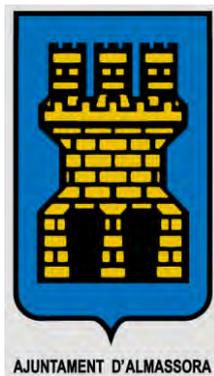


PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO ALMASSORA



Actuación cofinanciada por:



Ajuntament d'Almassora
Plaça de Pere Cornell, 1
12550 Almassora
Tel. 964 560 001
Fax 964 563 051
www.almassora.es





Almassora

“Plan Estratégico de Turismo”

Planificación y gestión Turística
C. San Roque 95 E-1
tel | fax 964 21 89 88 Castellón 12004
pg@pgturistica.com | www.pgturistica.com

1. Antecedentes

2. Enfoque Técnico del Proyecto

3. Objetivos

4. Metodología

5. Análisis y Diagnóstico Turístico

5. 1. Ubicación Geográfica y Accesibilidad

5. 2. Clima

5. 3. Historia

5. 4. Economía

5. 5. Recursos

5. 6. Percepción Agentes Sociales

5. 7. Análisis de la Oferta Turística

5. 8. Análisis de la Demanda Turística

5. 9. Análisis Soportes Comunicación

6. Análisis DAFO

7. Modelo de Desarrollo Turístico

8. Elaboración Diagnóstico

8. 1. Configuración de Producto

8. 2. Mercados y Públicos

9. Programas y Actuaciones

1. Antecedentes

Situamos el punto de partida de la elaboración del Plan Estratégico de Turismo, en el nuevo planteamiento de trabajo de la Concejalía de Turismo. Esta apuesta por la potenciación del sector turístico como actividad económica del municipio, centra los esfuerzos en el desarrollo de la política turística municipal.

A su vez, la subvención concedida por parte del Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Castellón para la elaboración de planes estratégicos de turismo, ejercicio 2016, financiando el 50% de la elaboración del Plan estratégico de Turismo de Almassora, ha hecho posible la puesta en marcha del plan mediante la colaboración entre administraciones públicas y el sector privado, que en el desarrollo del Plan ha mostrado una buena acogida y participación.

Desde la Concejalía de Turismo en el año 2016 se plantea el futuro turístico del municipio basado en la metodología de la planificación, de modo que se definan desde el punto de partida inicial, las actuaciones a desarrollar en un plazo aproximado de 4 años, de modo que basado en una metodología de trabajo participativa, la colaboración público-privada sea el eje conductor del desarrollo y la puesta en marcha.

Mediante el desarrollo del Plan, entre otros, se pretende conseguir un posicionamiento diferencial de la oferta frente destinos competidores, una mejora de la rentabilidad de la oferta, el desarrollo de negocios sostenibles en el uso de los recursos y el entorno y dar una adecuada respuesta a la mayor individualización

en la demanda de viajes y participación activa del cliente en la propia definición del modelo que estará basado en la configuración de producto turístico.

Todas las actuaciones planteadas en el Plan se encaminan a configurar un modelo de destino y oferta turística, donde la colaboración público-privada sea el eje conductor de todo el proceso.

2. Enfoque Técnico del Proyecto

Los destinos en general necesitan del desarrollo de procesos a partir de los cuales puedan impulsar estrategias de comunicación y comercialización a través de las cuales puedan llegar a sus clientes finales. En ese proceso es prioritario partir de una conceptualización y planificación previa que partiendo del análisis, la puesta en común de conocimientos y experiencias, establezca las estrategias y las actuaciones de futuro consensuadas y con la participación social, que mejore la competitividad del municipio de Almassora y configure su producto turístico, para comunicarlo y posicionarlo en el mercado.

Mediante la elaboración de este Plan Estratégico se trata de establecer un instrumento de participación social que busca la cooperación entre los agentes públicos y privados y la participación ciudadana para la armonización y consecución de los objetivos de planificación estratégica.

Bajo esta situación se plantea la posibilidad de realizar un Plan Estratégico de Actuación Turística que permita recoger información actualizada de la oferta y demanda turística, analizarla y trazar las

líneas estratégicas y de posicionamiento del municipio adoptando en todo momento una perspectiva:

Integral

Sostenible y enmarcada dentro de los procesos de la A21L

De participación y consenso en la que intervengan diversos actores económicos y sociales

Cooperativo entre el sector público y el privado

Orientado a objetivos alcanzables y medibles

Abierto al futuro, que permita una continuidad

En un mercado como el actual saturado de oferta, con clientes más profesionales que disponen de excusas suficientes como para llenar su espacio de ocio, es necesario ajustar la configuración de nuestro producto para poder llegar al mercado de forma real y poder comunicarlo para finalmente ser comercializado.

Desde el Plan Estratégico de Turismo de Almassora deben considerarse aquellos valores que ayudarán a posicionar en el mercado el producto turístico.

Por tanto, sobre el desarrollo de un primer análisis se necesita profundizar en la definición de las actuaciones sobre las que trabajar. Además al objeto de diversificar su oferta se plantean productos complementarios sobre los que apoyar aquellos argumentos principales y valorar la relación que pueda existir con los recursos y ofertas actuales del destino.

El Plan Estratégico de Turismo de Almassora que se propone implantar busca definir las principales estrategias de producto, demanda y comunicación a desarrollar, para facilitar una mejora en los consumos turísticos a lo largo de todo el año, facilitando de esta

manera un aumento en su rentabilidad como actividad económica. Este plan se concibe en clave profesional, considerando las premisas básicas del mercado turístico y la evolución que estos momentos está sufriendo la demanda.

3. Objetivos

El Plan se plantea como objetivo principal

“Analizar la situación de partida del posicionamiento turístico con el que cuenta el destino Almassora y determinar las potencialidades existentes y la definición de las acciones a emprender con el objetivo de dotar de mayor contenido y dinamismo a la actividad turística del municipio.

Dichas medidas serán una propuesta que pueda servir de guía y apoyo al Ayuntamiento para gestionar la actividad turística de forma efectiva, racional y adaptada a las nuevas pautas del mercado y oriente sobre las estrategias a desarrollar para generar demandas turísticas a lo largo de todo el año”

Además el Plan Estratégico permitirá alcanzar los siguientes objetivos:

Alcanzar un mayor dinamismo turístico y económico

Generar el reconocimiento de la actividad turística como motor económico del municipio y sensibilizar a la población local

Conseguir un mayor grado de desestacionalización

Diversificar el producto turístico

Crear más oferta complementaria, especialmente aquellas que no tengan un carácter estacional

Generar riqueza y empleo

Mejorar la calidad de vida de los residentes en el municipio

Permitir un crecimiento sostenible, continuado en el tiempo y respetuoso con los recursos existentes

Inclinar paulatinamente la balanza calidad/precio en la oferta turística del lado de la calidad

Recuperación y conservación del patrimonio, de la cultura local y del medio ambiente

Captar demanda a través de la diferenciación del destino

Determinar los principales argumentos de venta del destino

4. Metodología

Además de la información bibliográfica y visual, un proyecto de estas características necesita de la recopilación de las opiniones de sus principales agentes, tanto los directamente relacionados con él, como los relacionados indirectamente. Las entrevistas y mesas de trabajo-dinámicas de grupo-taller realizadas, se han llevado a cabo con agentes relevantes del sector, autoridades, organizaciones

turísticas, entidades y empresas vinculadas al turismo local y técnicos de la institución, de relevancia para el destino Almassora.

La participación de los agentes turísticos se ha considerado una prioridad, con el objetivo de contrastar los resultados y enriquecer los trabajos técnicos, tanto desde el punto de vista analítico como propositivo. La participación se ha realizado en la propuesta de análisis mediante un total de 47 agentes representativos del conjunto, entre asociaciones, comercios, restauradores, artesanos e industrias, para contrastar la información analítica y propositiva.

A tal objeto se ha mantenido entrevistas con 7 agentes vinculados directa o indirectamente con el destino Almassora.

Las entrevistas tienen por finalidad obtener opiniones sobre los principales productos que en clave turística se comercializan en estos momentos, las estrategias empleadas y los retornos que se están generando.

Realización de 4 dinámicas de grupo-taller de ideas: con políticos, empresarios turísticos y sectores de oferta complementarios, entre 6 y 10 personas donde se analizó la situación actual y se propusieron soluciones mediante la técnica de tormentas de ideas y la metodología propia desarrollada para la elaboración del plan.

Estas mesas, fueron desarrolladas el 28 de julio, 14 de septiembre, 21 de septiembre y 19 de octubre.

En lo referente a encuestas de participación, de las 124 entrevistas distribuidas, se completaron 38, que han servido para analizar parte de los datos obtenidos.

Además de la participación, se ha desarrollado un amplio trabajo de campo necesario para conocer de primera mano y analizar la oferta y los recursos del destino.

El objetivo último de todo el proceso de Planificación Estratégica de la Almassora, es la elaboración de un diagnóstico estratégico del municipio, la formulación de estrategias y la identificación de medidas y proyectos en el marco del Plan Estratégico y la redacción del propio Plan ante el horizonte del año 2020.

Para desarrollar con éxito este proceso es preciso implicar durante y, fundamentalmente, después de la elaboración del Plan a la totalidad de agentes sociales, políticos y económicos del municipio para buscar el consenso e implicación social necesarios.



5. Análisis y Diagnóstico Turístico

El trabajo ha sido desarrollado por fases, en las que en un primer momento se realizó el análisis en los aspectos relacionados con la actividad turística, así como la evaluación del entorno turístico del municipio y su relación con otras actividades que integren el desarrollo futuro del municipio, concediendo especial importancia al sector turístico/comercial y de servicios, siempre desde una perspectiva con repercusión turística.

A continuación, las conclusiones obtenidas se contrastaron en los diferentes foros de participación social y política, para posteriormente configurar las actuaciones planteadas en el documento final.

En este apartado se ha analizado los servicios e infraestructuras, determinando la adecuación de las infraestructuras y servicios de cara al desarrollo de la actividad turística. Cuestiones como la accesibilidad y dotación de servicios.

Los recursos, analizando los activos turísticos existentes o potenciales con posibilidad de valorización turística, con el fin de maximizar su rendimiento.

La oferta, analizando la oferta de servicios y recursos turísticos, valorando su adecuación a la potenciación de la actividad turística.

La demanda, analizando la demanda turística potencial, así como las posibilidades de captación de nuevos segmentos.

Además se ha analizado los soportes de comunicación del destino, y fruto de ello se han elaborado las estrategias y actuaciones que formarán parte del Plan Estratégico de Turismo de Almassora.

5.1. Ubicación Geográfica y Accesibilidad

Almassora, es un municipio de la provincia de Castellón y por tanto forma parte de la Comunitat Valenciana, España. Se halla situado en el sureste de la provincia de Castellón, en la comarca de la Plana Alta y cuenta con 25.488 habitantes (INE 2015).

Se ubica a orillas del río Mijares, a pocos kilómetros de su desembocadura. La **desembocadura del río Mijares** es un humedal declarado como paisaje protegido, que comparten los términos municipales de Almazora, Villarreal, y Burriana.

Almassora se sitúa en la intersección de dos importantísimas vías de comunicación desde la antigüedad, el río y el viejo camino prerromano que atraviesa toda la comarca de la Plana de norte a sur en un trayecto paralelo al mar, marcando dos niveles geológicos. El nivel inferior, entre este camino y el mar, originariamente pantanoso y cubierto de espesa vegetación, fue transformado parcialmente en huerta por los romanos y los árabes. El nivel superior, hasta su línea de contacto con el secano, se convertirá en la vieja huerta de la Plana y en algunos lugares, este camino representa la divisoria entre el secano y el regadío. Este "Caminàs", "Camino Ancho" o "Gran Camino" sigue hacia el sur hasta enlazar con la Vía Augusta de los romanos.

En la actualidad, en el término municipal de Almassora se integran también los siguientes núcleos de población:

- Polígono Industrial.

- La Playa-Ben-Afeli.
- El Secano.
- La Huerta.
- Pavos.
- Pla de la Torre.
- Santa Quiteria.
- Corell.
- Fátima.

Se accede a esta localidad desde Castellón a través de la N-340 y por la CV-18 a través de la vía de servicio de la CS-22. La CV-1840 lo une con la playa de Almassora. Tiene también acceso ferroviario al contar con apeadero de RENFE, en el que tienen parada algunos trenes de cercanías. Dispone también de autobuses con servicio regular a Castellón empresa Hicid y también a la playa de Almassora, realizados por la misma empresa.

La accesibilidad al destino es buena, sin embargo se ha detectado la necesidad de adecuar y embellecer las entradas al municipio y señalizar adecuadamente las mismas, en especial la mejora de la imagen de los accesos a través de la N-340 con especial indicación acceso sur a Castellón, por la carretera comarcal CV-18 a través de la vía de servicio de la CS-22. La CV-1840 que une el centro histórico con el núcleo poblacional de la playa de Almassora.

También la conexión Almassora Playa con la ampliación y mejora de la carretera actual (CV-1840), y la posibilidad de señalización de vías alternativas, vinculadas al Plan de Emergencia del Polígono Serrallo.

De igual modo la mejora y potenciación del servicio del transporte público entre Almassora-Burriana, Almassora-Benicàssim y Almassora-Grao. Ampliación de la ruta realizada en la actualidad.

En general, Almassora puede considerarse como un destino de fácil accesibilidad, ya que los accesos resultan fáciles desde los núcleos emisores de potenciales visitantes y turistas. El 65% fundamentalmente es turista de proximidad (local). Por ello los municipios cercanos, son aquellos en el entorno de la hora de distancia existe una población potencialmente consumidora por encima del millón y medio (Castellón situado a 4km, Valencia situada a 65 km, y los municipios de costa e interior de las dos provincias).

Destaca la posibilidad de atraer visitantes desde los municipios de proximidad limítrofes como las localidades de Castellón de la Plana (y su distrito marítimo Grao de Castellón), Villarreal, Onda y Burriana, todas ellas de la provincia de Castellón.

5.2. Clima

Su clima es mediterráneo, se caracteriza por veranos secos y calurosos, con temperaturas medias por encima de los 22 °C e inviernos húmedos y lluviosos, con temperaturas suaves. Cuanto más frío es el mes, más lluvioso resulta, y a la inversa, cuanto más caluroso es el mes, más seco resulta. El clima mediterráneo propiamente dicho es el que se da en la mayor parte de la costa mediterránea.

5.3. Historia

Al contemplar el plano del término municipal se observa la existencia de antiguos habitantes siempre en los márgenes del río. Ello lo

prueba la existencia de distintos yacimientos arqueológicos entre los que destacan: el *Torrelló de Boverot* y sus urnas funerarias, los abrigos rupestres con soterramientos, las antiguas acequias romanas, el posible hostel situado en la Vía Augusta conocida en época romana como "Seb elaci" y el casi desaparecido poblado medieval de la de la *Vila Seca*. Así, el castillo de Almassora, si bien es musulmán, está asentado sobre restos arqueológicos de periodos anteriores, Ibéricos y del Bronce Medio.

