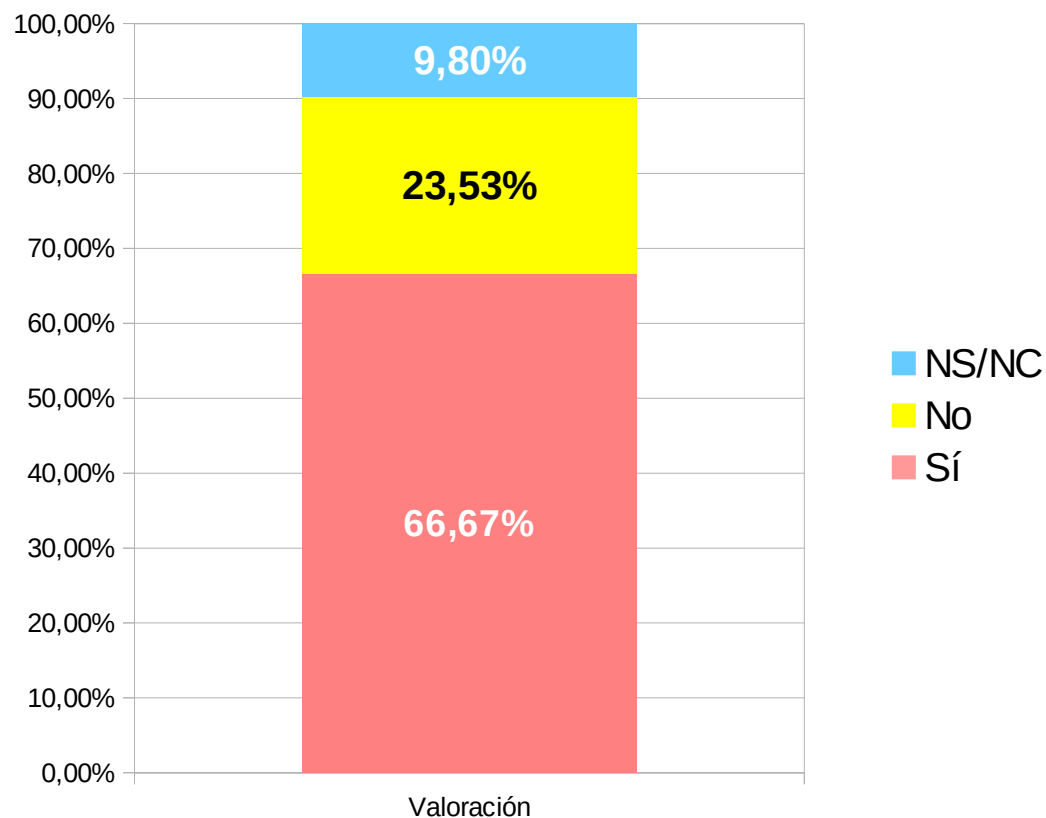
¿Cómo valoran los turistas la información que les es dada durante su estancia en Olvera, ya sea por parte pública (Oficina de Turismo) o privada (hoteles, restaurantes...)?

En esta pregunta, casi la mitad de las encuestas han sido presentadas en blanco (36%), debido a la falta de información sobre la opinión de los turistas.

Contando con las respuestas que sí han sido contestadas (64%), la mayoría ha respondido que dicha valoración por parte de los turistas es “**Buena**”. En sus respuestas apuntan a que la información mayormente les es dada por parte de los profesionales del sector privado, ya que la facilitada por el sector público es escasa.

