

Plan Director del Desarrollo Turístico para La Canal de Navarrés

LA CREACIÓN DEL «TERRITORIO-TURÍSTICO DE LA CANAL»



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA



Plan Director del Desarrollo
Turístico para La Canal de Navarrés
LA CREACIÓN DEL «TERRITORIO-TURÍSTICO DE LA CANAL»



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

Plan Director del Desarrollo Turístico para La Canal de Navarrés

LA CREACIÓN DEL «TERRITORIO-TURÍSTICO DE LA CANAL»

Dirección

Jorge Hermosilla

Departamento de Geografía.

ESTEPA

Coordinación

Gersón Beltrán

Equipo técnico

Walesska Schlesinger

Miguel Antequera

Roberto Escrivà

Ghaleb Fansa

Proyecto realizado por

Universitat de València

Entidad contratante

Mancomunidad la Canal de Navarrés

Presidenta

Pilar Sarrión

Enlace técnico de la Mancomunidad de la Canal de Navarres

Mariví Granero

Plan Director del Desarrollo Turístico para **La Canal de Navarrés**

LA CREACIÓN DEL «TERRITORIO-TURÍSTICO DE LA CANAL»



índice

EL CONCEPTO. EL TERRITORIO-TURÍSTICO. EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO	14
TERRITORIALIDAD Y TERRITORIO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO	16
El desarrollo de los territorios y los recursos culturales	16
La necesidad del conocimiento del territorio: el inventario territorial, los análisis integrados, los atlas de recursos	17
El valor de la territorialidad	18
El territorio turístico. Una modalidad de presentación e interpretación de los recursos turísticos.	18
Principios de partida de Territorio-Turístico: paisaje, paisanaje y medio rural	19
Los objetivos de la puesta en valor: ¿por qué se interviene en el territorio?	20
El diseño de un relato para un Territorio-Turístico	21
La interpretación es la esencia de un Territorio-Turístico	22
La estructura espacial del Territorio-Turístico: cómo se delimita y se organiza	23
EL ESCENARIO TERRITORIAL: LA CANAL DE NAVARRÉS	26
ESTUBENY	30
ANNA	33
CHELLA	34
BOLBAITE	37
NAVARRÉS	38
QUESA	41
BICORP	42
MILLARES	45
EL PLAN DIRECTOR DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CANAL	48
FASE 1. SENSIBILIZACIÓN Y COMUNICACIÓN	50
1.1. Reuniones informativas dirigidas a diversos colectivos económicos, sociales y políticos de la Canal de Navarra	54
1.1.1. Reuniones con los tomadores de decisiones	54
1.1.2. Reuniones con los actores locales	54
Reuniones locales	
1.1.3. Comunicación con la Mancomunidad de La Canal de Navarra	60
1.2. Entrevistas de sensibilización y situación del sector turístico realizadas en los municipios	61

FASE 2. GRUPO DE TRABAJO DINÁMICO. EL FORO CIUDADANO Y OTRAS FÓRMULAS DE PARTICIPACIÓN	62
2.1. Constitución de un Grupo de Trabajo: el Foro Ciudadano	64
2.2. Entrevistas, encuestas y paneles de expertos, tanto a actores de la demanda y la oferta turísticas	65
Encuestas a los habitantes del territorio	65
FASE 3ª. ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS. DE LA GLOBALIZACIÓN AL CONCEPTO “GLOCAL”	78
3.0. Una Valoración entorno a las tendencias turísticas	80
Tendencias sociodemográficas	81
Tendencias medioambientales	81
Tendencias tecnológicas	82
3.1. El Turismo de interior: tendencias y demandas	83
3.2. Cifras del turismo de interior en la Comunidad Valenciana	86
3.3. Análisis de las tendencias online	93
3.3.1. Datos de las encuestas de Escapada rural	93
3.3.2. Datos de las encuestas de la Red Tourist Info	95
FASE 4ª. ANÁLISIS DEL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	96
4.1. Los recursos territoriales	98
4.1.1. El capital natural: medio y recursos naturales	98
4.1.2. El capital humano: nivel educativo y formativo	109
4.1.3. El capital social y cultural	116
4.1.4. El capital territorial	119
4.2. Movilidad, formación y mercado laboral	135
FASE 5ª. ANÁLISIS URBANÍSTICO RELACIONADO CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	140
5.1. Clasificación del suelo	142
5.2. Fecha de aprobación del PGOU, normas subsidiarias y planes parciales	143

FASE 6ª. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA CANAL DE NAVARRÉS	150
6.1. Criterios para definir atractivos, oferta y productos turísticos	152
6.2. Atractivos naturales	159
6.3. Patrimonio cultural como atractivo	165
6.4. Oferta de atractivos de ocio y cultura	174
6.5. Atractivos profesionales y de vida personal	177
6.6. Oferta de transporte y accesibilidad	178
6.7. Oferta de alojamiento	180
6.8. Oferta de restauración	183
6.9. Oferta de eventos	186
6.10. Oferta formativa y emprendimiento	189
6.11. La necesidad de evaluar y jerarquizar los recursos turísticos	189
Los 18 productos del Territorio Turístico de la Canal	193
6.12. El Territorio-Turístico de La Canal de Navarrés. Un escenario para el desarrollo del turismo de interior valenciano	214
 FASE 7ª. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA	 216
7.1. Metodología de la investigación. Descripción de la muestra	219
7.2. Conocimiento de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés. La Notoriedad de la Marca	221
7.3. Características y elementos percibidos de la visita	223
7.4. Motivos de la visita	225
7.5. Características del viaje	228
7.6. Valoración del viaje post-compra	232
7.7. Niveles de satisfacción e intenciones de lealtad al destino	234
7.8. Conclusiones	235
7.9. Demanda según las encuestas Tourist Info	237

FASES 8ª . DIAGNÓSTICO, MATRIZ DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA Y CREACIÓN DE PRODUCTOS. ANÁLISIS C.A.M.E.	240
8.1. Análisis de las TIC's aplicadas al turismo	242
Análisis online: La Canal de Navarrés en Internet	
8.2. DAFO según los Focus Group municipales	254
8.3. DAFO según las encuestas municipales	257
8.4. Fortalezas y oportunidades de la Mancomunidad	258
 FASE 9ª. DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO TERRITORIAL DEL TURISMO DE LA CANAL DE NAVARRÉS. LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL "TERRITORIO TURÍSTICO"	 260
9.1. Programa de Diseño Organizativo. Gobernanza	262
9.2. Programa de Creación de Productos Turísticos	268
9.3. Programa de Promoción y Comercialización	273
9.4. Programa de desarrollo e innovación	277
9.5. La gestión del proceso: asignación de responsables y periodificación	282
	284
FASE 10ª. DISEÑO DE INDICADORES DE SEGUIMIENTO DEL PLAN	294
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	298
ANEXOS	

Este Plan Estratégico de la Mancomunidad de la Canal de Navarrés es una apuesta de ocho municipios para poder trazar las líneas de trabajo para el diseño participativo de una como territorio de interior de la Comunidad Valenciana. Una apuesta de futuro, para un territorio que busca reforzar su potencial para convertirse en referente turístico en la Provincia de Valencia.

Somos la suma de ocho municipios de La Canal de Navarrés que hace años nos embarcamos en una idea: la de intentar generar sinergias entre los distintos gobiernos locales de los distintos Ayuntamientos. Hoy, no sólo sumamos juntos, multiplicamos.