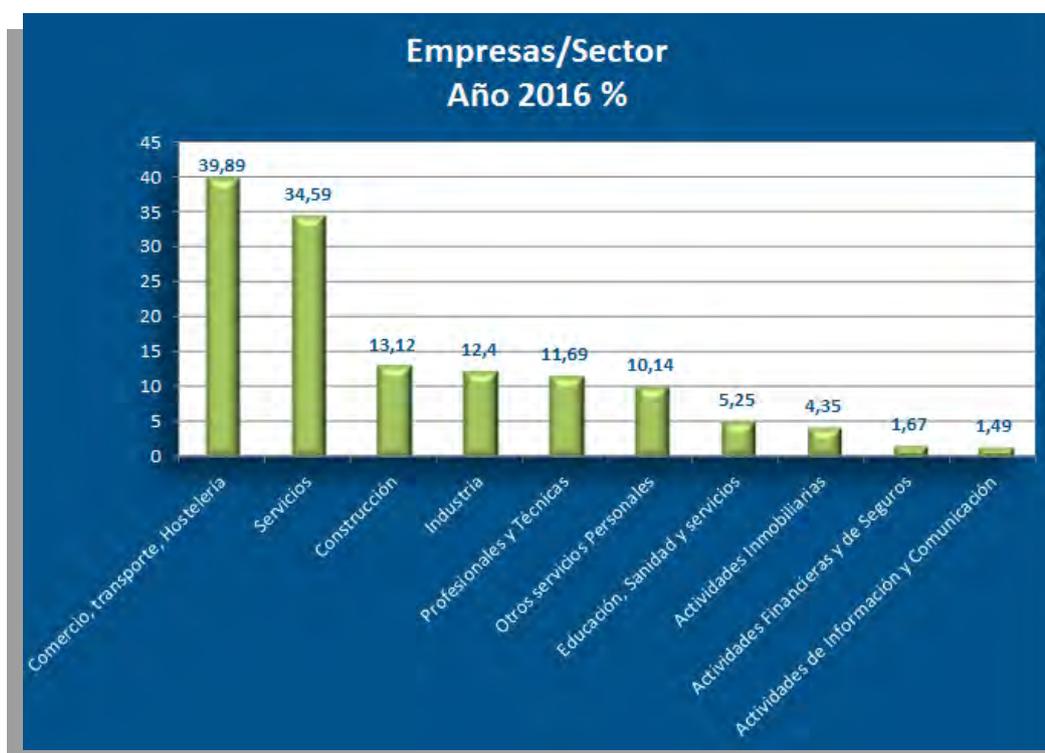
En el núcleo urbano se conservan algunos registros importantes, como los restos de lienzos de la muralla cristiana en la calle Tremedal, la lápida epigráfica y la funeraria romana que se contempla en las paredes de la Iglesia de la Natividad y la puerta de la Plaza Mayor del siglo XVI. En los alrededores de la ermita de San José se encontró una necrópolis o cementerio musulmán,

perteneciente a una alquería anterior a la conquista de Jaime I de Aragón. Finalmente, y dentro del mar Mediterráneo, se conservan y se registran restos submarinos de un posible puerto romano, delante de la playa "Ben-afeli".

Es indudable su origen árabe, basta ver su toponimia, fue reconquistada por el rey Jaime I en 1234 quien otorgó su primera carta puebla, a fuero de Aragón, en el año 1237. Más tarde, en 1312, fue concedido su señorío al obispo de Tortosa.

5.4. Economía

La principal actividad económica está relacionada con el sector comercio, transporte y hostelería, le sigue el sector servicios, sector de la construcción y sector industrial.



5.5. Recursos

Almassora posee numerosos recursos capaces de configurarse en producto turístico para ofrecer un consumo turístico comunicado al mercado.

Estos recursos se concretan en:

1. Playa
2. Desembocadura Riu Millars, "Les Goles".
3. La Vila.
4. Paraje Santa Quiteria.
5. Torrelló.
6. Ermitas.
7. Otros lugares de interés
8. Ruta del agua.
9. Ruta Desembocadura Millars desde Santa Quiteria hasta el mar.
10. Fiestas.
11. Otros eventos.

1. Playa:

La playa de Almassora es un espacio litoral de aproximadamente cuatro kilómetros y situada a cinco de su núcleo urbano. Históricamente, ha estado siempre ocupada por el hombre, como muestran los distintos hallazgos arqueológicos correspondientes al Bronce final. También hay restos de un pequeño poblado, hoy día sumergido y conectado con les Goles del Millars y restos de un barco que data del año 40 d.C aproximadamente.

De la época musulmana, tenemos la torre de Almassora, ahora desaparecida, edificada para defender la entrada por el río, de los ataques de los piratas normandos.

Justo alrededor de la torre, con la conquista cristiana, por documentos, sabemos que existía la tradicional pesca, y un cargador de madera o muelle. Este fue establecido, por concesión del rey Martí l'Humà, en 1398, para la carga y descarga de cereales, vino y otras mercancías. Con todo, debió ser importante ya que en 1434, el batlle general de Valencia ordenó, que por no causar ningún perjuicio a Castellón, no embarcase ni desembarcase ningún efecto en la playa.

Hoy en día el litoral de Almassora se divide en dos playas, la de Benafelí y la del Pla de la Torre (donde se situaba la antigua torre de Almassora). Estas playas son frecuentadas tanto por vecinos del pueblo que establecen aquí su segunda residencia como por visitantes en busca de la tranquilidad que otras poblaciones costeras no ofrecen. Así pues su tranquilidad y poca masificación es una de las bazas más importantes de nuestras playas. Se alternan tramos de arena fina con otros de piedras y cuentan con un buen número de servicios, como consultorio médico, Cruz Roja, restaurantes,

biblioteca de verano, aparcamiento, punto de playa accesible, actividades culturales durante la época estival, etc..

2. Desembocadura Riu Millars, "Les Goles".

Es en el tramo final del río, entre la población de Almassora y la desembocadura en el mar, donde el curso fluvial adquiere una notable importancia ecológica por la formación de lagunas poco profundas, ricas en vegetación acuática y subacuática y en comunidades halófitas, junto con especies y comunidades más típicas de las riberas y cauces fluviales. Así pues, tal y como vamos

avanzando hacia el mar, el Paisaje Protegido que vamos viendo es fruto de la continua interacción del hombre con la naturaleza.

La desembocadura se halla cerrada por un cordón litoral paralelo a la línea de costa, formado por depósitos de arenas y gravas de origen continental y marino, creando así un espacio interior, ocupado por aguas embalsadas, que se conoce como "Les Goles". La presencia más o menos permanente de agua ha permitido la existencia de una fauna con una elevada diversidad de especies, algunas de ellas de gran interés para la conservación. La avifauna es el grupo más significativo e importante de este espacio natural, tanto por la diversidad de especies, como por la densidad.

Este lugar ha sido declarado como ZEPA (zona de especial protección para las aves) y LIC (lugar de interés comunitario) por directivas europeas, y también ha sido declarado Paisaje Protegido por la Generalitat Valenciana.

Hasta hace unos años se registraron 207 especies diferentes de animales. Hoy en día, se pueden observar especies tan interesantes como la cigüeñuela y el calamón.

3. La Vila.

La Vila de Almassora o casco antiguo, es una fundación cristiana del siglo XIII, con un plano cuadrículado en torno a dos ejes centrales, la calle Mayor y la calle San Joaquín, atravesados por estrechas calles perpendiculares y que coinciden con otros núcleos nacidos después de la conquista de Jaume I. Una vez conquistadas estas tierras, Jaume I las donó al Obispo de Tortosa.

Este hecho hizo que cada vez vinieran más repobladores sobre todo de Cataluña y Aragón, quedándose pequeñas las tierras del castillo. Fue entonces cuando decidieron trasladarse y fundar la nueva Almassora donde se encuentra actualmente.

Pese a la desafortunada acción urbanística de los años 50 y 60, el casco antiguo de Almassora aún conserva intacto el trazado original medieval y numerosos emplazamientos de gran interés que pasamos a describir con detalle. No debemos olvidar que el conjunto de la Vila en si mismo muestra el encanto desaparecido en otros pueblos costeros.

Murà: Es el único trozo de la muralla que se conserva en buen estado y que rodeaba el casco antiguo. Situada en la Avda. Borriana, data aproximadamente del siglo XIV- XV y posiblemente era parte de la muralla que cerraba el huerto de la casa del Obispo y

en el se situaba la "Porta de Almassora" una de las puertas por las que se accedía al recinto. Esta muralla ha sido restaurada a lo largo de los siglos. La última actuación que se conoce sobre ella fue durante las guerras carlistas en el siglo XIX cuando la subieron de altura.

Museo arqueológico: El museo ubicado en la calle San Vicente, es de carácter arqueológico y monográfico del asentamiento prehistórico del Torrelló de Almassora.

En sus vitrinas se narra parte del pasado de Almassora, el que representa la sociedad entre el siglo VIII a.C. y el siglo I d.C. Las cerámicas, los metales, los huesos y otros objetos cotidianos de entonces, son en la actualidad, las obras de arte más significativas de esta colección. Su modo de enterramiento y el ajuar con el que se les incineraba representan una parte fundamental de su modo de vivir y de su religión.

Iglesia de la Natividad: Es el edificio más representativo de Almassora, su iglesia principal, la de la Natividad con su campanario construido junto a lo que era el Portal de L'Esglesia que atravesando la muralla se pasaba al actual Darreremur y als molins del Bisbe. Al ser el obispo de Tortosa señor de Almassora y además sede del Oficialat de la diócesis en estas comarcas, le daba a la iglesia de la Natividad importancia y prerrogativas políticas, sociales y económicas.

El templo, situado en la Plaza de la Iglesia, se construyó con un estilo barroco exuberante, del cual hoy, sólo podemos ver su esplendor en una capilla, al lado del presbiterio. Con la ampliación del siglo XIX y, la rehabilitación, al final de la Guerra Civil el interior

ha quedado desnudo de ornamentación, con un estilo austero clasicista.

Fue ordenada su construcción en 1685, ya que el anterior templo amenazaba ruina. La portada se hizo en 1691 y posteriormente en 1864, se alarga por los pies, edificándose la capilla de la Comunión, y la de la pila bautismal, haciéndose necesario derribar parte de la muralla de las actuales calles Sagrari y principio del Darreremur.

Como se aprecia, el edificio es de una sola nave, sin crucero, con ábside poligonal, coro elevado a los pies y siete capillas, cuatro del S. XVII y tres de la ampliación, entre los contrafuertes. Integrado en el cuerpo del edificio encontramos el campanario, seguramente del siglo XVIII, de planta cuadrada, ventanas de medio punto enmarcadas por pares de pilastras toscanas y remate de dos cuerpos y cubierta piramidal de tejas.

La fachada lateral, principal y única hasta que se hizo la de los pies, preside la imagen de la virgen, es del tipo nicho, con pilastras laterales encajadas de orden toscano enmarcando el vano en el primer cuerpo y fornícula apechinada entre pilastras en el segundo, apoyada en ménsulas, donde hay un par de esferas a los extremos. Además si observamos veremos que conserva encastada una lápida funeraria romana del siglo I o comienzos del II de nuestra era y otro sillar de piedra, también dentro de la pared, con tres signos lapidarios idénticos, de época medieval o moderna, donde aparece el alfa y el omega con una cruz arriba integrados en el mismo signo, a modo de nexos.

Durante la guerra Civil y el incendio de 1936, el expolio y destrucción fueron importantes, como la desaparición de diversos lienzos de valor, así como el órgano del siglo XVIII.

Aún así, en la actualidad todavía conserva buenas muestras de lo que fue su patrimonio. Como en orfebrería, el relicario de Santa Quiteria del siglo XV, dos platos de limosna del S. XVI y un cáliz, la cruz procesional y la custodia del S XVII. En pintura un lienzo de Oliet de 1845 y la pila butismal con inscripción de 1661.

Las actuales campanas van desde principios del S. XVIII hasta mitades del S. XX.

Plaza Mayor: Es importante este punto porque es aquí donde prácticamente empieza la vida en la nueva Almassora al establecerse en él el primer horno de leña. Además era aquí el área medieval de mercado y fiestas, con tres arcos, citada en 1290 como Plaça d'Almassora y ya en 1344 donde se habla del porche del Mercat d'Almassora. S. XIV.

Como anécdota se comenta que el rey Jaume II el Just, por intervención del obispo de Tortosa, concedió un mercado semanal a celebrar todos los viernes, según documento firmado en Horta el 24 de julio de 1313, cosa que actualmente sigue haciéndose 8 siglos después.

Ochenta y cinco años después, el rey Martí l'Humà, en 1398, en Zaragoza, concede y autoriza a Almassora a tener una feria anual, con duración de 22 días, desde Todos los Santos. Pero esta fecha tuvo problemas al coincidir parte de ella con la de Castellón, así que el rey ordena en octubre de 1401, en Segorbe la modificación de las fechas que desde entonces comenzaría el día 30 de noviembre, día de San Andrés, durante 20 días.

Es ahora donde se intenta de alguna manera recuperarla celebrándose una feria medieval durante el fin de semana del 30 de noviembre.

Casa de l'Oficialat: Data del siglo XV aproximadamente y se trata de la antigua casa del delegado del Obispo de Tortosa y señor de Almassora, al ser el pueblo sede de la delegación de la diócesis de estas comarcas. Actualmente se encuentra en estado bastante degradado y de ella sólo quedan restos de alguna ventana gótica y muros reforzados con piedra trabajada de la época.

La Picaora: Era en esta plaza donde antiguamente se trabajaba el cáñamo para hacer los distintos productos a mano como alpargatas, cestas, cuerdas, etc. Actualmente solo se conserva el topónimo en recuerdo de este oficio ya desaparecido.

Casa Dr. Castell: De estilo ecléctico y modernista, es uno de los edificios más significativos de la Vila y Raval. Data de 1905 y destaca sobre todo la carpintería y el enrejado de complejo diseño modernista. Posiblemente diseñada por Francisco Tomás Traver, por aquel entonces arquitecto municipal. La casa perteneció al matrimonio Serra, constructores del Teatro y de otros muchos edificios de gran valor arquitectónico.

Teatro Serra: Inaugurado en 1895, conserva la estructura original en el 1º y 2º piso con sus marquesinas y carpintería de la época. Destacan las figuras alegóricas que rematan la fachada.

En el interior encontramos una reproducción reducida de un teatro de ópera, con planta rectangular y dos plantas a modo de herradura.

Edificio Caja Rural : Este edificio fue inaugurado el 21 de mayo de 1929, convirtiéndose en una de las construcciones más emblemáticas de la localidad, no solo por su estructura sino también por su labor social.

Es de un estilo arquitectónico de eclecticismo neorococó. Con decoración densa y una atractiva fachada haciendo juego con los elementos decorativos como las piezas de cerámica, ménsulas, capiteles y molduras. Remata el edificio un campanario con un templete que descansa sobre columnas salomónicas y pináculos.

Edificio Banco de Valencia: Edificio de la primera mitad del siglo XX y de estilo ecléctico-historicista, situado en la esquina de las calles Trinidad y Alcora. Esta situación hace que no sea ninguna de las dos la fachada principal, sino que es el propio chaflán la cara más representativa del edificio. En la planta baja destacan los grandes ventanales enrejados. Dos grandes miradores que abarcan las dos plantas de altura aumentan su volumen y presencia. Es muy rico y complejo en su decoración con diversos motivos vegetales y otros dentro del lenguaje Decó. El remate del chaflán lo constituye un óculo escrito en el peto y flanqueado por un par de pináculos.

Raval de la Trinitat: Es el lugar donde se manifiesta el crecimiento urbano de Almassora ya fuera del recinto protegido de la Vila, a finales del siglo XVIII y XIX.