Resultados del cuestionario

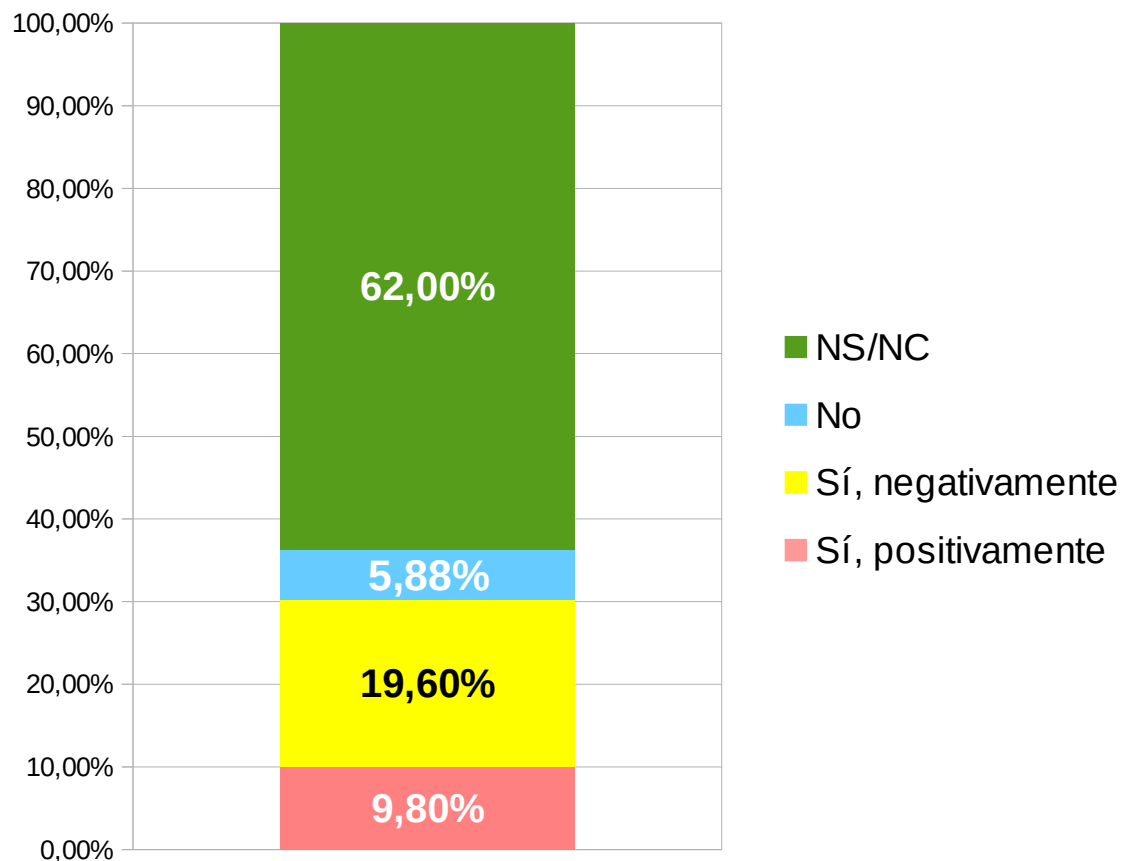
¿Tienen dificultades los turistas para encontrar recursos patrimoniales, servicios, etc. durante su visita?



La mayoría de empresarios percibe que los turistas tienen dificultades para encontrar dichos recursos, debido a la falta de señalización urbana y la ubicación de la Oficina de Turismo.

Resultados del cuestionario

¿Comparan estos turistas en sus conversaciones a Olvera con otros destinos turísticos similares? ¿En qué sentido?



La mayoría de encuestas no han sido respondidas por el mismo motivo que la pregunta anterior.

Del 38% de los sí han contestado, la mayoría de respuestas coinciden en que estos turistas **SÍ** comparan nuestra localidad, y además lo hacen de forma **negativa**.

Resultados del cuestionario

¿Comparan estos turistas en sus conversaciones a Olvera con otros destinos turísticos similares? ¿En qué sentido?

El hecho de esta comparación negativa es debido a varios factores, que además se repiten entre las respuestas, y son:

- La escasa oferta gastronómica y comercial en la zona del Conjunto Histórico.
- La promoción turística de Olvera es menor.
- Hay menos conservación urbanística y turística.
- El horario de visita a los monumentos y espacios turísticos es mucho más restringido.
- La información y señalización turística es menor.

Resultados del cuestionario

Valore la importancia de implementar las siguientes actuaciones para conseguir un mejor desarrollo en clave turística de la localidad. Siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante.