Unas sinergias necesarias para potenciar los atractivos naturales de nuestros territorios. Son éstos unos recursos valiosos para poder desarrollar un nuevo modelo de crecimiento inteligente y sostenible. Un nuevo modelo que permita revertir la situación de nuestros actuales tejidos productivos, revertir la situación de falta de dinamismo en el emprendimiento empresarial y revertir el incipiente fenómeno de la despoblación vinculada al escaso dinamismo del mercado de trabajo y la falta de empleo.

No es fácil dejar de hablar de municipios concretos como Estubeny, Anna, Chella, Bolbaite, Navarrés, Quesa, Bicorp o Millares y empezar a considerarnos un solo territorio por el que trabajar desde un Ente Supramunicipal como es la Mancomunidad. Constituye sin duda un reto para todos.

Superados los temores de perder la identidad e idiosincrasia de cada pueblo, lo que nos propusimos fue valorar el futuro de nuestra Comarca que debe estar ligado al progreso económico y social. Para alcanzar ese objetivo compartido establecimos la necesidad de abordar una planificación estratégica como instrumento metodológico, abordada y dirigida por expertos en las materias a desarrollar y que nos permita iniciar un proceso de diálogo y de trabajo compartido en el que Administraciones locales, agentes sociales y ciudadanía construyamos el proyecto de futuro de nuestro territorio.

Queremos resaltar el valor y la importancia que para nosotros tiene la planificación estratégica y la participación ciudadana, pues tiene la capacidad para crear un espacio donde los vecinos y vecinas de nuestros pueblos tengan la posibilidad de establecer cualquier tipo de relaciones: sociales, económicas, políticas, culturales, etc. Es un trabajo imprescindible para conocer nuestras localidades. Un acertado diagnóstico, una “foto fija” de lo que somos y tenemos, es necesario para poder abordar el desarrollo sostenible de nuestro territorio, aprovechando los recursos que tenemos y, por supuesto, nuestra identidad.

La Canal es un Territorio Turístico. Nuestros recursos son extraordinarios. Contamos con unos paisajes espectaculares con ríos, azudes, gorgos, saltos, cascadas y lagos que siempre están rebosantes de cristalinas aguas que nos invitan al baño en plena naturaleza... siempre el agua. Y por supuesto, contamos con espectaculares sierras llenas de vida, con una gran diversidad de flora y fauna, parajes, abrigos naturales, cuevas... La Canal de Navarrés cuenta con una rica historia, desde la prehistoria y sus manifestaciones como las pinturas rupestres, hasta la actualidad. Pasado y presente se aúnan en nuestros paisajes. Y el futuro.

Son estos recursos naturales parte de nuestra identidad, pero también del legado de generaciones que han trabajado estas tierras a lo largo de los siglos. Es esta riqueza natural, arquitectónica e histórica, junto con el carácter de nuestra gente y nuestras fiestas y tradiciones unos recursos muy valiosos a partir de los cuales podemos desarrollar un nuevo vector de crecimiento inteligente y sostenible.

El turismo debe ser uno de nuestros pilares que sustenten la economía comarcal. Es en este potencial turístico donde debemos establecer nuestra garantía de futuro. Y para ello es fundamental la creación de empresas y la generación de puestos de trabajo, ligados al sector turístico. El turismo puede ser un motor de nuestra economía, pero no es una tarea fácil. Entre todos debemos conseguir que “La Canal” sea una zona de especial relevancia del Turismo de Interior de la Comunidad Valenciana.

Como Presidenta de la Mancomunidad de la Canal de Navarrés y alcaldesa de Anna me siento muy orgullosa y quiero dar las gracias a quienes han hecho posible este trabajo:

A los alcaldes de Estubeny (Ramón Blanquer Bono), Chella (José Enrique Talón Seguí) y Millares (José Ricardo Pérez Gómez). A las alcaldesas de Bolbaite (Carolina Mas Monteagudo), Navarrés (Estela Darocas Marín), Quesa (Carina Primo Valiente) y Bicorp (Josefina García Pérez).

Al personal de la Mancomunidad, en especial la AEDL Mariví Granero y el Secretario Interventor José Gabriel Piera Serena, por su trabajo profesional y entrega en el desarrollo de este proyecto. De la misma manera agradecemos el trabajo realizado por el equipo de investigadores de la Universitat de València, Gerson Beltrán y Waleska Schelesinger, bajo la dirección del catedrático Jorge Hermosilla Pla, autores de este documento técnico y participado.

A los responsables de nuestras administraciones públicas provincial y autonómica. Hemos contado con el consejo y ayuda de expertos y políticos que, tanto desde la Agencia Valenciana de Turismo de la Generalitat Valenciana en las figuras de su Secretario Autonómico Francesc Colomer y del Director de Estrategia Territorial Turística Josep Gisbert, como desde la Diputación de Valencia, la Diputada de Turismo, Pilar Moncho y del Patronato de Turismo de la Diputación de Valencia, el responsable de Gestión Turística Evarist Caselles.

También queremos agradecer las colaboraciones anónimas que han formado parte de la participación en los foros y reuniones, y a la ciudadanía que ha expresado su opinión. El excelente trabajo realizado ha demostrado su compromiso por el territorio, del que los alcaldes y alcaldesas de la Canal nos sentimos orgullosos de liderar.

Este Plan Estratégico recoge las claves y prioridades que van a marcar el futuro de nuestro territorio, y para conseguirlo es fundamental el trabajo de todos los

agentes implicados: empresarios, técnicos, gobernantes locales, etc. y por supuesto el conjunto de la sociedad de nuestra comarca. Trabajo y esfuerzo colectivos, que persiguen un objetivo común, el desarrollo turístico de nuestro territorio. La Canal, Territorio Turístico.

Estoy convencida de ello. Las acciones del Plan Estratégico son el camino, y su consecución, el desarrollo turístico. El Plan Estratégico nos permitirá establecer las prioridades estratégicas evaluadas, definidas y revisadas; su puesta en marcha constituirá la senda del progreso que reclamamos y necesitamos.

Finalmente, queremos manifestar nuestra intención de asumir cada uno de los proyectos contemplados en el Plan Estratégico Turístico de la Canal, y alcanzar los objetivos establecidos. Nuestro territorio del que nos sentimos tan orgullosos y orgullosas debería ser el que nuestros vecinos y vecinas se merecen.

Pilar-Teresa Sarrión Ponce

Alcaldesa de Anna

Presidenta de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés

EL CONCEPTO. EL TERRITORIO-TURÍSTICO. EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

La globalización ha cambiado la forma de ver el turismo. La situación político-económica va a ser un factor relevante para determinar qué podemos hacer como destino

Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico

Hermosilla et al. 2017



TERRITORIALIDAD Y TERRITORIO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO

EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS Y LOS RECURSOS CULTURALES

Los procesos que protagonizan el desarrollo local tienen en cuenta las características del territorio, pues éste se concibe como un agente clave del propio desarrollo. Además de constituir un recurso de gran valor. Cualquier territorio dispone de un conjunto de recursos naturales, ambientales, institucionales, humanos y, por supuesto, culturales, que constituyen “su patrimonio o potencial” de desarrollo local o endógeno.

El territorio debe ser entendido como una construcción social, no sólo física, y concebido como un espacio más pertinente en cada período histórico, un ámbito de relaciones. En la actualidad esas relaciones se basan en funciones como las de equilibrio ambiental y territorial, la producción de espacios de calidad paisajística y ambiental, la reserva de recursos hídricos, el soporte de actividades de esparcimiento, recreo, la conservación de manifestaciones patrimoniales-culturales, etc.