4. Paraje Santa Quiteria.

Dada la importancia histórica que el río Millars ha tenido en el desarrollo de Almassora, no podía ser en otro emplazamiento sino a orillas del mismo, donde se encuentra un paraje natural de gran belleza y que alberga entre otros la ermita de la Santa, el puente medieval, el Azud o el "Pant Janet".

Ermita Sta. Quiteria: Situada en el margen izquierdo del río, encontramos los primeros indicios de la existencia de una iglesia en 1330. En el siglo XVII empieza la construcción del actual edificio sobre los restos de la ermita medieval, pero las obras son paralizadas durante la guerra de Sucesión (1701-1715). A comienzos del siglo XIX durante la guerra napoleónica fue ocupada por los franceses destinándola a hospital militar y no fue habilitada para el culto hasta 1829.

El conjunto arquitectónico está formado por la ermita y una casa adosada. La ermita es de una única nave con cuatro tramos y un ábside poligonal, con contrafuertes exteriores que llegan hasta la cornisa de la nave principal. El interior, revestido en estilo barroco desguarnecido cuenta a la izquierda del presbiterio con una pintura del artista local Josep Mingol. La fachada destaca por la puerta con un arco de medio punto, la cornisa barroca y el campanario.

Puente Medieval: Este puente es una obra civil de gran importancia no sólo porque es contemporánea del Rey Jaime I, sino porque también representa un ejemplar de puente gótico único en la Comunidad Valenciana.

Fue un vecino de Vila-Real, Pere Dahera, quien lo construyó en el siglo XIII por una autorización de Jaime I el 18 de abril de 1275. Una de las frecuentes riadas lo destruyó en 1581 y durante su reconstrucción se colocó una cruz a mitad del puente que fue destruida por un rayo en 1652, hecho curioso que quedó reflejado en una inscripción que aún hoy se puede leer sobre la base de la piedra.

Este puente está formado por ocho arcadas que se apoyan en siete pilares intermedios y dos contrafuertes laterales y la parte superior está construida con piedra cimentada.

El Azud: Se trata de una construcción de 1895 y que sirve para canalizar el agua de riego a Castellón y Almassora. Su finalidad es sacar agua del río Millars para el riego de la huerta de la Plana. A parte de la presa de desviación, el edificio, con unos muros que alcanzan 6 metros, y la maquinaria, son las partes más destacables del Azud. El resultado es una obra de ingeniería práctica y artística, por los detalles de las cornisas redondeadas, las piedras repicadas o los plafones en relieve. Las aguas del río son captadas a través de tres arcadas laterales donde comienza la acequia minada, excavada en el margen izquierdo del río.

El Pantanet: Fue inaugurado en 1985 promovido por las comunidades de regantes de Burriana, Castellón y Almassora. Tiene una capacidad de 400.000 m³ de agua. La presa tiene 106 metros de largo. Su objetivo es retener el agua del río para evitar que los agricultores tengan que regar por la noche.

5. Torrelló.

El asentamiento del Torrelló se ubica en la parte oeste de nuestro término municipal, junto al río Millars y lindando con el término municipal de Onda. En él se ha documentado mediante excavaciones arqueológicas unos restos del poblado de la época del Bronce, datados hacia el año 1000 a.C. A ellos se superponen diversas estructuras urbanas, que dan pie a distintos momentos de la ocupación, quizás los más visibles son la calle ibérica con sus viviendas adosadas, datada alrededor del 160-140 a.C. Otras estructuras importantes son las distintas murallas, un total de más de 70 metros longitudinales, que protegían la aldea de las constantes invasiones.

Este asentamiento y toda el área perimetral cubre un espacio temporal bastante amplio, desde el paleolítico superior hasta la conquista de Jaime I (1234-1240). Sin embargo el núcleo principal del poblado tiene una cronología más corta que van desde el Bronce medio hasta el final de la cultura ibérica cuando se abandona este emplazamiento para adentrarse unos metros hacia el interior. Esta larga duración conlleva la superposición de sucesivas y diversas estructuras de hábitat, donde el aprovechamiento del espacio y las estructuras anteriores no permiten a veces, discernir claramente todos los niveles de ocupación.

Por tanto, los habitantes de esta pequeña atalaya fortificada, situada en un punto estratégico del río Millars, disponían de un riquísimo material con el que comerciar, convirtiéndose en un enclave distribuidor de mercancías.

Así pues, encontramos piezas cerámicas traídas desde el interior de la actual provincia de Teruel y formas típicas de los campos de urnas del Ebro medio, así como metales y ánforas fenicias características de las costas de sudeste peninsular que tenían que intercambiarse por otros productos. Pero estos mismos pobladores, controladores del territorio y en cierta medida de las riquezas y del poder, también sufrieron en múltiples ocasiones el ataque de otros pueblos guerreros aún desconocidos para nosotros, lo cual nos permite disponer en la actualidad de un riquísimo legado patrimonial que podemos estudiar y exponer.

6. Ermitas.

SANTA QUITERIA: Situada en el margen izquierdo del río, encontramos los primeros indicios de la existencia de una iglesia en 1330. En el siglo XVII empieza la construcción del actual edificio sobre los restos de la ermita medieval, pero las obras son paralizadas durante la guerra de Sucesión (1701-1715). A comienzos del siglo XIX durante la guerra napoleónica fue ocupada por los franceses destinándola a hospital militar y no fue habilitada para el culto hasta 1829.

El conjunto arquitectónico está formado por la ermita y una casa adosada. La ermita es de una única nave con cuatro tramos y un ábside poligonal, con contrafuertes exteriores que llegan hasta la cornisa de la nave principal. El interior, revestido en estilo barroco desguarnecido cuenta a la izquierda del presbiterio con una pintura del artista local Josep Mingol. La fachada destaca por la puerta con un arco de medio punto, la cornisa barroca y el campanario.

SANT ANTONI: Situada en el cruce del Camí la Mar y el Caminás de Sant Antoni, data del siglo XVIII. Consta de una fachada con dos arcos que abren un estrecho vestíbulo, donde tenemos dos puertas, la de la ermita y de la casa del ermitaño. La fachada antiguamente estaba lucida y pintada igual que las alquerías del término y fue restaurada en 1984. La ermita está rematada con espadaña y cúpula.

SANT JOSEP: Construida en 1912, tal y como señala en la puerta, se encuentra situada en el Camino Benafelí, y conserva una escultura de José Gozalbo. Este ermitorio tiene la curiosidad de albergar una campana con una inscripción dedicada a Santo Domingo de Soriano y está fechada en el año 1725.

SANT JOAN: Situada en la playa, esta pequeña ermita fue inaugurada en 1960, edificada sobre una antigua capilla abandonada después de la guerra civil.

ROSER DEL MAR: De reciente construcción, rinde culto a la Virgen del Rosario.

7. Otros lugares de interés.

CASTILLO DE ALMASSORA: Prácticamente destruido en su totalidad, y situado a orillas del río Millars, sólo se conserva parte de un lienzo de muralla y parte de una torre semicircular, construidas con tapial mixto de mampostería ordenada. Debajo de las estructuras medievales, del siglo X al XIII d.C, quedan restos del periodo ibérico. Este castillo será el que conquistará Pere Cornell a los musulmanes, en nombre de Jaime I en 1234. En 1247 se abandona el castillo para fundar el actual pueblo de Almassora.

CASA DE LES REIXES: Al final de la calle Boqueras y junto al río Millars, podemos encontrar la conocida Casa de les Reixes que data de 1789. Esta construcción es del todo admirable desde dos vertientes. Por una parte es de apreciar su vertiente artística, como edificio de gusto clasicista. Por otra parte está la vertiente de la utilidad o uso que aún tiene, de partidor de las aguas de riego de Castelló y Almassora. Sobre el arco de la entrada hay una lápida caliza con moldura, de tipo conmemorativo, recordando su inauguración y que dice: “Reinado de Carlos IV. El Común de Regantes de la Villa de Castellón. A expensas propias. MDCCLXXXIX”.

CASETA DELS MOROS: Se ubica en el punto en que el tramo subterráneo de la acequia Castellón-Almassora sale a la luz, en el margen izquierdo del río Millars. La opinión más general es que se trata de la casa y compuertas del azud medieval de Castellón-Almassora del siglo XV y abandonado en su uso a partir del traslado de dicha obra de captación aguas arriba.

PONT NOU: Es el actual puente que cruza la Nacional- 340. Fue construido entre 1784 y 1790 por el arquitecto Bartolomé Ribelles Dalmau, siguiendo las pautas de un nuevo clasicismo basado en el diseño puro y la simplicidad de las formas. Así pues, el puente se convirtió en una gran obra clasicista que lo convierte en el puente de mayor valor artístico y monumental de nuestras comarcas, siendo declarado monumento histórico artístico y BIC. El puente tiene 180,50 metros de longitud y 11 metros de altura. Está construido con bóvedas de medio punto, tímpano macizo y tablero superior con zonas de descanso con bancos y desaguadero con gárgolas. Cuenta con trece arcos de 9 metros de altura.

BOQUERAS: Las boqueras son una especie de respiraderos u oberturas fruto de las perforaciones para excavar la acequia minada que lleva las aguas a Castellón y que se utilizaban para limpiarla de posibles embozos o derrumbes después de las riadas.

MONOLITO: Este monumento de piedra conmemora la batalla que tuvo lugar el 9 de marzo de 1810 durante la guerra del Francés, en la que los vecinos hicieron frente al ejército napoleónico en las inmediaciones del puente de la nacional 340. Fue erigido en 1926 y sufragado por los tres pueblos que participaron en dicha acción: Castelló, Vila-real y Almassora. En un principio el monolito se situaba al lado del puente dentro del término municipal de Almassora. Tras su degradación, fue restaurado junto con los magníficos bronce del escultor Ortells que lo adornaban y ubicado cerca del lugar de los hechos, al final de la calle Alcora.

8. Ruta del agua.

Este recorrido tiene dos denominadores comunes: el agua ya sea salada o dulce y el esfuerzo del ser humano en su aprovechamiento. Recorreremos unos 20 kilómetros en un tiempo aproximado de 2 horas, con la finalidad que dicho recorrido perdure en la memoria y que cada vez que veamos una alquería, una acequia, un árbol o un camino, recordemos que tienen su historia y que forman parte de nuestro patrimonio cultural.

El recorrido comienza en la Playa de Benafelí, topónimo que proviene del árabe y que significa "familia de Afelí". En esta playa desemboca el camino que lleva el mismo nombre y que fue importante en otra época por la ubicación de un molino para hacer trapos. Pero sin duda el mejor monumento de esta playa es el que se encuentra bajo el agua, ya que hay indicios de la existencia de los restos de un barco romano del año 40 d.C. aproximadamente que se hundió frente a estas costas. Por aquel entonces la desembocadura del Millars era mucho más amplia que ahora y constituía una zona de gran importancia comercial. Los restos del naufragio fueron extraídos en 1984, encontrándose mosaicos de piedra, restos de un ancla de hierro y ánforas .

La siguiente parada es en la alquería de Collantes, del que se tiene constancia escrita desde el año 1883, cuando la naranja todavía no era uno de los cultivos más generalizados. Si observamos esta arquitectura sin "arquitectos", podemos entender cómo ha evolucionado Almassora a lo largo de los siglos y como el agua es un denominador común en este paisaje. Hoy en día evoca a una típica construcción casi palatina en que las familias acaudaladas se trasladaban a la zona en tiempos de cosecha o para afrontar los

meses de verano. En su origen la palabra proviene del vocablo árabe hispanizado "al-qaria" que significa "casa usada para menesteres agrícolas". Es un edificio prismático de tres plantas y con una torre-mirador que la hace singular.

Desde allí hasta la Ermita de Sant Josep, construida en 1912 para las celebraciones religiosas de verano por iniciativa de un grupo de vecinos y de un religioso que veraneaba en la zona. Es de estilo neogótico, con una nave cubierta a dos aguas y un volumen posterior de menor altura que alberga la sacristía. Cerca de la ermita hay una serie de construcciones de interés ya que muestran el hábitat rural propio de la zona. En este punto confluyen dos caminos y dos acequias. Encontramos también tres pinos llamados de Sant Josep y muy queridos por los habitantes ya que señalan una zona de especial interés por la fe de los vecinos.

A continuación, se puede visitar uno de tantos pozos de agua que están diseminados a lo largo del término municipal. Su origen es remoto, conociéndose su utilización desde la época romana. En general, son de forma redonda con una cúpula que los cubre y con puertas para que no se ensucie el agua. Con la introducción a principios del siglo XX del cultivo de la naranja, hacía falta satisfacer la gran demanda hídrica de este cultivo, surgiendo así múltiples pozos de riego.

Siguiendo el recorrido nos encontramos con la alquería blanca y sus cipreses. Esta construcción es más humilde que la que habíamos visto antes. Esto hace pensar que se trata de una propiedad destinada solamente a tareas agrícolas. En frente observamos el tradicional muro que hacía de banco para sentarse o colocar las herramientas de trabajo.

Destacan los enormes ventanales de la planta alta. En la entrada de la alquería encontramos tres cipreses de gran altura y que tienen una antigüedad de unos 200 años.

En la siguiente parada se observa con una construcción que deja constancia de la época en la que los naranjos no lo cubrían todo. Se trata de una construcción para albergar el ganado junto al Camino de San Antonio, o mejor dicho, del "assagador" de San Antonio y que eran antiguos caminos ganaderos y que constituían una red para el pasto del ganado. Humilde en sus detalles y a deferencia de los anteriores, el techo de la vivienda es a un agua. Es de tapia, un sistema constructivo que prácticamente ha desaparecido.

El primer molino que encontramos en nuestro recorrido es el llamado "Molí de Safont" junto al camino San Antonio y la acequia del "Partidor del Mig". La construcción responde a las necesidades propias de los molinos papeleros. La primera referencia encontrada en Almassora data de 1786. Algunos autores datan esta construcción de 1872 cuando le conceden un salto de agua de 4 metros. El edificio es de planta rectangular y cubierta de tejas árabes y presenta tres plantas: el nivel inferior se destinaba a moler la celulosa. En la planta baja se elaboraba el papel y en la planta más alta unas características ventanas permitían la entrada del aire para secar el papel ya elaborado.

El segundo molino que encontramos es harinero, llamado popularmente "La Molineta", y cuyas referencias documentadas datan de 1820 aproximadamente, cuando el Obispo de Tortosa, propietario de los molinos de la zona se oponía a su construcción, por el hecho de que podía perjudicar al "Molí de Baix", situado a poca distancia. La construcción posee dos zonas bien diferenciadas.

La primera es la sala de muelas sobre el canal con un techo a dos aguas. A su interior se puede acceder por una apertura en la zona de compuertas y posee dos juegos de muelas para la harina. La segunda edificación corresponde a una casa adosada al molino que hacía las funciones de almacén.

El recorrido pasa también por el río Millars, un espacio natural protegido por la cantidad de aves que alberga. Declarado Paisaje Protegido en 2005 por sus características naturales ha jugado un papel importante en el desarrollo histórico y ecológico de la zona.

Río abajo, observamos el puente de la CV18, construido entre 1927 y 1930. Con tres arcos destacan los escudos grabados de la monarquía española y de los ingenieros de caminos. Un poco más adelante observamos restos de un puente mandado construir por el rey Pere el Ceremoniós en 1278 y del que solo queda un trozo llamado popularmente “La Pila”.