Las actuaciones han sido ordenadas por orden de repetición, según su grado de importancia, desde la más importante a la menos importante:

	Promedio
1. Inversión en promoción y comercialización de la localidad como destino turístico.	4,6
2. Regeneración de zonas degradadas del conjunto Histórico.	4,49
3. Adecentamiento y embellecimiento del espacio urbano.	4,47
4. Adecuación de los recursos promocionales tales como páginas web, folletos turísticos, etc.	4,4
5. Promoción de convenios de colaboración entre entidades públicas y privadas.	4,37
6. Creación de nuevas rutas turísticas de base gastronómica etnológica, industrial, etc.	4,33

Resultados del cuestionario

Valore la importancia de implementar las siguientes actuaciones para conseguir un mejor desarrollo en clave turística de la localidad. Siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante.

	Promedio
7. Consolidación de nuevas rutas turísticas patrimoniales por el conjunto urbano.	4,25
8. Inversión en señalización turística de dirección peatonal, de sitios, etc.	4,24
9. Mejora de infraestructuras urbanas como miradores, zonas de paseo, iluminación ornamental, etc.	4,12
10. Inversión en formación y capacitación de los RRHH en el sector turístico.	4,04
11. Fortalecimiento de la cultura turística entre la población.	4,02
12. Fomento de implantación de sistemas de calidad en Empresas.	3,77

Resultados del cuestionario

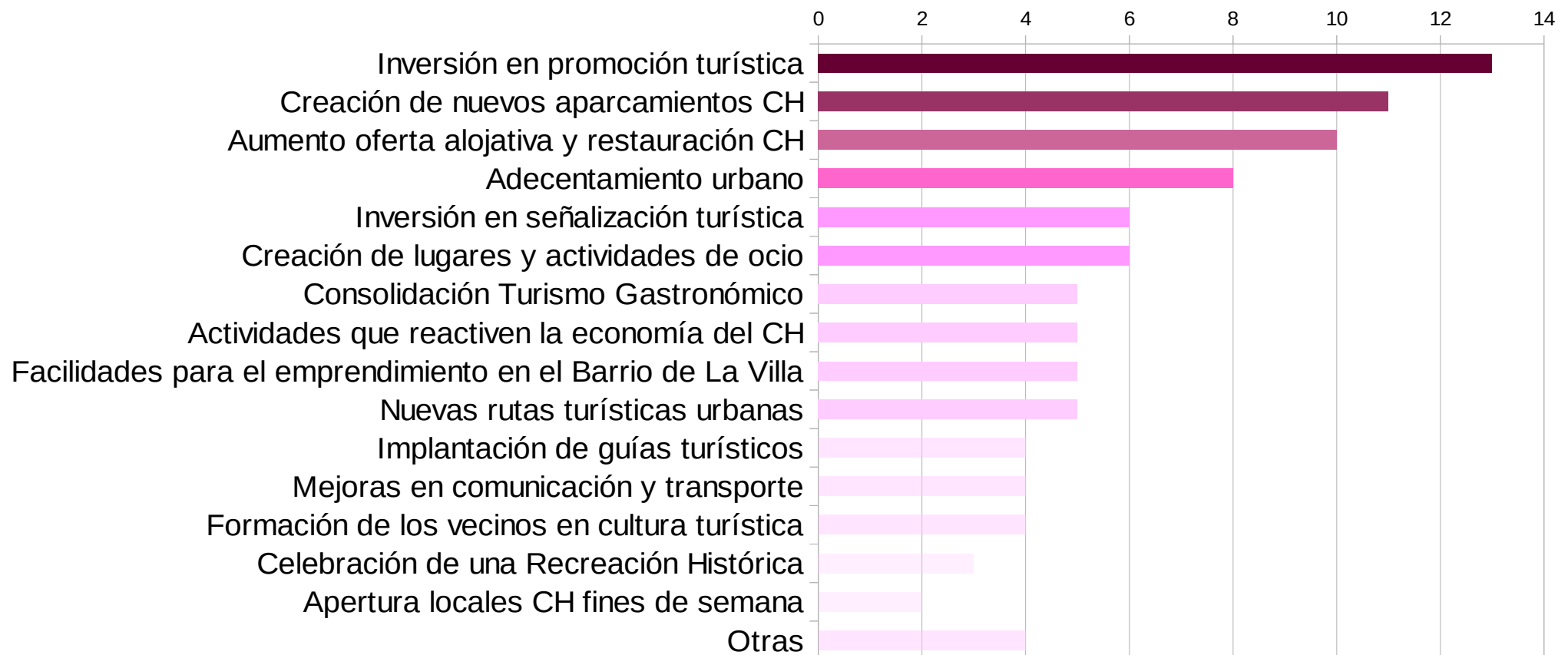
Valore la importancia de implementar las siguientes actuaciones para conseguir un mejor desarrollo en clave turística de la localidad. Siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante.