LA NECESIDAD DEL CONOCIMIENTO DEL TERRITORIO: EL INVENTARIO TERRITORIAL, LOS ANÁLISIS INTEGRADOS, LOS ATLAS DE RECURSOS

Cuando se pretende abordar procesos que faciliten el desarrollo de territorios es fundamental tener conciencia de cuáles son los recursos disponibles en ellos. Cuestiones básicas como de cuáles disponemos, dónde se localizan, qué se puede acometer... precisan respuestas que requieren un alto grado de conocimiento del territorio. Para ello se recurre a los inventarios territoriales, los análisis integrados o los atlas de recursos.

Es muy común la confección de los **inventarios territoriales**, los cuales permiten la sistematización de las diversas tipologías de recursos disponibles y la evaluación de sus posibilidades de utilización. Los inventarios territoriales deben recoger al menos los recursos histórico-culturales, recursos ambientales, recursos paisajísticos y recursos etnológicos-antropológicos, además de los relacionados con el equipamiento turístico, en particular alojamiento y restauración.

Es recomendable la realización de los **análisis integrados territoriales**. Cuando se pretende abordar una eficaz labor de movilización de la economía local, es necesario atender un requisito imprescindible, el conocimiento del territorio. Una condición que no siempre se cumple. Nos referimos a la identificación de las cualidades del espacio geográfico y de sus posibilidades, mediante un análisis integrado territorial (Hermosilla, 2015).

El conocimiento del territorio mediante su análisis integrado constituye una condición para identificar y promover los procesos que facilitan el desarrollo territorial. Nos referimos al aprovechamiento racional de los recursos, el esfuerzo innovador y la existencia de redes de cooperación de diversa naturaleza.

EL VALOR DE LA TERRITORIALIDAD

La territorialidad, entendida como vinculación del hombre a una realidad cultural y social concreta, se convierte en una idea central de nuestro relato. Esta modalidad de relación entre sociedad y su territorio de referencia significa la plena toma en consideración de la dimensión local y el protagonismo que adquieren “nuevos formatos” de planificación territorial turística.

Se pretende revalorizar el patrimonio cultural, así como introducir una nueva cultura de desarrollo, arraigada en el desarrollo territorial. De esa manera, nos estamos refiriendo a dos entornos diferentes y complementarios, el natural y el social, que adquieren forma mediante el concepto “Territorio-Turístico”.

El protagonismo que proporcionamos a la “territorialidad” precisa de la integración del territorio en un modelo de turismo capaz de representar la dimensión real del propio entorno. Se trata de un modelo de desarrollo turístico que integre el territorio con la comunidad local de manera total y directa.

EL TERRITORIO TURÍSTICO. UNA MODALIDAD DE PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.

El Territorio-Turístico constituye un área que se mantiene cohesionada por vínculos históricos, geográficos, con recursos patrimoniales y elementos que le confieren **una identidad propia**. Va acompañado de un proyecto interpretativo aplicado a un territorio determinado, que recoge una oferta integrada, constituida por distintos servicios y actividades turísticas; y una oferta amplia y compleja, que incluya tanto los servicios existentes, como las nuevas ofertas que se derivan de los productos turísticos.



Paraja Natural Los Chorradores, Navarres.

PRINCIPIOS DE PARTIDA DE TERRITORIO-TURÍSTICO: PAISAJE, PAISANAJE Y MEDIO RURAL

Con el concepto de Territorio-Turístico pretendemos dar respuesta al reto de la gestión creativa de los recursos turísticos, mediante un modelo de presentación de los recursos relacionado con **una idea integral de paisaje** y de respeto al mismo. Entendemos que el concepto Territorio-Turístico puede ser especialmente atractivo para aquellas zonas rurales dotadas de una fuerte personalidad histórica que conservan numerosas huellas de su pasado: tradiciones artesanales, gastronómicas, particularismos lingüísticos, arquitecturas populares, estrategias productivas peculiares, conjuntos monumentales, restos arqueológicos, obras de arte, manifestaciones culturales...

Como instrumento metodológico, el concepto de Territorio-Turístico es útil para planificar propuestas que pretendan difundir **conceptos de “marca-territorio”** en diferentes mercados y desde diversas dimensiones (ocio, turismo, cultura, sector agroalimentario, imagen corporativa institucional, etc).

LOS OBJETIVOS DE LA PUESTA EN VALOR: ¿POR QUÉ SE INTERVIENE EN EL TERRITORIO?

El diseño y la configuración de un Territorio-Turístico debe perseguir la consecución de unos objetivos claramente determinados. Éstos son:

- El diseño de un relato para el conjunto de elementos que configuran el Territorio-Turístico en el cual el discurso interpretativo es fundamental.
- La interpretación de los recursos turísticos desde una perspectiva universal, que facilite la comprensión y asimilación de los contenidos del Territorio-Turístico por parte de la población local y de los visitantes.
- La implantación de mecanismos que faciliten la participación de la población local en el Territorio-Turístico: se pretende la identificación de la sociedad local con su paisaje cultural de referencia.
- Diseño e implantación de un plan de desarrollo territorial capaz de generar crecimiento económico, traducido en ingresos económicos y generación de empleo. El turismo debe ser considerado como actividad básica.

EL DISEÑO DE UN RELATO PARA UN TERRITORIO-TURÍSTICO

Un Territorio Turístico precisa explicar un relato original, coherente con los recursos disponibles y por supuesto muy bien documentado y “guionizado”. La labor previa de investigación, de elaboración de inventarios, de estudios minuciosos de las historias del territorio de referencia, se convierten en pasos necesarios. La labor de especialistas en diversas disciplinas (geografía, historia del arte, antropología, historia, biología, geología...), y la participación de la población local, son insustituibles.

El conocimiento y la explicación de los contenidos históricos del Territorio-Turístico facilita la interpretación del territorio, base del relato que se debe confeccionar. Se trata de contenidos coherentes con la investigación previa y la disponibilidad de los recursos territoriales.

En ese sentido es necesaria la redacción de un guión general que tenga la habilidad de relacionar los recursos existentes, los estudios realizados, los saberes populares... de manera que se establezca una coherencia entre los diversos escenarios del Territorio-Turístico. Dicha coherencia debe permitir relacionar períodos diversos con recursos del territorio, mediante el establecimiento de “hilos conductores” de relatos concretos.



Vistas de Navarrés.

LA INTERPRETACIÓN ES LA ESENCIA DE UN TERRITORIO-TURÍSTICO

La interpretación de un territorio depende de varias acciones:

- La creación de un concepto “paraguas”, que permita singularizar y posicionar la imagen del territorio.
- La elaboración de un producto turístico integral, partiendo de la presencia de los recursos turísticos identificados.
- El diseño de un programa de comunicación para el posicionamiento del producto y para proporcionar información a colectivos determinados.

LA ESTRUCTURA ESPACIAL DEL TERRITORIO-TURÍSTICO: CÓMO SE DELIMITA Y SE ORGANIZA

Entre las diversas posibilidades que puede ofrecer un Territorio-Turístico para que los objetivos sean alcanzados, especialmente los relativos a la puesta en valor de los recursos turísticos, se propone una organización interna del mismo capaz de acoger aquellas acciones básicas para su actividad:

A/ EL ÁMBITO GLOBAL Y LOS SUBÁMBITOS. LA DELIMITACIÓN DEL TERRITORIO TURÍSTICO.