El molino que se puede observar ahora recibe el nombre de “Molí les tatxes”. En el siglo XIX era un molino harinero, y ya en el siglo XX se dedicó a la fabricación de clavos para luego más tarde volver a su cometido original. El edificio actual conserva la antigua entrada de agua y el salto de agua es de poco más de dos metros. Está situado en un entorno arbolado con unos lidoneros extrema belleza de unos 20 metros de altura y 1,5 de diámetro.

El último molino que visitar a lo largo de esta ruta es el “Molí de Sant Antoni”, uno de los más antiguos de Almassora y que ya funcionaba en el siglo XVIII. Está situado encima de la acequia de Vilamoncarro y se trata también de un molino harinero. La edificación consta de un molino y la casa, así como de las construcciones anexas. En la parte trasera hay un gran patio. Es de planta rectangular con tejado a dos aguas. La fábrica es de mampostería en ladrillo.

Volviendo ya al punto de partida se pasa por la Ermita de San Antonio que data de 1716. Es presumible por su fisionomía que se trata de una alquería ampliada que se consolidó como lugar de culto por los vecinos de la zona. La fachada presenta un porche con dos arcos de medio punto y está coronada por una cornisa y espadaña barroca. Sobre cada arco, se abre una balconada con diferentes proporciones. Entre los arcos aparece un retablo cerámico de San Antonio.

Por último termina el recorrido de vuelta al mar y a la playa, en este caso en la playa del Pla de la Torre que recibe el nombre por la antigua torre de vigilancia que había aunque desgraciadamente no quedan restos. Fue edificada en su día por los árabes para defender el río de los ataques de piratas normandos. Estaba situada entre las torres de Borriana y el pinaret en el Grao de Castellón, formando así parte de las torres de vigilancia y defensa de la costa. De planta hexagonal y sección prismática, fue reconstruida por orden de las Cortes den 1552, en pleno periodo de ataques de piratas berberiscos y corsarios, y recobrando importancia a partir del siglo XVII.

Así pues la reflexión después de este recorrido que nos es cotidiano, tiene una historia corriendo por sus acequias y que va cambiando con el tiempo, así que no es igual como lo vieron nuestros abuelos, ni será igual de cómo lo verán nuestros nietos y sus descendientes. Eso sí, hay una cosa que lo ha modelado y le ha dado forma: el agua. Conservar este entorno no es dejarlo estático ni verlo con una visión romántica.

9. Ruta del Millars.

Esta ruta plantea el recorrido que se puede hacer a lo largo de la desembocadura del río Mijares y que nos lleva a través de una diversidad de paisajes hasta el mar. El recorrido de aproximadamente 7 km. puede hacerse en una o dos partes. La del Riu Amunt finaliza en el Paraje de Santa Quiteria y la del Riu Avall en el mar Mediterráneo. Recomendamos llevar agua, calzado cómodo y unos prismáticos para la observación de las aves.

Descripción del recorrido:

Desde el pueblo se puede entrar al lecho del río desde la calle Estret o desde el final de la calle Boqueras. Es aquí donde encontramos una de las primeras boqueras que son una especie de respiraderos que se utilizaban para limpiar la acequia minada que lleva las aguas a Castellón de posibles embozos o derrumbes. Continuando el camino, una de las primeras estructuras de riego que encontramos es la "Casa de les Reixes", de 1789 y que sirve de partidor de las aguas de riego a Castellón y Almazora. Dentro del río encontraremos el viejo azud de Borrina, conocido como "Les Reballadores". Siguiendo por la senda dejaremos a mano derecha la "Caseta dels Moros", antiguo azud de 1519. Un poco más adelante, antes de llegar al segundo puente y alzando la vista, podremos observar los restos del antiguo Castillo de Almassora del S. X-XIII d.C . Llegados a este punto podemos cruzar al otro lado del río por debajo de cualquiera de los dos puentes. El que atraviesa la Nacional 340 también llamado "Pont Nou", data de 1790, es de estilo clasicista y declarado monumento histórico artístico.

Es además aquí donde tuvo lugar un enfrentamiento armado el 9 de marzo de 1810 durante la guerra del Francés. Una vez en el otro margen del río (término municipal de Vila-real), continuaremos nuestro recorrido y pasaremos por debajo del siguiente puente de reciente construcción, dejando las torres de la luz a la izquierda. Desde aquí ya podemos observar en el otro lado las boqueras, la Rambla de la Viuda (afluente del Mijares) y la carretera de Santa Quiteria. Continuaremos por el lado de Vila-real hasta encontrar un camino a mano derecha que atraviesa de nuevo el lecho del río hasta el lado de Almassora y que comunica con la subida a Santa Quiteria. Este camino está a la altura de unos grandes chopos. Desde este cruce de caminos podemos acercarnos hasta el actual azud de Almassora que data de 1895 y cuya finalidad es sacar agua del río Millars para el riego de la huerta de la Plana. Después volveremos sobre nuestros pasos y cruzaremos el río hasta la subida de Santa Quiteria, a la altura de un par de boqueras. Una de ellas conserva las escaleras y se puede subir y ver la parte interior. Acabaremos nuestro recorrido en el magnífico paraje natural de Santa Quiteria que alberga la Ermita de la Santa y el puente medieval del S. XIII.

EL RIU AVALL.

Desde el núcleo urbano accedemos al cauce del Mijares a través de la calle del Pilar, por la zona del Paretó (una obra de defensa frente a las avenidas del río). Allí seguimos un camino de tierra en dirección sur, acompañado de una agrupación de olmos a nuestra izquierda, hasta llegar al camino asfaltado de La Molineta, que nos conduce hasta el paso de La Pila.

Este paso cruza el lecho del río hasta el margen derecho, junto a los restos de un pilar del Pont de les 3 Viles (puente gótico del s. XIII), conocido popularmente como La Pila.

En este punto, donde ya vemos el puente de Burriana, tenemos dos opciones: cruzar el río para hacer el recorrido por el margen derecho, o seguir recto hacia el puente. Este puente data de 1928 y mide 203 metros).

Siguiendo recto, pasamos el puente, la depuradora de Almassora y nos adentramos ya en el lecho del río (que irá ensanchándose progresivamente). Siguiendo el camino, dejaremos de ver el curso de agua porque un muro de contención nos impedirá la vista. Llegaremos a la zona de las lagunas, desde donde nace otro camino (a mano izquierda) que se desvía para salir del lecho fluvial y remontar a una cota más elevada; este camino marca el límite entre el cauce del río y la huerta.

Las lagunas son tres balsas excavadas, de poca profundidad, cuyo caudal proviene de la depuradora. En esta zona disponemos de una área recreativa habilitada con mesas y también de 2 miradores (1 torre elevada y 1 observatorio para contemplar el curso fluvial sin ser visto por las aves). La zona ha sido regenerada mediante la plantación de diversas especies vegetales, de ribera, acuáticas o aromáticas.

A partir de aquí, el camino discurre por la zona más ancha del cauce, que cuenta con vegetación escasa, pero que sirve de área de nidificación para algunas aves. Así llegamos a un camino que cruza el río entre el término municipal de Almassora (camí del Marjalet) y el de Borriana (camí de la Cossa y alquerías de santa. Bárbara).

En este punto se ofrecen tres opciones para continuar el recorrido:

- a) Seguir el camino que bordea el cauce por el margen izquierdo junto a la zona de huerta. El final de este camino, ya próximo a la zona urbana de la playa de Almazora, conecta con el sendero de Les Goles (SL-26) que nos permitirá recorrer la parte final de la desembocadura, visitando els Alters i les tres goles.
- b) Continuar por el camino que sigue recto y que discurre junto al muro de contención del río. Así llegaremos finalmente al mirador que está situado junto a la Gola Sud, desde donde podemos observar la desembocadura del río en la mar y donde se manifiesta plenamente el Mijares como una autentica zona húmeda.
- c) Cruzar el lecho fluvial hacia el margen derecho (dirección sur) y remontar el río hacia arriba hasta el puente de Borriana y La Pila, volviendo al punto de partida. En este recorrido encontraremos un mirador con vistas al interior del río y más adelante una zona recreativa, ya cerca del camí Carnissers.

La desembocadura se halla cerrada por un cordón litoral paralelo a la línea de costa, formado por depósitos de arenas y gravas de origen continental y marino, creando así un espacio interior, ocupado por aguas embalsadas, que se conoce como "Les Goles". La presencia más o menos permanente de agua ha permitido la existencia de una fauna con una elevada diversidad de especies, algunas de ellas de gran interés para la conservación. La avifauna es el grupo más significativo e importante de este espacio natural, tanto por la diversidad de especies, como por la densidad.

Este lugar ha sido declarado como ZEPA (zona de especial protección para las aves) y LIC (lugar de interés comunitario) por directivas europeas, y también ha sido declarado Paisaje Protegido por la Generalitat Valenciana.

Hasta hace unos años se registraron 207 especies diferentes de animales. Hoy en día, se pueden observar especies tan interesantes como la cigüeñuela y el calamón.

10. Fiestas.

SAN ANTONIO: Nada más terminar la Navidad aparece el día de San Antonio, fiesta ancestral y tradicional por excelencia. San Antonio es uno de los santos más populares en nuestras tierras y su devoción está asociada con el solsticio de invierno, el fuego y los animales. La celebración culmina con la bendición ó “matxà” de los animales, el encendido de la hoguera y el reparto de *les monetes*.

SANTA QUITERIA: En mayo celebramos Santa Quiteria, donde en vísperas del día de la Santa y a lo largo de una semana disfrutamos de la fiesta Mayor de Almassora. Todo comienza con la Cabalgata del Pregón, con desfiles de moros y cristianos, carrozas y bailes folklóricos, todos haciendo lado al Pregonero y a la Reina de las Fiestas. Al día siguiente todo el vecindario va en Romería a la ermita y pasan el día disfrutando de la naturaleza. Luego, ya por la tarde, se vuelve al pueblo acompañando a la Santa en procesión mientras se encienden hogueras a su paso.

El veintidós de mayo es el día de Santa Quiteria, con misa solemne, feria por las calles céntricas y las calderas de arroz en el antiguo emplazamiento del Calvario.

La tradición de las calderas tiene su origen en el reparto de alimentos a los pobres, en el día de la fiesta mayor del pueblo. Hoy en día, este reparto de arroz a los "pobres de solemnidad" ha traspasado su función primera, adquiriendo un sentido comunitario con el reparto a todos los vecinos y visitantes. Nuestro arroz se hace en calderas de cobre, y desde siempre este acto ha tenido como escenario el Pla del Calvario. En otras épocas se cocían las calderas entre los nichos del vía crucis del Calvario, y que una vez destruido y convertido en calles, se hacen delante del Ayuntamiento, al lado de donde se hacían tradicionalmente.

Se completan las fiestas con una semana repleta de actos culturales, deportivos, actuaciones musicales y el toro por la Vila como eje central de la fiesta.

Fiesta declarada de Interés Turístico Provincial.

SEMANA SANTA: La Semana Santa de Almassora se caracteriza por las tradicionales procesiones, en las que el silencio es el principal protagonista. No obstante, el domingo de resurrección por la mañana, Almassora es una fiesta con música de banda, fuegos artificiales, suelta de palomas, etc.

Destacan los tambores de Pasión, que durante una hora los tambores y bombos no paran de tocar un único ritmo al unísono, se reúnen cada Jueves Santo.

SAN JUAN: La noche del 24 de junio se celebra la noche de San Juan, cuando en la playa de Almassora se encienden las tradicionales hogueras.

Es la noche "mágica" en la que se mojan los pies en el mar y se piden deseos. El paseo marítimo es una fiesta animada por la música y los fuegos artificiales.

FIESTAS VIRGEN DEL ROSARIO: Junto con las de Santa Quiteria, conforman las fiestas patronales de nuestra población.

Una semana repleta de actos culturales, deportivos, infantiles y musicales. Destacan los toros por la calle dentro del casco antiguo de la población. También es famoso el "Sopar de Pa i Porta" una cena popular que consigue reunir cada año a más de 5000 personas en la plaza del pueblo y que está amenizado por una magnífica orquesta. En definitiva, unas fiestas participativas para estar en la calle y vivirlas.

11. Otros eventos:

Mercado Sant Andreu.

El Rey Martín el Humano autorizó el 6 de mayo de 1398 en Zaragoza que Almassora celebrara una feria anual con una duración de 22 días y que comenzaba el día de Todos los Santos, coincidiendo así con la feria de Castellón. Así pues, el Rey Martín corrigió el 8 de octubre de 1401 la similitud de las fechas i ordenó estando en Segorbe, la modificación de los días de la feria almassorina que tenía que comenzar el 30 de noviembre, día de San Andrés, manteniéndose la duración. La decisión fue ratificada por el rey en Valencia el 30 de junio de 1402.

Desde entonces y con dos poblaciones cuyas ferias se celebraban casi consecutivamente, la de Almassora fue adquiriendo una gran importancia con lo que respecta a los productos de la huerta, el cáñamo, herramientas de campo y sobre todo en cuanto a seda, frutas, cereales, aceite y vino.

Así pues, por octavo año consecutivo, recuperamos estas fechas que recrean aquella feria de Almassora, con el ambiente de fiesta, música, teatro, oficios casi perdidos y venta de productos artesanales, para dar así a la Vila la vitalidad que se merece como verdadero centro histórico de Almassora.

Feria del comercio.

Almassora realiza diferentes ferias para conmemorar y potenciar el comercio del municipio. En ellas se realizan actividades comerciales y de ocio.

Actividades culturales a lo largo del año

Realización de diversas actividades lúdico-culturales a lo largo de todo el año.

De los recursos mencionados cabe destacar que Almassora cuenta con 5 monumentos declarados Bien de Interés Cultural: el Castillo, Pont Nou sobre el río Mijares entre Almassora y Vila-Real (Almassora, Vila-real), Puente de Santa Quiteria (Almassora, Vila-real), Castillo, Recinto Amurallado de Almassora y el yacimiento arqueológico Torrelló de Boverot.

Además existen 18 Bienes de relevancia Local: Banco de Valencia, Caja Rural, Sindicato Agrícola San José, Casa de les Reixes, Boqueras, Casa del Médico Castell, Ermita de San Antonio, Espacio de Protección Arqueológica Benifeli, Espacio de Protección Arqueológica Caminás y alrededores de San Antonio, Espacio de Protección Arqueológica Forcall, Espacio de Protección Arqueológica Pla de Museros, Espacio de Protección Arqueológica Sant Josep, Espacio de Protección Arqueológica Terrases de Pont Nou, Espacio de Protección Arqueológica Vía Augusta, Espacio de Protección Arqueológica Vila Seca, Iglesia Parroquial de la Natividad de Nuestra Señora, Mercado Municipal, Porxes, Puente de la Rambla, Teatro Serra.

5.6. Percepción de los Agentes Sociales sobre el Turismo

Analizados los datos aportados por los participantes, en relación a la colaboración público-privada, los agentes sociales opinan, de forma casi unánime, que la colaboración público-privada turística posee una importancia muy elevada.

Sin embargo, la situación actual de la colaboración público-privada en Almassora, en opinión de los agentes sociales, se encuentra poco desarrollada

El asociacionismo empresarial en el sector turístico posee una importancia elevada, sin embargo, la situación actual del grado de asociacionismo empresarial, según los agentes sociales, se encuentra en un desarrollo reducido.