Otras respuestas residuales que se han considerado importantes, han sido:

- Implantación de algún tipo de transporte urbano que facilite el acceso a la Vía Verde.
- Creación de una calle peatonal en la principal zona comercial del CH.
- Ofrecer también en inglés la página web del ayuntamiento.
- Delimitar el nivel de contaminación acústica, especialmente en vehículos como ciclomotores.

Resultados del cuestionario

Por último, pedimos que enumeren qué acciones concretas consideran necesarias para un desarrollo turístico más eficiente.



Resultados del cuestionario

Resumen de las principales conclusiones del cuestionario

Como conclusión a este estudio, podemos vislumbrar varias ideas troncales, en las que se puede resumir todo el análisis. Así, desde el punto de vista empresarial:

- Olvera tiene mucho potencial turístico que actualmente no está siendo aprovechado.
- El Conjunto Histórico se identifica por tener una escasa oferta restaurativa, además de unos horarios comerciales incompatibles con el turismo.
- Los recursos turísticos son difíciles de encontrar debido a una deficiente señalización y además tienen un horario demasiado reducido.
- La oferta alojativa es reducida, y se encuentra localizada fuera del centro histórico, lo cual afecta al potencial turístico.

Resultados del cuestionario

Anexo 1. Aportaciones de los empresarios fuera del cuestionario

Independientemente del cuestionario, algunos empresarios han querido mostrar su opinión particular sobre algunos aspectos. Dichas aportaciones nos han parecido relevantes y se muestran a continuación.

- Celebración conjunta de la Feria de Oportunidades y la Feria del Aceite; de esta manera, la afluencia de visitantes sería mucho mayor y sería beneficioso para ambas partes (comercios olvereños y empresas relacionadas con el aceite)
- Reapertura del restaurante de la plaza de Andalucía. La mayoría de establecimientos de la zona comercial del Conjunto Histórico coinciden en que este local reactivaría la economía de dicha zona y le otorgaría una vida que parece que ha perdido últimamente.
- Concertar actividades en el Centro Histórico en periodos festivos para incentivar las compras. Una idea concreta aportada es una pista de patinaje sobre hielo en la plaza de Andalucía.
- Cambiar la fecha de la Feria de Oportunidades para otro periodo, como por ejemplo Navidad, en el que el índice de compras es mayor. Ha habido quejas de que en el mes de mayo hay otros eventos que interfieren en la afluencia de visitantes.

Cuestionario de Participación Empresarial

Las opiniones aportadas por todos los empresarios involucrados en la contestación a las preguntas de este cuestionario serán de gran ayuda a la hora de conformar las líneas estratégicas que regirán en **Plan Estratégico de Turismo de Olvera**, así como contribuirán a definir muchas de las acciones concretas que conformarán dicho plan, en un plazo de cuatro años.

Los procesos participativos logran que todos los participantes en una intervención tengan voz, llevan consigo el sentimiento de pertenencia, aseguran una mayor credibilidad en la intervención, permiten una mayor heterogeneidad en las ideas, y ayuda a establecer lazos entre los miembros de la comunidad.