La condición de la delimitación son las características homogéneas que permitan constituir una unidad temática y visual. Existe la posibilidad de diferenciar subáreas en un contexto de homogeneidad. Es conveniente diferenciar sus bordes.

B/ LA IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y LOS HITOS.

Tras el inventario y la catalogación de recursos es muy recomendable la identificación de cuáles son los hitos, elementos cuyo contenido e interpretación son la base del relato. Prima su singularidad y el respeto y conservación de sus entornos paisajísticos. Conviene distinguir entre recursos e hitos; así como los servicios complementarios que garantizan la viabilidad del Territorio-Turístico: alojamientos, restaurantes, áreas de ocio. Del mismo modo se debe tener en cuenta los equipamientos relacionados con el transporte, la accesibilidad, las áreas de aparcamiento, etc

C/ LA PUERTA DEL TERRITORIO-TURÍSTICO.

Información sobre una panorámica general del Territorio-Turístico. Es el primer lugar de contacto entre el usuario y el territorio. Se trata de un espacio destinado a dar a conocer qué se va a encontrar, la estructura y los servicios disponibles, por lo que requiere concentrar el mensaje interpretativo y organizar la experiencia del visitante. Puede adquirir la forma de Centro de Interpretación, con límites bien señalados.

D/ LAS VENTANAS TEMÁTICAS DEL TERRITORIO.

Forma de focalizar los temas que componen la base del relato y de su interpretación, mediante un discurso atractivo y capaz de facilitar la información sobre temáticas concretas. Se identifican con subáreas o elementos determinados.

E/ LOS CAMINOS TEMÁTICOS DEL TERRITORIO-TURÍSTICO.

Nos referimos a los diversos itinerarios temáticos, que permiten ver e interpretar al aire libre la diversidad temática que aporta el territorio.

F/ LOS EVENTOS DEL TERRITORIO-TURÍSTICO.

Se trata de la programación continua de actos y eventos relacionados con el territorio y el paisaje. Nos referimos a actividades diversas relacionadas con la gastronomía, la formación, la educación y la investigación, la artesanía, la música, las actividades culturales, etc.

G/ SERVICIOS DEL TERRITORIO-TURÍSTICO.

La consideración de estos paisajes culturales como reclamo mediante su imagen y su distintivo de calidad les permite ser utilizados por el conjunto de empresas e instituciones locales arraigadas en el territorio. Nos referimos a iniciativas ligadas al alojamiento, la restauración, el transporte, el comercio de productos de merchandising o las empresas de servicios complementarios (guías, monitores...).



Abrigo del Voro, Quesa.

EL ESCENARIO TERRITORIAL: LA CANAL DE NAVARRÉS



Para la contextualización del espacio geográfico de este territorio nos hemos basado en los textos que la Mancomunidad de La Canal de Navarrés posee en el material divulgativo del propio espacio geográfico para su difusión turística. El material utilizado es muy interesante, realizado de forma conjunta y coordinada, y los contenidos emanan una manifiesta vocación territorial para que el turista conozca la comarca y pueda visitar los recursos y los productos de los diversos municipios.

Se pretende, de la misma manera, realizar un ejercicio de eficiencia, ya que se aprovechan los materiales existentes para centrar los esfuerzos del equipo redactor del Plan en organizarlos y estructurarlos, aportando el valor no sólo en el plan operativo sino en las propuestas de promoción y comercialización que aparecerán a lo largo de este plan.

A la Canal de Navarrés se accede a través de la A7 desde Valencia, tomamos la salida 396 de la autovía para enlazar con la CV 590 y la primera parada que encontramos es Estubeny, que cuenta con el paraje natural de la Cabrentá. También se

accede a la zona por la A35, tomando la carretera comarcal CV 585 y a continuación encontraremos una rotonda la cual nos guiará hasta Enguera o el resto de municipios.

Cabe resaltar que la localidad de Enguera no ha sido incluida en el presente estudio, mientras que sí que se ha incorporado al mismo la localidad de Millares. Si bien esta circunstancia podría suponer una debilidad aparente dada la importancia de Enguera en el turismo de interior valenciano y su efecto distorsionador sobre el resto de municipios, es precisamente este hecho el que puede interpretarse como una fortaleza, pues el plan se diseña desde un cierto equilibrio entre municipios y, con ello, unas mejores posibilidades de vertebración turística y desarrollo territorial equilibrado.

El territorio de la Canal de Navarrés está habitado desde tiempos remotos y guarda en las numerosas cuevas y abrigos, magníficas muestras del **Arte Rupestre Levantino**, como la Cueva de la Araña y los abrigos de Río Grande declarado Patrimonio de la Humanidad, lo que nos lleva a adentrarnos en un enclave único natural. El agua, los bosques, la fauna y la flora son los principales elementos que se entremezclan con pequeños pueblos que conservan un rico patrimonio que van surgiendo en el interior del valle: **Anna**, es el agua, el lago de la Albufera, un lugar encantador para disfrutar con la familia; los gorgos como el de La Escalera o El Catalán, la fuente de Marzo, la fuente Negra forman un paisaje idílico, además de contar con el Palacio de los Condes de Cervellón, el cual merece una especial visita. Siguiendo la carretera comarcal CV-580, conviene visitar el casco histórico de **Chella** con unas espectaculares vistas al paraje denominado “El Salto”, un enclave natural de agua. Otro de los municipios es **Navarrés**, con zonas de recreo como Playamonte, la Ceja del Río Grande, los Chorradores o la Presa de Escalona que cuenta con un Pantalán para la navegación. Para completar nuestra visita, nos adentraremos en el Ecomuseo de **Bicorp**, en el que se puede disfrutar de la escena de la recolección de la miel y escenas de caza de la Cueva de la Araña, declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

A continuación, se va a realizar un breve recorrido por los municipios que conforman el territorio de La Mancomunidad de la Canal de Navarrés (Rafa Jordá, de Terra de patrimoni).

ESTUBENY

El municipio está situado en la cuenca del río Sellent, en la zona norte de la comarca de la Costera, en el linde con la Canal de Navarrés. Un paseo por su núcleo urbano descubre la iglesia parroquial de San Onofre, que conserva una imagen de la Virgen de los Dolores del año 1795. No menos interesante es el rico patrimonio orfebre y de casullas de los siglos XVIII, entre las cuales destaca la regalada por el rey Carlos IV. El lavadero tiene yacimiento de agua propio y todavía está en uso.

El segundo fin de semana del mes de junio, se celebra la festividad del patrón San Onofre, con la hoguera y la cena a base de carne asada a su alrededor, la verbena popular, y la procesión del día siguiente. Las Fiestas Patronales de finales de agosto se celebran en honor al Santísimo Cristo de la Buena Dicha, la Inmaculada Concepción y a la *Mare de Deu del Dolors*. Destacan especialmente las *despertás* con las estrofas a la Virgen recorriendo las calles del pueblo.

Relacionada con la tradición valenciana de los *cassoletes* de Cuaresma hallamos la festividad de la *Cassoleta*, que se ameniza con actos variados de danza, teatro infantil, etc. Acompañando a las festividades y la gastronomía local, destacan los dulces de *pastissos* de moniato, la coca en *llanda*, la torta de cabello de ángel y nueces, así como el Arnadí, más propio de la comarca de la Costera.

En las laderas del río Sellent, se encuentra uno de los parajes naturales más atractivos de la zona, popularmente conocido como *La Cabrentà*, donde se disfruta de las formaciones kársticas de estalactitas y estalagmitas que el agua ha ido esculpiendo sobre las paredes de las cuevas y las simas del entorno.