Los agentes sociales opinan que la cooperación entre concejalías tiene una importancia elevada, no obstante, la situación actual de la cooperación entre concejalías en Almassora, según los agentes sociales, posee un grado de desarrollo bastante bajo, debiendo crearse mecanismos catalizadores para un mejor funcionamiento.

5.7. Análisis Oferta Turística

El análisis de la oferta turística básica, es un fiel reflejo de la situación turística del destino Almassora en la actualidad. A pesar de las posibilidades que puede ofrecer, no existe una oferta de alojamiento con capacidad suficiente para configurar en base a la misma un modelo turístico basado en las pernoctaciones.

La oferta carece de configuración turística y está pensada para dar servicio de alojamiento a la persona que ya se ha decidido por ese destino, pero no como generadora de demandas.

En el Sector Alojamiento, en la actualidad Almassora cuenta con dos establecimientos hoteleros y un total de 36 plazas regladas, pero es necesario tener en cuenta las plazas de segunda residencia y no regladas.

Resulta necesario el incremento, la cualificación y ampliación de oferta de alojamiento.

Cabe destacar la construcción de numerosas viviendas turísticas en la zona de la Playa de Almassora, pero que debido a la crisis y la paralización de los sectores, entre ellos la construcción, no ha conseguido poner estos alojamientos turísticos en el mercado, siendo en estos momentos una de las cuestiones a plantear por el grave deterioro de la imagen turística producida en la zona.

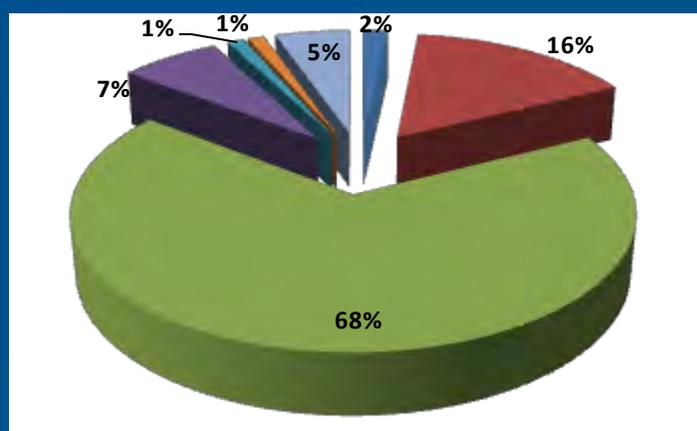
Frente a esta situación, se observa que las viviendas de uso turístico más antiguas, están siendo rehabilitadas para su uso.

En la zona de la Playa de Almassora, se plantea la posibilidad de establecer una zona de Caravaning, así como el establecimiento de camping, de modo que se desestacionalice lo más posible la actividad turística y se amplíe el número de plazas de alojamiento.

La ampliación del número de plazas de alojamiento resulta importante para poder posicionar Almassora como destino turístico de la Comunitat Valenciana.

En relación a la oferta de Restauración, Almassora cuenta con tres restaurantes de dos tenedores, 27 restaurantes de un tenedor, 116 cafeterías y bares, 12 cafeterías y bares, y 12 pubs.

Número Establecimientos Turísticos



- 3 Rest dos ten
- 27 Rest un ten
- 116 Cafet, Bares
- 12 Pubs
- 2 Hoteles
- 2 Aloj extrahot
- 9 Otros serv alim

De esta información, se constata la inexistencia de plazas de restauración de categoría superior y escasez de plazas de restauración en Eventos de afluencia masiva. Y existe un denominador común a la mayoría de la oferta que es la escasa orientación a la oferta turística, sólo algunos de los establecimientos situados en la zona de la Playa de Almassora ofrecen una oferta turística orientada a la demanda. Se observa la evolución de algunos de ellos en cuanto a la modernización de las instalaciones, la apuesta por la calidad en el servicio, así como la oferta gastronómica y renovación de cartas. En general se requiere de una mayor apuesta en relación a la configuración de la gastronomía desde la perspectiva turística. Es casi inexistente la oferta de restauración, que por sí misma pueda servir como excusa de consumo turístico, estando orientado a un consumo por el cliente local principalmente y no en la generación de una experiencia gastronómica.

La presencia de la materia prima local (quesos, miel, licores, cítricos etc...) es escasa en las cartas y desde luego es mínima la propuesta en carta de platos típicos del destino. No existe una propuesta gastronómica con valor diferencial y el sector no interactúa entre sí debido al desconocimiento de los propios establecimientos.

Destaca el papel de las Asociaciones en la organización de eventos con repercusión turística, si bien se considera por el sector que la existencia de una agrupación empresarial de turismo favorecería los procesos de cohesión y comunicación del sector entre sí y con la administración pública.

En lo que a oferta complementaria se refiere, no existen empresas de actividades o experiencias turísticas, se trata de una oferta inexistente para el mercado, ya que no está cohesionada ni comunicada.

La oferta de Museos, se ve limitada por las circunstancias económicas, por lo que los horarios de apertura están muy limitados y la oferta poco estructurada a las necesidades de demanda actuales.

Las actividades culturales realizadas son un complemento al turista, pero no disponen de atractivo y/o comunicación suficiente para generar una afluencia turística por sí mismas.

5.8. Análisis Demanda Turística

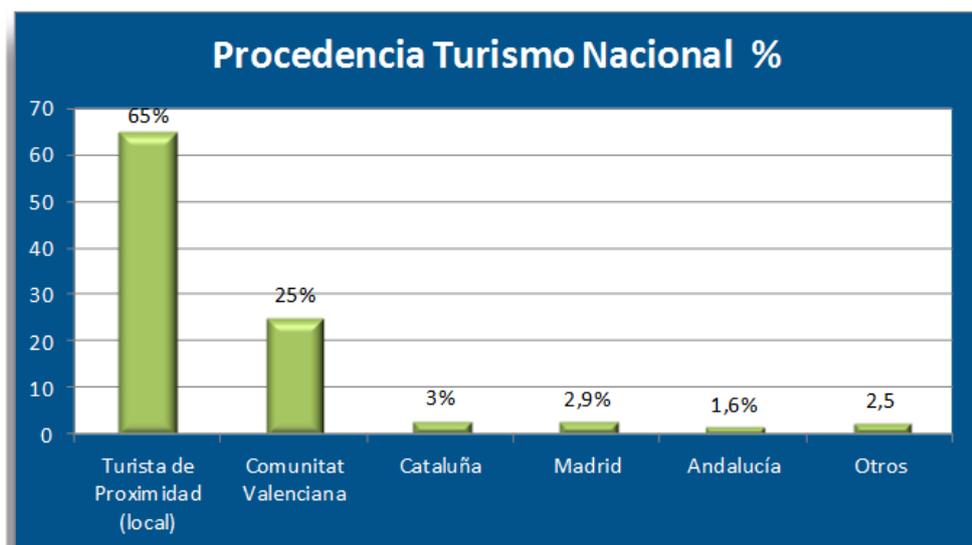
El análisis de la demanda se ha realizado mediante la información facilitada desde la Concejalía y contrastada en las sesiones de trabajo con el empresariado y asociacionismo local, al carecer de datos estadísticos fiables.

Almassora cuenta básicamente con un visitante de día que viene motivado por algún evento realizado en el municipio, pero que no pernocta y el tiempo que pasa en el destino es reducido.

Aumento de la afluencia de visitantes desde municipios de proximidad.

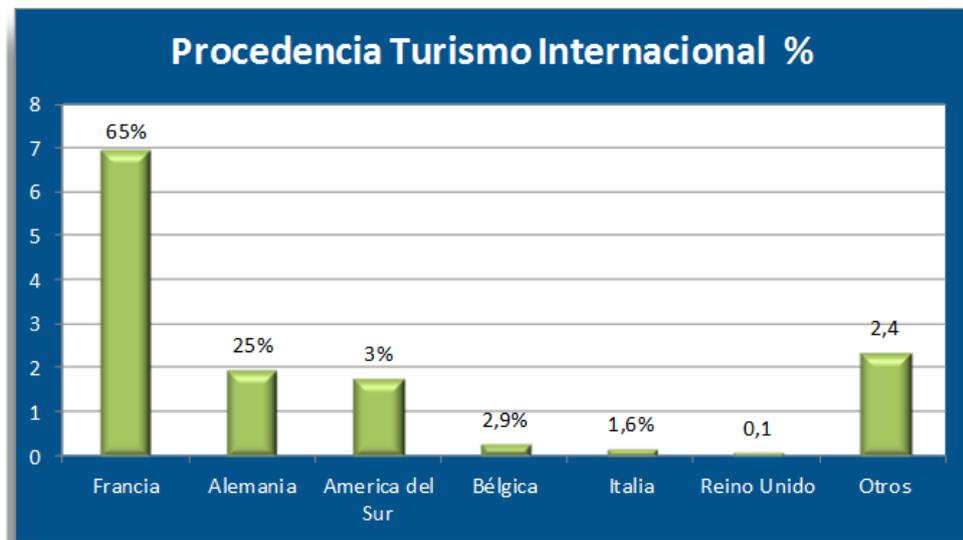
Las segundas residencias o vacacional, son ocupadas por vinculaciones familiares

En relación a la procedencia del turista que visita Almassora, Fundamentalmente es turista de proximidad (local) estimado en un 65%, seguido del visitante de origen Nacional procedente de Comunidad Valenciana en un 25%, Cataluña 3%, Madrid 2,9%, Andalucía 1,6%, Aragón, Murcia, Castilla-León, Galicia y Navarra.



Existe una aproximación entre el total de visitantes nacional e internacional, siendo éstos ligeramente superiores en número.

Proceden fundamentalmente de Francia 7%, Alemania 2%, América del Sur 1,8%, Bélgica, Italia y Reino Unido.



Por lo general, el desplazamiento lo realizan en vehículo propio, principalmente cliente individual o en grupo reducido, debido principalmente a lo escaso del posicionamiento del destino, del grado de profesionalización de su oferta y de la capacidad de acogida de la misma.

5.9. Análisis Soportes Comunicación y Comercialización

Almassora si bien dispone de una marca turística, la misma no se halla implantada de forma eficaz en la comunicación y su uso en soportes de comunicación es diverso y confuso.

En la actualidad no se dispone de soportes de comunicación turística. Con anterioridad se editó material turístico, que desde hace unos años dejó de invertir en comunicación y promoción turística, siendo este el momento en el que se ha retomado la apuesta por la cualificación y posicionamiento del sector turístico de Almassora.

En las búsquedas realizadas en internet, el destino no figura posicionado, lo escaso de la oferta de alojamiento o restauración orientada al turista también condiciona la mínima presencia del destino Almassora en los canales de comunicación o comercialización turística, siendo escasa o casi inexistente la referencias al destino.

Almassora carece de soportes físicos de comunicación atractivos. En lo relacionado con las estrategias de comunicación y comercialización del destino, puede comentarse como resumen principal que en los últimos años no existe estrategia alguna en este sentido, lo que sin duda es otro de los motivos por los que el destino cuenta con el actual posicionamiento en el mercado.

6. Análisis DAFO

Mediante la realización del DAFO; estamos ante la herramienta analítica iniciadora del planteamiento estratégico, que permite que nos hagamos un esquema, con el que realizar un análisis correcto de la situación competitiva del destino. Así, el método del análisis DAFO consiste en analizar el contexto competitivo del destino desde dos vertientes o entornos: externo e interno.

La primera vertiente sería aquella en la que el destino señala las amenazas y oportunidades que se dan en el sector en la que se mueve (entorno externo de la empresa), debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, pero siempre anticipándose a las mismas. Aquí entra en juego la flexibilidad y lo dinámico que llegue a ser el destino, para lo que deberá definir las fronteras donde se va a mover, y cómo van a ser los competidores contra los que se va a tener que enfrentar.

La segunda vertiente analiza las **fortalezas y debilidades del destino** (entorno interno de la empresa), según las circunstancias en las que se mueve la competencia de una manera individual, pero basándonos siempre en hechos objetivos o reales. Aquí realizamos el análisis de los recursos y capacidades, considerando una gran diversidad de factores.

Debilidades.

Infrautilización del paisaje natural, Accesos deficientes, Falta equipamiento público y señalización, escasos o inexistentes horarios de visita a los recursos, Estructuración de los eventos concentrada en un solo punto, Escasez en la potenciación de la oferta de ocio y complementaria, no disponer de imagen de destino turístico, Escasez de plazas hoteleras, oferta comercial y servicios e infraestructuras en playa, Falta de concienciación por parte de la población local.

Coexistencia de dos tipologías de demanda con posible conflicto de intereses (turismo vacacional vs. turismo residencial), Nivel de gasto bajo, Carencia de adecuada oferta de zonas verdes y de recreo, Insuficiencia de plazas de aparcamiento determinadas zonas, Inadecuada señalización, Imagen poco atractiva y adecuación de los accesos, Insuficiente sistema público de transporte y conectividad.

Inadecuada comunicación de actividades (turísticas, culturales...) tanto a turistas como a los empresarios turísticos y población local, Deficiente integración empresarial (poco asociacionismo...).

Amenazas.

Pérdida de dinamismo, Visitantes, y Servicios, Proximidad a otros destinos turísticos con los que se puede entrar en competencia.

Carencia de equipamiento adecuado, planificación turística, programación de actividades lúdicas coordinadas, Falta de desarrollo de la oferta de suelo turística.

Pérdida de competitividad ante municipios colindantes y próximos.

Fortalezas.

Parajes naturales, valores paisajísticos, Centro Histórico, Playa, Museos, Fiestas, Eventos locales de atracción comarcal, recursos de naturaleza, culturales, de eventos, arqueológicos, gastronómicos, Industriales y agroalimentarios.

Buena satisfacción de la demanda.

Toma de conciencia sobre la problemática turística por parte de responsables políticos, técnicos y agentes sociales, Valoración positiva de integrar e involucrar a los agentes sociales en el Plan Estratégico de Turismo.

Oportunidades.

Complementariedad entre los propios recursos con los recursos del entorno, Posibilidades climáticas para alargar la temporada,

Confianza por parte de los agentes sociales en los recursos y potencialidades del municipio.

Captación de nuevos segmentos de demanda, Posibilidad de desarrollo de producto de naturaleza, cultural, industrial, agroalimentario,....., Celebración de ciertos eventos con gran poder de convocatoria, Adecuación para el aprovechamiento de los recursos naturales para usos turístico-deportivos de naturaleza.

Captación de turistas de paso, como municipio de "parada" de turistas que se eligen como destino turístico zonas cercanas, Plan Estratégico de Turismo como marco de coordinación, información y contacto entre diferentes agentes sociales del municipio, Creación de nuevo organigrama de gestión turística.

7. Modelo de Desarrollo Turístico

Almassora es una población costera situada a 4 km. al sur de Castellón. Su franja litoral se sitúa a unos 5 km. de su núcleo urbano y su término municipal alberga numerosos emplazamientos de gran interés histórico y cultural.

En Almassora convergen diversos atractivos turísticos que combinan el ya tradicional turismo de sol y playa con el turismo cultural, presente en su casco antiguo y en el Paraje de Santa Quiteria. Todo ello caracterizado por su tranquilidad tan difícil de encontrar actualmente en un pueblo costero.