La albufera de Anna.

ANNA

El municipio se sitúa estratégicamente como puerta de entrada de la Canal de Navarrés, en la parte más baja de la zona, donde el agua aflora en forma de fuentes, saltos de agua y albuferas como la de Anna.

Desde el punto de vista patrimonial el casco urbano está salpicado de fuentes, lavaderos y los canales de agua que amenizarán vuestro paseo. El centro urbano está presidido por el Palacio de los Condes de Cervellón (s. XVII), construido sobre el antiguo castillo musulmán de la alquería de *Yanna*. La iglesia parroquial de la Inmaculada Concepción es del siglo XVII, y la ermita dieciochesca del Cristo de la Providencia y su calvario custodian la imagen del patrón de Anna.

El Cristo tiene su celebración en las fiestas patronales del mes de septiembre, donde también se festejan los Moros y Cristianos, que se completan con las fiestas taurinas. La celebración de San Antón tiene su singularidad en el desfile del *Aban-dero*, que en su desfile a caballo reparte juguetes y dulces entre los más pequeños.

Los arroces típicos de la cocina de Anna son el arroz al horno, el caldoso de nabos y bledas, y el de novia. El embutido local condimenta las tortas de tocino y embutido. También suculentas son las tortas de pimiento y tomate, y la variada repostería local con: las tortas *sainosas* de Carnaval; las *hogasas* con nueces, almendras, cacahuetes y pasas, y con calabaza; los *rollicos* de anís y los *pastissos* de boniato.

El agua es un compañero de viaje por el término municipal de Anna, y utilizando su red de senderos se llega a parajes naturales como la Albufera de Anna y su área recreativa; la Fuente Negra; el gorgo del Salto, el Catalán y el de la Escalera; la fuente de Marzo y el azud.

CHELLA

Se sitúa sobre una ladera en la margen derecha del río Sellent, rodeado de una fértil huerta. En su rico patrimonio local se recomienda la visita a la iglesia parroquial de la Virgen de Gracia, reconstruida en el siglo XVIII, la casa señorial de los Condes de Buñol, la ermita de San Nicolás de Bari (s XIX-XX) que preside la parte alta del municipio, o los lavaderos y las fuentes locales.

El municipio de Chella detiene su ritmo vital a principios de febrero para celebrar las fiestas patronales en honor a La Candelaria, San Blas y el Cristo del Refugio. A primeros de agosto destaca la Semana Cultural y los desfiles de Moros y Cristianos, con “la *entrá falsa*”, “la *entrá mora*”, y la cena de la hermandad. Otras celebraciones interesantes son San Roque a mediados de agosto, la Virgen de Gracia el 8 de septiembre con sus danzadas, y San Nicolás con los pasacalles de disfraces el 6 de diciembre.

La gastronomía local tiene como platos fuertes la *casolica* de pencas, el puchero, el gazpacho del Caroig, y el arroz al horno y el caldoso. No menos irresistible es la repostería y los dulces caseros: las torticas de cacahuets y aceite que se hacen por San Blas, *bizcochás*, *rollicos de anís*, *pastissets* de moniato y de rosillas, *torta de llanda*, almendrones, *rossegones* y por Todos los Santos se hacen hogazas.

El término municipal atesora parajes naturales de gran belleza paisajística, como el del Mirador del Salto, numerosas fuentes como la del Abrullador, la de los Chopos, la del Zarzalet, o los nacimientos de aguas termales de las Clochicas y el Abogao. Si se decide ampliar el paseo, el PR-CV 113 permite enlazar algunos de estos parajes con el municipio vecino de Anna.



Salto de Chella tras las lluvias.



BOLBAITE

Se levanta sobre un promontorio rocoso en el margen derecho del río Sellent que divide en dos el municipio. En la parte alta se levanta el imponente castillo-palacio de los Cabanilles (s. VIII-XIX). La parroquia de San Francisco de Paula de la segunda mitad del siglo XVIII preside la plaza de la Iglesia. El barrio del castillo y las Eras descubre rincones pintorescos y miradores privilegiados al río Sellent y la Hoya. Bajando hacia el mirador del Puente se descubre el paraje del río Sellent que lo atraviesa, donde conviven patos, ocas y carpas. Las fiestas patronales de Bolbaite se celebran en primavera en honor al Patrón San Francisco de Paula y el Cristo del Amparo, donde destaca especialmente los desfiles de Moros y Cristianos. En verano se festeja San Roque, y Santa Bárbara en el mes de diciembre con la *despertá*, la gran *dispará*, y las romerías a la ermita. En San Antón se enciende una gran hoguera, sustituida el resto del año por la escultura de la Luminaria.

En la gastronomía local destaca el arroz con hierbas, la paella negra, o el arroz de novia. No dejéis de probar la *cazolica* con pencas, las tortas con longaniza o tocino, la repostería tradicional y los dulces. Muchos de ellos elaborados con aceite de oliva virgen producido en Bolbaite.

El Paraje del río Sellent y su zona de baño a su paso por Bolbaite están equipados con todos los servicios, y cuenta con rincones naturales de gran belleza como el gorgo de la Cadena. También se recomienda la subida a la ermita de Santa Bárbara (s. XIX) y su área recreativa. Los amantes del senderismo pueden adentrarse por su red de senderos locales temáticos.

NAVARRÉS

Se sitúa en el corazón de La Canal de Navarrés, asentado sobre un montículo coronado por la ermita del Santísimo Cristo de la Salud (s. XVIII). El origen de Navarrés se remonta a la época musulmana, como atestigua el castillo situado en un cerro próximo, construido a su vez sobre un asentamiento de la edad del Bronce.

En el casco urbano destacan las empinadas calles del barrio antiguo de traza morisca, y las cuevas excavadas en la roca a los pies de la ermita. Las calles alrededor de la iglesia parroquial de Nuestra Señora de la Asunción (s. XVIII) y su Museo de Arte Sacro son ya de traza cristiana. En la plaza del Barrio destaca la fuente La Marquesa o Fuente de los 24 chorros.

Las fiestas patronales se celebran del 8 al 12 de octubre, en honor al Santísimo Cristo de la Salud y la Virgen del Remedio. El patrón San Gregorio celebra la “comida de los pobres”, a base de cazuelas al horno. Otra celebración singular es la conocida “hora del Quijal” de Todos Santos, donde los niños recorren las calles del pueblo y son recompensados con frutos secos y comida. En la gastronomía local destacan las cazuelas al horno y el arroz *amb fesols i naps*, las gachas, el mojete arriero y la larga lista de dulces artesanales.

El patrimonio natural de Navarrés destaca por parajes como el de Playamonte y las Fuentes, recientemente habilitados. El espacio natural de los Chorradores y el Barcal permiten disfrutar del baño en una sucesión de cascadas naturales de agua, que se pueden completar en el pozo de aguas termales de las Quebradas. Los amantes de la aventura pueden disfrutar de las actividades náuticas en el embarcadero de la presa de Escalona, o de la espeleología en la sima de Tous.





Lavadero, Quesa.

QUESA

Se localiza asentado en las estribaciones de la muela de Bicorp, presidido en su parte alta por el castillo árabe que da origen al municipio, y la ermita de la Santa Cruz del siglo XVII. Haciendo un paseo por sus calles se puede descubrir la parroquial de San Antonio Abad del siglo XVIII, con su esbelto campanario y cúpula de teja vidriada. Destaca también la casa-museo de los pintores quesinos Alberto Hernández y Mercedes Rubio.

El primer fin de semana celebra fiestas en honor al Santísimo Cristo de la Salud, la Virgen del Rosario, la Divina Aurora y La Santa Cruz, donde destacan los Moros y Cristianos. Mención especial merece la fiesta de la Reserva que se remonta al año 1690, declarada de Interés Turístico Local en 2012. No menos interesante es la celebración de San Antonio Abad del mes de enero, de fuerte arraigo en la zona.

La gastronomía y la repostería local destaca por sus carnes y guisos, las tortas al horno con embutido, los *rollicos* de anís, los *rossegones*, los *pastelicos* de moniato, la miel o el aceite de la zona.

En el término municipal, se recomienda la visita a parajes emblemáticos como el barranco de las Ventanas-Los Charcos, con su sucesión de cascadas y gorgos naturales. También es interesante acudir a sus numerosos espacios naturales de gran valor medioambiental y paisajístico, utilizando la red de senderos locales y de pequeño recorrido: el cañón del río Grande donde os encontraréis el abrigo rupestre de Voro, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco; así como la zona de la Samosa y el Planil, desde donde se contemplan unas privilegiadas vistas del municipio.

BICORP

Se sitúa sobre una pequeña colina rodeado por un meandro que forma el *Barranco Moreno*. Se puede realizar un paseo por su núcleo urbano de origen musulmán, especialmente alrededor de la iglesia de San Juan Evangelista construida en los siglos XVI-XVIII. De la misma cronología son los restos del palacio de los señores de Bicorp, con su fachada labrada en piedra de estilo renacentista, presidida por el escudo heráldico de los barones de Bicorp.

Las fiestas populares se celebran del 15 al 18 de agosto, donde las verbenas, los pasacalles y los desfiles de Moros y Cristianos invaden sus calles. El mes de mayo está dedicado a las fiestas patronales en honor a Santa Cruz y la bendición del término municipal.

La rica gastronomía local es a base de carnes a la brasa, el gazpacho manchego con carne de caza, o el *mojete* arriero, los griñones, etc. Otras delicias culinarias son el arroz al horno y el arroz de hierbas aromáticas de nuestras montañas. En los establecimientos locales se pueden adquirir productos tradicionales como la miel o el aceite de oliva.

El término municipal de Bicorp se caracteriza por un relieve montañoso de formas abruptas y escarpadas, atravesado por profundos barrancos que forman *muelas* como la de Bicorp. Unos parajes de gran belleza que podréis recorrer a pie o en bicicleta por su red de senderos y Btt-cicloturismo. El patrimonio natural e histórico se completa con el conjunto de abrigos rupestres declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, donde destaca especialmente las cuevas de la Araña, que tiene su punto de salida e interpretación en el Ecomuseo de Bicorp.





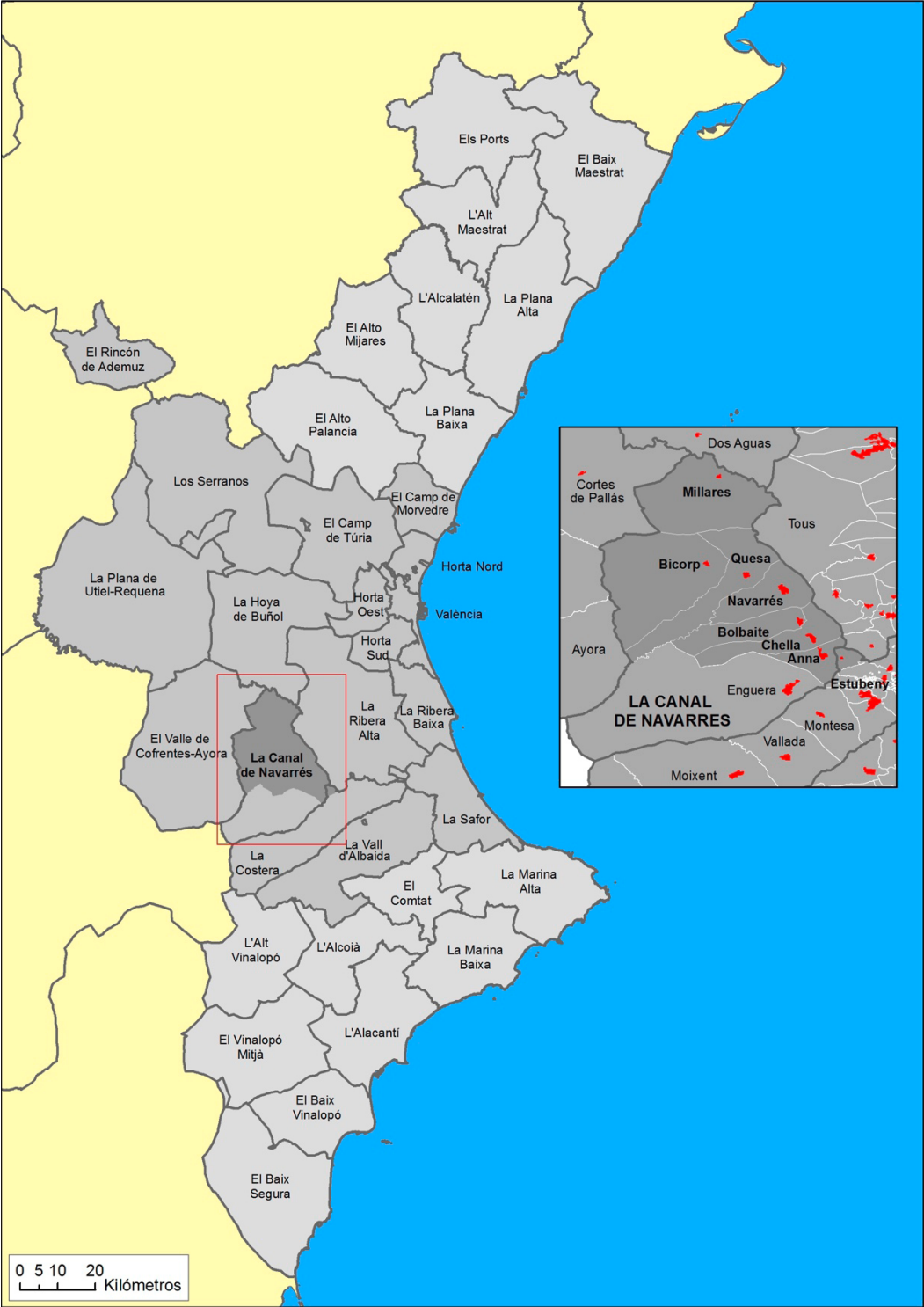
MILLARES

Se accede a este pueblo, desde Valencia, a través de la A-7 tomando luego la CV-520 para acceder a la CV-422, a continuación, seguir por la CV-435 y finalmente por la CV-580.

Los monumentos más destacados son el Castillo de Millares, enclavado en las proximidades de la población, sobre un monte cuyas septentrionales se desploman sobre el Júcar; algunos restos de un castillo, de los varios que jalonaban el recorrido fluvial y que protegían el paso del desfiladero del Júcar contra posibles invasiones. El Castillo de Coves, del que también quedan ruinas cuya torre atalaya todavía se mantiene en pie, en un punto elevado que domina el Júcar aguas arriba del pueblo.