El litoral de Almassora consta de dos playas: la de Benafelí y la del Pla de la Torre, alternándose los tramos de arena fina con otros de cantos. Estas playas destacan por su poca masificación y su cuidado, frecuentada por bañistas y aficionados a la pesca. Además dispone de un buen número de servicios, como Cruz Roja, restaurantes, aparcamiento, punto de playa accesible, consultorio médico, biblioteca de verano, etc.

Otro de los puntos de interés que despierta la costa almazorense es la desembocadura del río Millars que comparte junto con la población de Burriana y Vila-real. Esta desembocadura es un espacio natural de un gran valor ecológico por tratarse de una zona húmeda que se encuentra situada en la bella mitad de la comarca de la Plana. Además de estar protegida ya como ZEPA (Zona de Especial Protección para las Aves) y LIC (Lugar de interés comunitario) por directivas europeas, ha sido declarado recientemente Paisaje Protegido por la Generalitat Valenciana (2005).

La salida del río al mar suele estar cerrada por un cordón litoral de gravas, hecho que provoca la presencia de lagunas de agua permanente, formando un delta de tres brazos, que son conocidos como los Goles y en donde se pueden observar diferentes especies de aves.

Dejamos la costa para adentrarnos en su casco antiguo o Vila, fundación cristiana del siglo XIII y en el que encontraremos, además de un trazado intacto de estrechas calles perpendiculares típico de la Reconquista (1240), una serie de edificios y emplazamientos históricos.

Entre ellos destacamos el edificio de la Murà que alberga restos de muralla de los siglos XIV-XV; la iglesia de la Natividad de 1691; la Plaza Mayor con los arcos medievales del siglo XIV. Por último, pero no por ello menos importante dentro del recorrido incluiremos el Museo municipal, un espacio abierto al conocimiento de nuestros orígenes. De carácter arqueológico y rodeado de un entorno rico en edificios eclécticos de gran interés, en él se da a conocer una muestra de los trabajos arqueológicos llevados a cabo en el Torrelló del Boverot y su necrópolis. Este asentamiento situado en la parte oeste de nuestro término municipal a orillas del río Millars, nos ha dejado vestigios de sus pobladores que se remontan al siglo VIII a.C.

Atrás queda el núcleo urbano para adentrarnos en el Paraje de Santa Quiteria, emplazado como no podía ser de otra manera a orillas del río Millars. Es en este marco de incomparable belleza donde se encuentra la Ermita de nuestra Patrona Santa Quiteria, junto a otros elementos interesantes como son el Azud, el Pantanet y el Puente medieval.

Situada en el margen izquierdo del río, encontramos los primeros indicios de la existencia de una iglesia en 1330. En el siglo XVII empieza la construcción del actual edificio sobre los restos de la ermita medieval, pero las obras son paralizadas durante la guerra de Sucesión. A comienzos del siglo XIX durante la guerra napoleónica fue ocupada por los franceses destinándola a hospital militar y no fue habilitada para el culto hasta 1829.

El puente medieval, situado junto a la ermita es una obra civil de gran importancia no sólo porque es contemporánea al Rey Jaime I, sino porque también representa un ejemplar de puente gótico único en la Comunidad Valenciana.

Un poco más abajo nos encontramos con el Azud, obra realizada en 1895 y que canaliza el agua de riego a Castellón y Almassora. Su finalidad es sacar agua del río para el riego de la huerta de la Plana. A parte de la presa de desviación, el edificio, con unos muros que alcanzan 6 metros y la maquinaria para el manejo manual de las compuertas, son la parte más destacable del Azud. El resultado es una obra de ingeniería práctica y artística por los detalles de las cornisas redondeadas, las piedras repicadas o los plafones en relieve. Las aguas del río son captadas a través de tres arcadas laterales donde comienza la acequia minada, excavada en el margen izquierdo del río.

Y un último elemento arquitectónico, el Pantanet, inaugurado en 1985 con una capacidad de 400.000 m³ y dotado de una presa de 106 metros de largo, tiene como objetivo retener el agua del río para evitar que los agricultores tengan que regar por la noche.

El término de Almassora cuenta además con un amplio patrimonio de ermitas como la de San Antonio del siglo XVIII, en el cruce del "Camí la Mar" y el "Caminás de Sant Antoni". Consta de una fachada con dos arcos que abren un estrecho vestíbulo, donde encontramos dos puertas, la de la ermita y la de la casa del Ermitaño y rematada con espadaña y cúpula.

Otras ermitas son las de San José, de 1912, situada en el Camino Benafelí y con una campana fechada en el año 1725.

La ermita del Roser del Mar en la playa es de construcción más moderna, y la de San Juan Bautista también en la playa fue inaugurada en 1960, edificada sobre una antigua capilla abandonada después de la guerra civil.

Almassora con su posicionamiento estratégico de proximidad, en especial a Castellón y su área de influencia, puede incrementar notoriamente la afluencia de turistas, aunque la situación en este momento es la normal para un destino donde el turismo no ha sido una actividad prioritaria.

7.1. Objetivos del Desarrollo Turístico

Sobre la base para reorientar un destino con potencial turístico hacia un nuevo posicionamiento más equilibrado en el sector, mediante una Planificación turística diferenciada y sostenible, para diversificar, orientar, cualificar y dinamizar la actividad turística, en un contexto de calidad de vida beneficioso para residentes y turistas, este Plan, deberá llevarse a cabo partiendo del planteamiento de una serie de objetivos operativos que han dado lugar a los programas estratégicos y acciones que permitirán la puesta en marcha del Plan. Dichos objetivos operativos son:

- Concebir el turismo como una de las políticas estratégicas en la política municipal.
- Sensibilizar a la población local sobre la importancia del turismo.
- Instrumentar un sistema de gestión turística permanente que permita afrontar los retos de la nueva etapa.

- Crear de la imagen de marca turística y plan de comunicación que permita la penetración del producto turístico de Almassora en el mercado.
- Alcanzar el máximo o consenso entre los agentes políticos, sociales, turísticos y la población local.
- Mejorar la calidad de vida de la población local.
- Creación y diversificación de Producto Turístico adaptado a las necesidades de la demanda.
- Posicionar el destino turístico Almassora en el mercado de la Comunidad Valenciana.
- Sensibilización de los agentes del sector tanto público como privado.
- Estructuración del producto y profesionalización de la actividad.
- Puesta en valor turístico patrimonial.
- Promoción y comunicación de los productos en los mercados objetivos determinados por el Plan.
- Gestión para la puesta en marcha del Plan.

8. Elaboración del Diagnóstico

Como paso previo a la definición del Plan Estratégico de Turismo se considera imprescindible la realización de un diagnóstico sobre la actual situación de la puesta en valor del producto turístico o de los productos que puedan existir vinculados.

Como conclusión final de éste proceso de análisis y diagnóstico del destino Almassora, puede considerarse que su situación es la propia de un espacio en el que el turismo no ha supuesto una estrategia clara y decidida desde hace años. Considerando su actual situación de partida y teniendo en cuenta que Almassora impulsa un nuevo proceso a través de éste Plan Estratégico de Turismo, el escenario presenta una perspectiva esperanzadora ya que como se ha podido constatar en las líneas anteriores el municipio dispone de recursos con capacidad de estructurar productos capaces de atraer demanda de interés, si todo esto se realiza de manera profesional, coordinada, consensuada y en sintonía con la iniciativa privada.

Ante esta situación las actuaciones se han planteado a corto y medio plazo y a medio y largo plazo.

A corto plazo se realiza el planteamiento estratégico para conseguir una mayor afluencia de visitantes, que permanezcan más tiempo en el destino y generen un mayor nivel de gasto, todo ello mediante la puesta en valor turístico de los productos de naturaleza, agroalimentarios y cultural vinculado especialmente a Museos, la mejora en la puesta en valor de sus atractivos y la adecuación turística de sus establecimientos, adaptados a la demanda.

Por su proximidad a núcleos urbanos como Castellón, Valencia, sus áreas metropolitanas y el área interior, le permite disponer de un considerable número de posibles consumidores a los que tan solo se les debe proponer motivos singulares para atraerlos en la visita de día. Debe considerarse que esta visita tiene que facilitar el gasto sobre el destino (no será tan importante el número de visitantes si no el gasto que este realice).

Será prioritario para ello, trabajar en la imagen y percepción del destino, la mejora en la puesta en valor de la oferta y sobre todo la adaptación de parte de la incitativa privada a las necesidades de la demanda turística serán sin duda, condicionantes a solventar para facilitar éste proceso: horarios, singularidad de los productos ofrecidos, fórmulas de atención al visitante, etc.

El medio y largo plazo está orientado a generar mayores pernотaciones, mayor aumento de la estancia y la llegada de consumidores de destinos no próximos, atraídos por la consolidación de la puesta en valor de sus productos.

Tras configurar el producto y sensibilizar a la oferta, se estará en disposición de atender la demanda turística e impulsar esta nueva etapa turística mediante los valores consolidados entorno a su naturaleza, sus recursos agroalimentarios y gastronómicos. La consolidación de la oferta empresarial, la profesionalización de la iniciativa empresarial turística y no turística y desde luego el desarrollo de una estrategia de comunicación selectiva serán básicas para poder acometer con garantías esta segunda etapa a situar en el medio y largo plazo.

8.1. Configuración de Producto

El destino Almassora en la actualidad, determinará sobre la base de los argumentos de producto planteados para el destino en su plan estratégico, los principales recursos/productos asociados.

Es importante discernir entre recursos naturales, culturales, patrimoniales o de ocio de los que verdaderamente podrán constituirse en componentes de los principales productos turísticos de carácter transversal ya validados en su plan estratégico.

En ese proceso de selección se considerarán el valor que ese recurso supondrá en el conjunto del destino al objeto de reducir la generación de un listado de recursos de difícil consumo por parte del turista y sin vinculación alguna con los argumentos de consumo ya considerados.

Se seleccionarán los recursos con vinculación a los argumentos y por ende con conexión.

Se determinará a su vez propuestas de productos asociados a los argumentos que se estén impulsando desde la iniciativa privada del destino. Como en el caso de la oferta de recursos públicos se incluirán aquellos que verdaderamente puedan ser consumidos en este momento por los visitantes, por tanto que puedan disponer de horarios claros de apertura, información turística y vinculación con la demanda turística entorno a los argumentos propuestos por el plan.

Dentro de estos productos podrán incluirse tanto aquellos que son de consumo atemporal como aquellos que sólo son consumibles en fechas determinadas. Se considerará el interés de poder estructurar productos entre iniciativas probadas de más de un municipio que puedan incentivar la circulación.

En Almassora como argumentos para la configuración del Producto, destacan los vinculados a producto agroalimentario con vinculación a la gastronomía, el de naturaleza asociado al agua (riu Millars) como valor diferencial, el activo tanto en lo referente a las opciones de espacios naturales y eventos vinculados al turismo activo como al aprovechamiento de eventos culturales (Museos) para la generación de atractivos culturales y, finalmente, el patrimonio histórico como provocador de demandas o como complementario de los anteriores.

Debe entenderse que los argumentos, son propuestas que deben motivar la visita y por lo tanto, deben ser tangibles en los soportes de comunicación como: folletos, web, señalización etc. A su vez debe considerarse que podrán existir recursos, oferta y atractivos que puedan aparecer en más de un argumento de consumo del destino.

Los Productos turísticos planteados para el destino Almassora, en base al análisis realizado son:

-Turismo de Naturaleza, vinculado especialmente al componente del agua, riu Millars y Playa de Almazora.

-Turismo Cultural, vinculado a los Museos (Municipal, Juguete y Parroquial), la Vila y los elementos detallados en el apartado de recursos.

-**Turismo Industrial** agroalimentario, vinculado a la citricultura, el queso, la miel, el licor, la cerámica y el jabón.

-**Turismo Gastronómico**, vinculado al agroalimentario y a eventos gastronómicos como "Les Calderes".

Además de determinar los componentes, es necesario cohesionar la oferta y homogeneizar su calidad. Se considera más adecuado comunicar en el cliente de proximidad y si finalmente la propuesta se pretende realizar en mercado más lejanos, se recomienda actuar sobre nichos y no sobre cliente final.

Los eventos agroalimentarios de elevado valor argumental, necesitan mejorar su puesta en valor turística, su comunicación debe estar planificada y ejecutada sobre sus principales mercados emisores, apoyándose en los canales institucionales que pueden colaborar en su difusión.

8.2. Mercados y Públicos

Una de las líneas prioritarias de trabajo es adaptar la oferta a las diferentes demandas existentes, de modo que puedas realizar las campañas de promoción y comunicación de la manera más rentable posible.

En este caso conocer y dimensionar correctamente el mercado objetivo facilitará, orientar sobre ellos las inversiones de comunicación previstas.

Atendiendo a un análisis previo de demandas y de potenciales de crecimiento en el corto y medio plazo se consideran oportunos para los productos a consolidar los siguientes mercados:

Turistas de Castellón y provincia, residentes Castellón Ciudad y área metropolitana, turistas de Valencia ciudad y provincia, residentes de Valencia ciudad y área metropolitana.

Por otro lado, en media distancia se propone nichos de segmento en destinos como Madrid o Barcelona.

Por su parte la estrategia de públicos irá orientada a cliente individual o grupo reducido cuya motivación principal sea la escapada de un día sin alojamiento o dos días con alojamiento, desde el consumo en clave de ocio de un espacio turístico.

9. Programas y Actuaciones

Sobre la base de las principales conclusiones del análisis de partida se procede a definir; principales estrategias de desarrollo del destino, de planificación, configuración de producto, comunicación, comercialización,....

Sobre la base de los resultados obtenidos en la primera parte del trabajo se está en disposición de definir un adecuado plan capaz de responder en su totalidad a las necesidades del destino Almassora. Se define el proceso por el cual se llegarán a alcanzar los objetivos planteados y se posicionará. En este punto se ha diseñado una propuesta de trabajo que permita a los gestores organizar su puesta en mercado sobre la base de criterios puramente técnicos que buscan optimizar los esfuerzos e inversiones que se realicen.

Las líneas estratégicas se subdividen en acciones previstas. Estas últimas se detallan a través de la descripción de las mismas, una orientación al presupuesto previsto, así como una aproximación al calendario previsto de ejecución que se estructura según el grado de prioridad de la medida y la envergadura de la misma.

Algunas de las medidas propuestas se consideran prioritarias y de ejecución inmediata (a iniciar o desarrollar en el primer año de vigencia del plan), estas se relacionan específicamente más adelante.

Sin embargo, se proponen un gran número de actuaciones que deberán ser analizadas detenidamente antes de su puesta en marcha por tener un elevado grado de complejidad en su ejecución, por exigir de un elevado coste de realización, por existir la posibilidad de que cambien las condiciones para su desarrollo, etc.

Es por todo ello por lo que se sugiere una revisión y replanteamiento de las actuaciones al cierre de cada ejercicio presupuestario para la inclusión en el siguiente presupuesto de aquellas que se consideren prioritarias. En otros casos existe un elevado grado de dependencia con respecto a otras administraciones, por lo que la responsabilidad del Ayuntamiento de Almassora o de la concejalía correspondiente no será tanto la ejecución de las medidas propuestas como la mediación para que puedan realizarse.

Con objeto de obtener una aproximación a las necesidades presupuestarias de cada una de las medidas propuestas se ha establecido un sistema en el que se sugieren tres niveles de inversión para las medidas de aplicación:

1. Exigencias presupuestarias bajas. Entre 600 y 6.000 €
2. Exigencias presupuestarias medias. Entre 6.000 y 60.000 €
3. Exigencias presupuestarias altas. Entre 60.000 € y 600.000€

En lo que respecta a la priorización y plazo de ejecución, se ha establecido un horizonte temporal mínimo para la puesta en marcha de las actuaciones de cinco años.

De esta forma se diferencia entre aquellas medidas que deben tener una ejecución inmediata (señalándose un segmento sobre cinco posibles), de aquellas que pueden aplicarse a medio plazo (entre dos y cuatro segmentos marcados), y de las que necesitan del total del periodo de vigencia del plan para su puesta en marcha o desarrollo, en el caso de que deban ser medidas continuadas en el tiempo (cinco segmentos marcados).

Una vez identificados los Ejes Estratégicos, los Programas y las Actuaciones para alcanzarlos, se inicia un proceso de selección de proyectos estratégicos prioritarios a partir de las aportaciones realizadas en el proceso de elaboración.

Después de varias sesiones de trabajo, inicialmente en las Mesas sectoriales del Plan Estratégico, y posteriormente en diversas reuniones mantenidas se ha procedido a la selección de un conjunto de actuaciones prioritarias, extraídas del conjunto de proyectos estratégicos identificados y consensuadas nuevamente.

Los criterios utilizados para la selección de estas actuaciones estratégicas que servirán de motor para finalmente implementarse con la totalidad de las actuaciones del Plan, son los siguientes:

Transversalidad. Es decir, incidencia / repercusión en el conjunto de ejes estratégicos y objetivos, así como su capacidad para estructurar y configurar.

Economía: aprovechamiento de todas las sinergias del municipio y su compatibilidad con la actividad presupuestaria de la actividad.

Impacto. Incidiendo en los aspectos clave definidos en el Plan:

Rejuvenecimiento.

Sostenibilidad.

Fomento de las relaciones en la Comunidad Urbana.

Proyección de la imagen del municipio.

Generación y desarrollo de actividades económicas en sectores considerados relevantes.

Mejora de la calidad de vida de la población.

Fomento de la cohesión social.

Capacidad de tracción. Entendiendo como tal su carácter dinamizador, movilizador, innovador, así como relevancia e importancia.

A continuación se procede a efectuar una breve descripción de las actuaciones motoras del Plan.

9.1 Actuaciones a implantar en la primera anualidad del Plan

A continuación se detalla las actuaciones a determinar su implantación durante la primera anualidad del plan, teniendo en cuenta que la dotación presupuestaria, para ello estará establecida como Alta.

Las actuaciones, según el número correspondiente al Plan son:

- 1 Presentación pública del "Plan Estratégico de Turismo".
- 2 Creación de la Comisión de Seguimiento.
- 3 Campaña de divulgación sobre la importancia del turismo en Almassora para empresarios turísticos, emprendedores y población local.
- 4 Jornadas de Sensibilización Turística para Gestores Municipales.
5. Campaña de difusión del Plan Estratégico de turismo.
6. Reuniones periódicas con Agentes Sociales Sector Público-Privado.
7. Actividades Formativas para empresarios y emprendedores turísticos.

8. Potenciación del Asociacionismo Empresarial.
11. Plan Integral de Señalización e Interpretación Turística.
12. Creación Espacio Recepción de Visitantes.
14. Potenciación, Interpretación y Creación Rutas Centro Histórico.
15. Estudio de Configuración de Productos Turísticos.
17. Puesta en marcha de Actividades de Calle como recurso turístico.
22. Elaboración Agenda Eventos Turísticos por fecha, zona y producto.
27. Diseño nueva Imagen de Marca Turística y Manual de Identidad Corporativa.
29. Elaboración Banco de Imágenes.
31. Creación nuevos soportes promocionales por productos.
33. Diseño Mapa turístico.
36. Creación Nuevo Organigrama Departamento Turismo.
37. Elaboración Planificación Anual Turística.
38. Implantación de un foro de Turismo Interdepartamental.

ESTRATEGIA SENSIBILIZACIÓN

SENSIBILIZACIÓN		Presentación pública del "Plan Estratégico de Turismo"							
		1	<p>Presentación pública del Plan Estratégico de Turismo donde se den a conocer las principales conclusiones del estudio, así como la definición de las líneas estratégicas a implementar en los años siguientes, su priorización, estimación económica y las actuaciones a desarrollar durante la primera anualidad de implementación del Plan.</p> <p>Esta presentación ayudará a difundir y comunicar entre la población local de forma que facilite la concienciación ciudadana sobre la importancia del turismo para el municipio y ayude a la implementación del Plan.</p> <p>Se propone la realización de la presentación pública con respaldo Institucional una vez finalizado el Plan y consensuadas las actuaciones prioritarias del mismo.</p>						
<p>ESTADO:</p> <p> Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> </p> <p> Fecha: _____ / _____ / _____ </p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número de acciones realizadas, personas participantes en total</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X				

SENSIBILIZACIÓN	3	Campaña de divulgación sobre la importancia del turismo en Almassora para empresarios turísticos, emprendedores y población local							
	<p>Mediante esta actuación se pretende concienciar, informar y orientar a los empresarios y emprendedores turísticos sobre las oportunidades de negocio que presenta la actividad turística.</p> <p>Desde el órgano de gestión del Plan en colaboración con el Ayuntamiento se llevará a cabo sesiones de sensibilización y formación. Inicialmente se propone que las jornadas mínimas consistan en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación del Plan. ▪ Modelo turístico basado en la configuración de productos turísticos, con oportunidades de negocio asociadas al desarrollo del destino, productos turísticos identificados o con potencialidad de ponerse en marcha, etc... ▪ Sensibilizar respecto a la calidad en el sector y su adaptación a las nuevas demandas del mercado: especial incidencia en las nuevas tecnologías. ▪ Fomento del asociacionismo local. 								
ESTADO: Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> Fecha: _____ / _____ / _____									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO:									
Número de jornadas realizadas, personas participantes en total									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X				



OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número de actuaciones realizadas, número de repercusión en medios									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X				



SENSIBILIZACIÓN		Reuniones periódicas con Agentes Sociales Sector Público-Privado							
		6	<p>Consiste en la planificación periódica de unos “desayunos” entre el sector público y privado de forma que se establezca un foro de intercambio de opiniones para mantener la comunicación entre los sectores de forma que mantenga la comunicación y puedan proponerse conjuntamente actuaciones de mejora para el sector turístico.</p> <p>Esta actuación se considera como un vehículo de comunicación, ya que no se dispone de asociación de empresarios turísticos en el destino, por lo que facilita la comunicación y representatividad.</p> <p>De este modo, la continuidad en la planificación y la colaboración público-privada no se verá interrumpida y se mantendrá el interés y expectativas por parte del sector privado.</p>						
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número de reuniones realizadas, número asistentes total</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X				



SENSIBILIZACIÓN		Actividades Formativas para empresarios y emprendedores turísticos							
		7	<p>En esta actuación se plantea la estructuración de un plan anual de formación turística, tanto para empresarios como para emprendedores turísticos.</p> <p>Para ello deberá elaborarse un cuestionario para conocer las necesidades formativas del sector, que durante los primeros años de implantación del Plan Estratégico de Turismo, se centrará en modelos de aproximación a la calidad turística y el conocimiento e implantación de las nuevas tecnologías.</p> <p>De este modo se facilitará que la calidad ofertada por el sector sea uniforme y que los establecimientos turísticos dispongan como mínimo de página web con información adaptada a la demanda, de modo que puedan formar parte del Plan de comunicación y promoción turística.</p>						
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número de actividades realizadas, número asistentes total</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X				

SENSIBILIZACIÓN		Potenciación del Asociacionismo Empresarial							
		<p>El asociacionismo empresarial se ha destacado como elemento fundamental para la conceptualización del sector privado turístico en el destino.</p> <p>Mediante la realización de las jornadas de sensibilización y los foros anteriormente descritos, se apoyará esta actuación.</p> <p>Se realizará unas jornadas de intercambio de experiencias con otros destinos donde el papel del asociacionismo empresarial ha sido un factor importante en la planificación turística del destino, su problemática, sus logros y la trayectoria desarrollada.</p> <p>Se trata de facilitar al sector empresarial disponer de un vehículo organizado de comunicación con el sector público.</p>							
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número de asociaciones constituidas, número asociados total</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X				



NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
		X	Básico		X			



Número de planes realizado, número recursos señalado								
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X			X			



CONFIGURACIÓN PRODUCTO	Creación Espacio Recepción de Visitantes y Tourist Info							
	12	<p>La creación de un Espacio de Recepción de Visitantes, ubicado en el edificio de la Tourist Info Almassora, permitirá adecuar los servicios ofrecidos por la oficina de información turística y ofrecer toda la información al visitante, estructurada en base a productos.</p> <p>Se ofrecerá la información de todas las actividades a realizar y recursos que poder visitar, así como punto de inicio de las visitas guiadas.</p> <p>Asimismo, se completará con un publlirreportaje turístico estructurado por productos, además de paneles explicativos, audiovisual inmersivo y una pantalla táctil de autoinformación, una pequeña tienda y alquiler de bicicletas.</p> <p>También tendrá a disposición del público invidente maquetas específicas sobre producto y textos en braille, así como preparación de contenidos informáticos accesibles a discapacitados auditivos y visuales.</p>						
ESTADO: Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> Fecha: _____ / _____ / _____								
OBSERVACIONES:								
INDICADORES DE SEGUIMIENTO:								
Número de espacios tematizados, número servicios ofrecido								
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X		X				



INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número de elementos/espacios adecuados, número de visitantes total									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES					
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	
	X						X	X	



NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X		Básico	X				



NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
	X		Básico	X				



CONFIGURACIÓN PRODUCTO	16	Realización de Visitas guiadas con aplicación de nuevas tecnologías
		<p>Las nuevas tecnologías permiten disponer de información a través de dispositivos móviles, que realicen la función de guías interpretando recorridos y contenidos.</p> <p>De este modo se plantea la configuración tecnológica de las siguientes rutas:</p> <p>Goles dels Millars</p> <p>Centro histórico</p> <p>Museo municipal</p> <p>Museo del juguete</p> <p>Museo Parroquial</p> <p>Ermitorio de Santa Quiteria</p> <p>Yacimiento Arqueológico Torrelló del Boverot</p> <p>Puente Medieval de santa quiteria</p> <p>Restos del Castillo de Almassora</p> <p>Recorrido del Agua</p>
ESTADO: Proyecto ■ En Ejecución ■ En funcionamiento ■ Fecha: _____ / _____ / _____		



OBSERVACIONES:								
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número de rutas realizadas, número asistentes total								
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
	X		Básico		X	X		

CONFIGURACIÓN PRODUCTO	Adecuación Comunicaciones centro histórico-zona playa								
	19	<p>En esta actuación se propone la realización de las gestiones encaminadas a la adecuación de la vía de acceso entre el centro histórico de Almassora y la zona de la playa.</p> <p>Se recomienda la ampliación y mejora de los carriles de la infraestructura CV-1840. Se propone, además de la mejora en el trazado, que esté dotada de arcén, carril bici y zona para peatones.</p> <p>Esta infraestructura de comunicación es la única que en estos momentos conecta con la zona de la playa de Almassora, por lo que una mejora y ampliación de la misma resulta fundamental a la hora de la potenciación de la zona de costa, para facilitar el acceso a la playa.</p>							
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número de adecuaciones realizadas, número servicios y usos ofrecidos</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
X									X



CONFIGURACIÓN PRODUCTO	Ampliación de Servicios Turísticos en la Zona de Playa y Mejora de la convivencia con el Polígono Serrallo
	<p>La dotación de servicios e infraestructuras en la zona de playa, forma parte de la configuración del producto turístico ofertado.</p> <p>La realización de un paseo marítimo litoral integrado en la zona de playa y la reordenación de las direcciones viales crearán una vía de desplazamiento peatonal y un espacio atractivo a turista y visitantes. Por ello la parte funcional de esta infraestructura y reordenación se complementa con la creación de una infraestructura turística de calidad beneficiosa para residentes y turistas.</p> <p>El establecimiento de una zona de parking que facilite el acceso a la zona de playa, ayudará a la configuración del modelo turístico.</p> <p>Por otra parte la oferta de servicios que depende del sector privado, podría verse favorecida a través de la colaboración pública mediante incentivos o exenciones. Para ello deberá realizarse un plan de potenciación de la oferta de servicios en la zona de costa.</p> <p>El establecimiento o reserva de suelo terciario, será un posible elemento para la configuración del modelo turístico. La posibilidad de creación de una zona de caravanning, establecimiento de camping, etc. Son plazas de alojamiento, que por la ubicación y cercanía a la playa y el clima de la zona potenciarán la desestacionalización del destino.</p> <p>Teniendo en cuenta tanto la población residente como la población flotante, desde el ayuntamiento se dimensionará los servicios públicos prestados en la zona.</p> <p>En esta actuación hay que destacar la necesidad de comunicar de forma más eficiente el Plan de Evacuación del Polígono Serrallo, así como sus contenidos, actualizaciones, simulacros y todas las actuaciones llevadas a cabo a este respecto.</p>

20



ESTADO: Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> Fecha: _____ / _____ / _____								
OBSERVACIONES: 								
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número de servicios/actividades realizadas								
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
X			Básico		X	X	X	



Creación, Potenciación y estructuración de eventos con repercusión turística

En relación con los eventos de repercusión turística con alto potencial, destacan:

Fiestas en honor a Santa Quiteria y dentro de la celebración de la misma, la “Festa de les Calderes”, declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial.

El día de les Calderes, se propone estructurarlo en clave de producto turístico, de forma que pueda ser consumido por el visitante. Se dotará de la infraestructura y servicios necesarios para que pueda ofrecerse al visitante la posibilidad de experimentar en primera persona una fiesta única vinculada a atractivos gastronómicos, históricos y culturales.

Se recomienda la creación de una pequeña exposición interpretativa de la fiesta, un área a modo de carpa o similar donde poder degustar el atractivo que se oferta. También es importante consensuar con el sector los servicios turísticos a ofertar durante la celebración de la misma.

En Semana Santa, destaca la “trencà del hora en la plaça”, vinculada a tambores y bombos sonando al unísono.

Sant Antoni, fiesta ancestral y tradicional por excelencia, asociada al solsticio de invierno, el fuego y los animales. Destaca la celebración de la “Matxà” (bendición) de los animales, el encendido de la hoguera y el reparto de “les monetes”.

San Juan, como noche mágica especialmente en la zona de playa.

Como actividades complementarias destacar la potenciación del 15 agosto y las hogueras.

Las fiestas de la Virgen del Rosario, junto con las de Santa Quiteria conforman las fiestas patronales. Numerosos actos culturales, deportivos, infantiles y musicales, que estructurados en clave turística pueden complementar los atractivos y productos del destino.