Enclavado en un escarpe del Barranco de las Cañas, ribera izquierda del Júcar, existe un pequeño grupo de pinturas rupestres de estilo levantino. De una ocupación humana durante los primeros tiempos de la Edad de los Metales, o quizá algo antes, a fines del Neolítico, quedan restos en el importante yacimiento de la Cova de les Dones, donde se encuentra igualmente testimonios de época ibérica.

LA CANAL DE NAVARRÉS





EL PLAN DIRECTOR DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CANAL DE NAVARRÉS

fase 1ª

SENSIBILIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

fase 2ª

GRUPO DE TRABAJO DINÁMICO. EL FORO CIUDADANO Y OTRAS

fase 3ª

ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS. DE LA GLOBALIZACIÓN

fase 4ª

ANÁLISIS DEL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

fase 5ª

ANÁLISIS URBANÍSTICO RELACIONADO CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

fase 6ª

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS
DE LA CANAL DE NAVARRÉS

fase 7ª

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

fase 8ª

DIAGNÓSTICO, MATRIZ DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA
Y CREACIÓN DE PRODUCTOS. ANÁLISIS C.A.M.E.

fase 9ª

DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO TERRITORIAL DEL TURISMO
DE LA CANAL DE NAVARRÉS. LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS
DEL "TERRITORIO TURÍSTICO"

fase 10ª

DISEÑO DE INDICADORES DE SEGUIMIENTO DEL PLAN

fase 1^a

SENSIBILIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

Para que el turismo pueda suponerle al territorio una oportunidad de desarrollo que mejore la calidad de vida y aumente el orgullo de pertenencia entre la población debe existir una voluntad clara de recibir visitantes entre la sociedad local

Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico

Hermosilla et al. 2017



El desarrollo de un Plan Director de Desarrollo Turístico exige la implicación de todos los actores del territorio desde el primer momento. Por ello se han desarrollado una serie de acciones de información, colaboración y sensibilización de forma continua con dichos actores. De este modo, el plan nace y evoluciona desde lo local, desde las inquietudes y el conocimiento de los propios habitantes del territorio, que aportan una valiosa información cualitativa y cuantitativa al plan.

Para el desarrollo de esta primera actuación, que debe mantenerse a lo largo del desarrollo del Plan, conviene tener en cuenta varios aspectos. Nos referimos a:

- Un impulso inicial, entre el tejido empresarial y/o el gobierno local: el impulso inicial de este Plan viene dado por la Mancomunidad La Canal de Navarrés, como entidad que agrupa a todos los municipios de la zona y que colaboran de forma activa en la consolidación del concepto y la realidad de mancomunidad como un primer paso hacia la creación y desarrollo de un destino turístico.
- La consolidación de un Grupo de Trabajo: el desarrollo de diversas acciones al mismo tiempo que se ha desarrollado el Plan Estratégico, ha ido encaminada a la consolidación de un grupo de trabajo que se conformará y será operativo a partir del 2018, siguiendo las directrices estipuladas en dicho Plan. En este sentido, se ha integrado en todo momento las sensibilidades tanto de la administración pública, como de empresas privadas del sector turístico y asociaciones ciudadanas, así como a los propios habitantes.
- La coordinación entre las administraciones: la coordinación en la administración pública se ha dado a dos niveles. Por una parte, la coordinación entre los distintos municipios a través de la Mancomunidad y, por otra parte, la comunicación de la Mancomunidad con la Diputación Provincial y la Agència Valenciana del Turisme, como administraciones supramunicipales que apoyan y acompañan el desarrollo del turismo en la zona.

- La primera estrategia efectiva, una eficaz comunicación política: desde el principio ha habido una comunicación, tanto transversal entre los técnicos de la Mancomunidad y la Universidad, así como entre los responsables y políticos y coordinadores del proyecto en la Universidad; como vertical, entre los distintos municipios y los actores sociales y, en última instancia, con la propia ciudadanía.
- La relevancia del tamaño demográfico y el patrón de asentamiento territorial: a pesar de ser un territorio con un tamaño demográfico bastante limitado, la vertebración del territorio de forma física y funcional en torno a la Mancomunidad hace que sea de gran eficiencia.
- Usar y tejer redes, el modo más efectivo de articular producto turístico: las distintas acciones desarrolladas, aunque aparentemente independientes, tienen como objeto el tejer redes alrededor del turismo en el territorio para lograr productos turísticos que sean incorporados al mercado con las máximas garantías de éxito.
- Colaboración, implicación y complicitad: en todo momento ha habido una colaboración e implicación por todas las partes, de manera que se han generado inquietudes y expectativas en torno al desarrollo del turismo en el territorio que llevan una trayectoria de abajo a arriba, es decir, desde la detección de las distintas sensibilidades de los habitantes en los municipios, hasta la plasmación de dichas sensibilidades a lo largo de todo el plan.

Así pues, las acciones realizadas se pueden estructurar en los siguientes apartados:

1.1 REUNIONES INFORMATIVAS DIRIGIDAS A DIVERSOS COLECTIVOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y POLÍTICOS DE LA CANAL DE NAVARRÉS.

Se han desarrollado un total de 9 reuniones colectivas en tres meses (de septiembre a noviembre de 2017) y una veintena de reuniones individuales con el equipo técnico de la Mancomunidad.

1.1.1. REUNIONES CON LOS TOMADORES DE DECISIONES

Una primera reunión el 4 de septiembre de 2017, con todos los alcaldes de la zona, el secretario y la ADL de la Mancomunidad de la Canal de Navarrés e investigadores de la Universitat de València, tanto el coordinador como el equipo técnico del Plan.

1.1.2. REUNIONES CON LOS ACTORES LOCALES

REUNIONES LOCALES

Siete reuniones en cada uno de los municipios implicados con los actores sociales de los municipios que ha implicado a 76 personas.

Navarrés: 12 asistentes	Chella: 9 asistentes	Bolbaite: 8 asistentes
Bicorp: 19 asistentes	Quesa: 7 asistentes	Millares: pendiente
Estubeny: 13 asistentes	Anna: 8 asistentes	

En dichas reuniones se invitó a participar a todos los actores sociales a escala municipal, no sólo de turismo, sino del conjunto de la sociedad civil. Estos encuentros fueron convocados y presentados por el alcalde de cada localidad, y a continuación, se explicó

el contexto territorial del Plan Estratégico por parte de la responsable técnica de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés. La labor de moderación de dichas reuniones fueron responsabilidad del representante de la Universitat de València. La obtención de información de manera directa fue uno de los objetivos de estos encuentros.

NAVARRÉS

Fecha: 21 septiembre 2017

Asistentes: 12

Amas de casa (Tyrius), jubilados UDP, jubilados CIMA, Asoc. Comerciantes La Canal, Casa Rural Playamonte y El Prado, Casa Rural El Patio, Cafetería Villaplana, Navasport, Deportes (participante), Óptica y Kiosko-librería.

Información obtenida:

Concienciación interna para integrar a la población local en el desarrollo turístico.

Problemática de desarrollo de un producto rupestre por falta de guías.

Elaboración de visitas de autobuses a la almazara tradicional.

El uso del habla particular de La Canal como recurso inmaterial.

Se han dado quejas por atención al cliente en comercios.

Importancia de disponer de parques para los niños.

BICORP

Fecha: 27 de septiembre de 2017

Asistentes: 19

8 vecinos, presidenta Amas de casa y secretaria jubilados, presidencia de la AECC/ Ecomuseo, Cooperativa El Progreso, agricultor, AEDL Ayunt, dos informadoras turísticas, guía y arqueóloga, Apicultura y Camping Los Botijos.