ESTADO: Proyecto ■ En Ejecución ■ En funcionamiento ■ Fecha: _____ / _____ / _____									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número de eventos estructurados, número asistentes total									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X					X	X	X	



CONFIGURACIÓN PRODUCTO		Puesta en marcha del Plan de Calidad del Sector							
		23	<p>En esta actuación se propone la realización de actividades de sensibilización que permitirá la existencia de una oferta homogénea y de calidad. Se asesorará a las empresas con unos mismos criterios de calidad desde el inicio, favoreciendo un crecimiento del producto con unos estándares de calidad homogéneos. Esto permitirá y facilitará el desarrollo de acciones de promoción y apoyo a la comercialización del producto.</p> <p>Se realizará acciones de apoyo y asesoramiento continuo a las empresas del sector turístico, asistencia técnica continuada en el desarrollo y consolidación de las empresas y planteamiento de alternativas y mejoras, asistencia técnica continuada para la implantación del sistema en las empresas y formación continua de gerentes y responsables de las empresas.</p> <p>Con la implantación de un sistema de calidad, por una parte se mejora la calidad del destino turístico en su conjunto y a nivel de empresa, se mejora la gestión interna, especialmente la de los procesos relacionados con la satisfacción del cliente y se incrementa la cualificación del equipo, mediante el plan formativo.</p>						
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
		OBSERVACIONES:							
		INDICADORES DE SEGUIMIENTO:							
		Número de planes implementados, número de empresas participantes							
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X					X	X		



CONFIGURACIÓN PRODUCTO		Puesta en Valor Turístico de los Museos							
		24	<p>En esta actuación se propone el diseño y la adecuación de los espacios museísticos a las nuevas demandas existentes.</p> <p>La adaptación de las nuevas tecnologías a los espacios museísticos facilitará la comprensión del discurso expositivo, a la vez que permitirá generar experiencia turística en el visitante desde el punto de vista de experimentación de sensaciones.</p> <p>Los museos dispondrán de un criterio homogéneo unificador de los servicios ofrecidos desde el punto de vista de la calidad, donde la incorporación de audiovisuales explicativos inmersivos y las reconstrucciones 3D, con posibilidad de interactuar, así como poder disponer de un sistema que permita la visita de forma autónoma y en idiomas, prestando especial atención a aquellas discapacidades tanto de movilidad reducida como visuales y sensoriales, en su más amplia posibilidad de estructuración.</p>						
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO:									
Número de Museos Puestos en valor, número de visitas total									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
X						X	X		



CONFIGURACIÓN PRODUCTO	Implantación de nuevas tecnologías en el sector								
	25	<p>En esta actuación, mediante jornadas informativas y de formación, se plantea la implantación de las nuevas tecnologías en el sector de modo que permitan disponer a los establecimientos turísticos de una herramienta importante de promoción y comercialización.</p> <p>La formación tanto en el diseño, configuración e implantación en páginas web o similar donde poder ofrecer información de repercusión turística, sobre los establecimientos y su actividad, facilita por una parte la comunicación del sector entre sí, con el sector público e incrementa la comunicación y promoción del establecimiento y de la oferta en su conjunto del sector turístico de Almassora.</p> <p>Mediante el establecimiento de unos criterios básicos para unificar la oferta, se plantea la gestión de la oferta de los establecimientos mediante plataformas de comercialización tanto las generadas desde instituciones públicas de carácter autonómico o nacional, como aquellas generadas desde empresas privadas.</p>							
ESTADO: Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> Fecha: _____ / _____ / _____									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número de jornadas realizadas, actuaciones implantadas, número de participantes total									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X					X	X		



ESTRATEGIA COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Diseño nueva Imagen de Marca Turística y Manual de Identidad Corporativa
	<p>La construcción de la imagen conlleva una optimización de recursos, dado que tanto la publicidad como los impresos y la papelería, son elementos necesarios para el funcionamiento del Plan estratégico de Turismo y de la activación turística de Almassora. Al transformarlos a su vez en agentes de comunicación, éstos rentabilizan al máximo las inversiones necesarias.</p> <p>Todos los elementos deberán definirse mediante pantones y sobre papel milimetrado que permita mantener las proporciones en cualquier escala de reproducción y en las diferentes combinaciones y versiones.</p> <p>Deberá estar acompañada del correspondiente Manual de Identidad Corporativa que deberá desarrollar las diferentes aplicaciones y ser aplicable a los distintos formatos y soportes de difusión: cartas, sobres, tarjetas, carpetas, tarjetones, folletos, etc.</p> <p>Potenciación de la imagen de marca que agrupe los productos turísticos aislados en una oferta global, sintetizada en un elemento gráfico central.</p> <p>Esta actuación afecta a la competitividad del escenario “destino” en su conjunto, que debe ofrecer los servicios y las condiciones de disfrute esperados por los visitantes, para generar una experiencia diferenciada.</p> <p>De esta forma se pretende vender un destino de costa con un estilo de vida determinado, más que un producto puntual y aislado como, por ejemplo, pueda ser el pasar una semana en una casa en la playa. Así, es fundamental que se contemple la protección jurídica de la marca, así como también es clave su integración total en el plan de comunicación.</p>

27



<p>Determinar claramente los objetivos y mensaje que se pretende transmitir con la imagen de marca.</p> <p>Desarrollar y diseñar la imagen de marca mediante la elaboración de instrumentos gráficos, logo y declinaciones en la carta gráfica.</p> <p>Explicación y difusión interna sobre la utilización de la marca.</p>									
<p>ESTADO:</p> <p> Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> </p> <p> Fecha: _____ / _____ / _____ </p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Creación marca y manual, número aplicaciones realizadas</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X				X	X			



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN		28		Creación Página Web Turismo					
		<p>Se plantea la elaboración del diseño y desarrollo del portal web del destino Almassora, en base a una estrategia de comunicación en internet.</p> <p>La elaboración de una página web del destino Almassora como herramienta estratégica conlleva lograr una mayor rentabilidad turística del destino, poniendo en manos de los usuarios los productos, servicios y soluciones que ofrece Almassora, contribuyendo con ello a lograr una mayor difusión turística del destino..</p> <p>La página web no ha de ser considerada como el fin último sino como un medio que permita posicionarse de forma estratégica en el mercado y frente a la competencia, siempre en la línea de los objetivos del Plan Estratégico.</p> <p>La actualización permanente de contenidos y apartados referidos a la promoción de elementos turísticos, segmentos de oferta, página web de empresas turísticas, etc. Facilitará el acceso a la información por parte de los usuarios y ayudará al consumo del producto.</p>							
ESTADO: Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> Fecha: _____ / _____ / _____									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO:									
Publicación página web, número visitas contabilizadas									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X				X	X			



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Elaboración Banco de Imágenes								
	29	<p>Se propone la producción de un archivo general de imágenes de todos los recursos turísticos de Almassora, vinculados a producto, que posibiliten disponer de una base documental necesaria para el desarrollo de campañas de promoción, publicaciones y programaciones turísticas, científicas, didácticas o divulgativas que garanticen al usuario la calidad y actualización.</p> <p>Este archivo debe renovarse periódicamente.</p> <p>Se propone la creación de una normativa que regule el uso de este archivo fotográfico, así como una base de datos que contenga información de quién, cómo y para qué se va a utilizar dichas fotografías.</p>							
ESTADO: Proyecto ■ En Ejecución ■ En funcionamiento ■ Fecha: _____ / _____ / _____									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número imágenes generadas, número aplicaciones total									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X				X	X			



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN		30		Creación Spot Promocional del destino/Productos																														
		<p>Realización de un Publireportaje sobre los productos turísticos “Almassora” en el que se introduzca al espectador en sus posibilidades turísticas, de ocio y culturales.</p> <p>El fin de esta producción es informar y al tiempo motivar, sugerir todas las posibilidades del destino de forma atractiva. El vídeo se grabará y editará en formato Broadcast Alta Definición lo que garantiza una perfecta calidad de imagen y sonido, así como la posibilidad de ser proyectado en salas cinematográficas o emitido por televisión.</p> <p>Tendrá una realización "actual", con un cuidado diseño gráfico y banda sonora, de forma que resulte atractivo a todos los espectadores.</p> <p>La duración máxima del vídeo será de unos 4 ó 5 minutos, ya que cuanto más breve y claro sea el mensaje mejor se mantendrá en la mente de las personas.</p>																																
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>																																		
<p>OBSERVACIONES:</p>																																		
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número spots, número visitas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">NIVEL INVERSIÓN</th> <th rowspan="2">NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO</th> <th colspan="5">CRONOGRAMA ANUALIDADES</th> </tr> <tr> <th>ALTO</th> <th>MEDIO</th> <th>BAJO</th> <th>1ª</th> <th>2ª</th> <th>3ª</th> <th>4ª</th> <th>5ª</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td rowspan="2">Básico</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES					ALTO	MEDIO	BAJO	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª		X		Básico		X			
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES																														
ALTO	MEDIO	BAJO		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª																										
	X		Básico		X																													



NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
	X		Básico		X			



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	33	Diseño Mapa turístico							
	<p>Elaboración de un mapa turístico donde se ubiquen los principales recursos vinculados por producto.</p> <p>Su localización será facilitada mediante la elaboración de un mapa que contemple aquellos recursos existentes en el municipio, que por sus características propias merezcan ser potenciados.</p> <p>La elaboración del mapa de recursos tendrá una doble funcionalidad, tanto de callejero como de ubicación de recursos susceptibles de ser visitados para que el visitante o turista tenga una guía útil y práctica para desplazarse de forma autónoma por el municipio.</p> <p>Dicho mapa contendrá información útil como números de teléfono de interés, establecimientos turísticos, etc. Códigos QR, y/o información audioguiada.</p>								
<p>ESTADO:</p> <p>Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: _____ / _____ / _____</p>									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número mapas editado, número recursos ubicados									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X				X				



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	34	Instalación de puntos de información interactiva							
	<p>Es una actuación consistente en la localización de pantallas táctiles de información turística interactiva que apoye la información facilitada por la Tourist Info, ampliando el horario de información 24 horas al día, 360 días al año.</p> <p>El programa destacaría la correcta distribución de los puntos de información que contendrían:</p> <p style="padding-left: 40px;">Plano de localización y búsqueda informática de calles, edificios municipales...</p> <p style="padding-left: 40px;">Localización y búsqueda de oferta complementaria.</p> <p style="padding-left: 40px;">Información de eventos municipales en diferentes épocas del año (festivales, obras de teatro, cine, otros eventos culturales, deportivos...).</p> <p style="padding-left: 40px;">Búsqueda y localización de restaurantes, cafeterías...</p> <p>Una vez realizada la inversión inicial no existen elevados gastos de mantenimiento y, sin embargo, resulta una buena medida de promoción y de satisfacción de los turistas.</p>								
ESTADO:									
Proyecto <input type="checkbox"/>		En Ejecución <input type="checkbox"/>		En funcionamiento <input type="checkbox"/>					
Fecha: _____ / _____ / _____									
OBSERVACIONES:									
INDICADORES DE SEGUIMIENTO:									
Número puntos instalados, número consultas realizadas									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
	X					X			

ESTRATEGIA GESTIÓN TURÍSTICA

ESTRATEGIA DE GESTIÓN TURÍSTICA	36	Creación Nuevo Organigrama Departamento Turismo																											
	<p>Reestructuración de sistemas de gestión y replanteamiento del Organigrama Funcional del Departamento de Turismo de modo que exista:</p> <p>Dotación de área de información y de administración.</p> <p>Creación de un área de planificación con la función de la puesta en marcha de las medidas propuestas en el Plan Estratégico.</p> <p>Reforzamiento del área de promoción y comunicación.</p> <p>Mayor dotación presupuestaria por parte de la administración local.</p>																												
<p>ESTADO: Proyecto ■ En Ejecución ■ En funcionamiento ■ Fecha: _____ / _____ / _____</p>																													
<p>OBSERVACIONES:</p>																													
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número departamentos fijado en organigrama, número actuaciones implantadas</p>																													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">NIVEL INVERSIÓN</th> <th style="text-align: center;">NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO</th> <th colspan="5" style="text-align: center;">CRONOGRAMA ANUALIDADES</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">ALTO</th> <th style="text-align: center;">MEDIO</th> <th style="text-align: center;">BAJO</th> <th rowspan="2" style="text-align: center;">Básico</th> <th style="text-align: center;">1ª</th> <th style="text-align: center;">2ª</th> <th style="text-align: center;">3ª</th> <th style="text-align: center;">4ª</th> <th style="text-align: center;">5ª</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">X</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES					ALTO	MEDIO	BAJO	Básico	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª		X			X				
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES																									
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª																					
	X				X																								



ESTRATEGIA DE GESTIÓN TURÍSTICA		Elaboración Planificación Anual Turística						
		37	<p>En esta actuación el planteamiento se basa en la implantación de un sistema de organización y gestión turística, basado en la planificación anual de aquellas actuaciones por capítulos, que sean susceptibles de implantarse en la anualidad siguiente y que vayan acompañadas del correspondiente presupuesto para llevar a cabo esas actuaciones.</p> <p>Este sistema permite prever las necesidades tanto de implantación de actuaciones, como de aquellos recursos necesarios para su ejecución. Es por ello que servirá de documento para el área de turismo en aras al planteamiento presupuestario municipal del área.</p> <p>Esta planificación deberá abarcar actuaciones de todas las áreas, estructuradas en base a un timing.</p>					
ESTADO: Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> Fecha: _____ / _____ / _____								
OBSERVACIONES:								
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número planes realizados, número inversiones previstas								
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X	Básico	X				



ESTRATEGIA DE GESTIÓN TURÍSTICA	38	Implantación de un foro de Turismo Interdepartamental						
	<p>Una vez realizado el Plan Estratégico de Turismo y vista la creciente necesidad de relación de diferentes políticas sectoriales de las distintas concejalías con el sector turístico (urbanismo, medioambiente, Aguas, cultura, policía, Deportes, obras públicas, servicios, etc.), la creación de un foro de intercomunicación a nivel técnico entre los distintos departamentos implicados permitirá disponer de una información actualizada y precisa sobre aquellos factores de incidencia turística, con el fin de aunar esfuerzos en beneficio de la calidad del sector y con vocación de influir en las respectivas políticas sectoriales cuya acción tiene un importante impacto sobre el sector.</p> <p>Se propone la realización de foros trimestrales para ver el avance y repercusión de las actuaciones llevadas a cabo, además coincidiendo con los periodos turísticos de especial importancia. Todo ello con la finalidad de prever necesidades y analizar conclusiones.</p>							
ESTADO: Proyecto ■ En Ejecución ■ En funcionamiento ■ Fecha: _____ / _____ / _____								
OBSERVACIONES:								
INDICADORES DE SEGUIMIENTO: Número reuniones, número participantes								
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO	CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
		X		X	X	X	X	X



ESTRATEGIA DE GESTIÓN TURÍSTICA	39	Detección de Necesidades Formativas							
	<p>Mediante la realización de un cuestionario y también a través de las reuniones mantenidas con el sector en los diferentes foros que el Plan establece, se recopilará las necesidades del sector en lo que a necesidades formativas se refiere.</p> <p>Además la realización de una sesión informativa para facilitar el conocimiento al sector de jornadas de interés, fomentará la participación y detección de las mismas.</p> <p>Analizados los datos obtenidos se planificará las sesiones formativas mediante las herramientas disponibles entre las instituciones públicas (CDT,..), y/o sector privado.</p>								
<p>ESTADO:</p> <p> Proyecto <input type="checkbox"/> En Ejecución <input type="checkbox"/> En funcionamiento <input type="checkbox"/> </p> <p> Fecha: _____ / _____ / _____ </p>									
<p>OBSERVACIONES:</p>									
<p>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</p> <p>Número imágenes, número aplicaciones</p>									
NIVEL INVERSIÓN			NIVEL DE APORTACIÓN AL PRODUCTO		CRONOGRAMA ANUALIDADES				
ALTO	MEDIO	BAJO	Básico		1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
		X			X				