Información obtenida:

Se realizan excursiones con agencias de viajes desde el Ecomuseo.

Viene gente, pero se quiere que dicha afluencia sea sostenible.

Hay problemas con el uso del suelo en el Río.

La demanda que va a las cuevas es principalmente familiar y con una buena base cultural.

En verano el turista pasa más tiempo en la zona.
Turistas de Alemania e Inglaterra.
Gran afluencia los fines de semana y en Pascua.
Hay gente que viene adrede a la comarca.
En el Río Fraile hay excursionismo, pero la gente no pasa por el pueblo y no consumen.
Necesidad de fomentar el atractivo al pueblo.
No hay establecidos paquetes turísticos.
Existen bastantes excursiones de colegios.
La Reserva Nacional de Caza tiene un gran potencial.
No hay catálogos de patrimonio.
Se podría hacer una Ruta de las casas cueva.
Uso del geocaching con información de la zona.
Hay una piscina con polideportivo y restaurante.
No hay restauración específica dirigida al turista.
Existencia de senderismo, bici, escalada.
La empresa Turiart trabaja con la cooperativa para el desarrollo de productos turísticos agroalimentarios.
Se creó un grupo trabajo para página web en el Ayuntamiento.
Se realizó un fin de semana de música en el pueblo con gran éxito y afluencia de público.
Hay un polideportivo con zona para caravanas.
El paisaje como recurso turístico: casa rural junto al Pico Caroig, curso del CEFIRE.
En la época de setas la zona se llena.
Existencia de ganadería extensiva con cabras blancas (autóctonas)

ESTUBENY

Fecha: 27 de septiembre de 2017

Asistentes: 13, doce vecinos y el alcalde

Información obtenida:

Necesidad de abrir piscina, cuando estaba abierta venía gente.

En verano no suele ir gente al pueblo.

Necesidad de fomentar, limpiar y señalizar La Cabretá.
La carventá para fomentar.
El recurso del lavadero musulmán.
Existencia de fuentes naturales.
Las rutas de senderismo vienen de Anna.
Vienen autobuses y colegios de fuera.
La promoción de la zona se realiza por Facebook.
Falta señalización en carreteras.
En verano viene gente con casa aquí.
Los fines de semana está lleno.
A la fiesta Casoleta viene mucha gente.
Hacer una ruta turística por el pueblo.
Los ciclistas hacen ruta pero no pasan por aquí.
Linea regular de bus de Estubeny a Bicorp.
Recuperar el río para bañarse pero la CHJ no quiere.
Hacer un observatorio de aves rapaces en los cortados.
Proyecto desconexión de la red eléctrica/sostenibilidad.
Montar una casa rural para usuarios del Hospital de Xàtiva.

CHELLA

Fecha: 28 de septiembre de 2017

Asistentes: 9

Oficina de turismo, Casa rural Los Olivos, Casa rural Balagué, Casa Rural La Paraeta, Emprendedor, concejal Desarrollo Local, La Cañada del Flaco y Casa Rural Chocolates.

Información obtenida

Hay turismo en verano, pascua, nochevieja, puentes.
Turistas extranjeros: Ingleses, belgas, holandeses, franceses.
Turismo estable en verano (repiten todos los años), familias, parejas, amigos.
Grupos grandes y familias completas.
Actividades de Senderismo, turismo activo, barranquismo, bodega Enguera.
Todos piden wifi para tener conectividad.

Los principales alojamientos comercializan en escapada rural, top rural.

El turismo es a tiempo parcial, un complemento a la economía.

Algunas casas rurales no se conocen entre ellas.

Muchos visitantes de Elche y el Sur de Alicante.

Todos los alojamientos son casas completas, sólo uno por habitaciones.

QUESA

Fecha: 28 de septiembre de 2017

Asistentes: 7

Zona de acampada (Campamento Río Grande), Ecocamping Quesa (proyecto), emprendedor, Bar El Convoy, Bar Hogar Turquesa y presidenta Amas de Casa, Bar la Parra y Bar Cordobés.

Información obtenida:

El Hotel la Rocha lo gestiona el Ayuntamiento.

Mantenimiento y continuidad.

Necesidad de controlar el turismo.

Concienciación a la gente mayor que no quieren turismo.

El turismo ha de ser sostenible.

Necesidad de pasar de un sitio de visitar a un sitio de vacaciones.

El clima es un recurso muy favorable porque no hace frío.

Hay mucha agua durante todo el año.

En primavera y otoño hay grupos organizados de senderismo: clubs.

La ruta de las fuentes.

Se está creando la Asociación de Caroig Rural.

La Ruta de la tapa tiene mucho éxito a nivel interno.

Turistas de la zona de Murcia.

ANNA

Fecha: 18 de octubre de 2017

Asistentes: 8

Hostal Mesón, Casa Rural Alameda y gastrobar La Plaza y carnicería Hermanos Ciges,

Casa Rural Fuente de Marzo, Casa Rural Fuente de Marzo, Casa Rural el Lago, Casa Rural el Lago y Centro Social Bar Jubilados.

Información obtenida:

Turistas en verano y en Domingos todo el año.

Excursionismo de día.

Los turistas preguntan por ver otros recursos.

Llegan Autocares con amas de casa, jubilados, etc y vuelven en coche particular.

Se organizan algunos Trails/triatlón.

En verano llega gente de Valencia y Alicante.

Hostal, gente de fuera que viene a ver a la familia, de toda España y extranjero.

Verano, hay más extranjeros porque tienen contactos aquí.

Vienen de las comarcas del sur (Alicante, Benidorm).

La gente se sorprende y pregunta ¿Y esto tenéis aquí en Anna?

El lago actúa como un elemento de nostalgia.

Las empresas de Alicante traen gente al descenso en el río.

En Invierno también hay gente.

Se conoce por Whatsapp, boca a boca, redes sociales.

El problema que indica es que la gente no les conoce.

Todo el mundo se va satisfecho.

Formación de personal para desarrollar el turismo, a la gente le falta interpretación.

Potenciar guías locales.

Problemas de señalización.

BOLBAITE

Fecha: 18 de octubre de 2017

Asistentes: 8

Casa Rural el Puente, Restaurante La Ermita, Trámite casa rural, Casa Rural l'Era y Restaurante el Molino

Información obtenida:

La gente viene por el río.

Demasiada gente en el río por Facebook.

Depende de que haya agua.
Preguntan qué más se puede hacer.
Restaurantes y casas rurales como oficinas de turismo.
Verano y Pascuas.
Pocos extranjeros.
Valencia, Alicante, Elche, Girona, Madrid, Barcelona, Murcia.
La Safor, La Ribera.
Mínimo dos noches ocupación y una semana o más.
Familias y amigos.
Fijos de todos veranos.
Gente que va rodando casas rurales.
Portales: Escapada Rural y Club Rural (Top Rural no).
Río: no se cobra por el baño, pero si el acceso al mismo y servicios (WC y merendero).
Mucha gente del pueblo se queja.
Falta sensibilización de bares, panaderías y carnicerías.
Hay gente que pasa el día y luego vuelven a dormir.
Guías turísticos.

1.1.3. COMUNICACIÓN CON LA MANCOMUNIDAD DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Descripción: ha habido una comunicación continua entre los técnicos responsables del proyecto tanto de la Mancomunidad como de la Universidad. Al menos una vez por semana se ha trabajado de forma presencial en la Mancomunidad; han organizado y asistido conjuntamente a las reuniones municipales y a los foros territoriales.

Resultados: de este modo el análisis realizado y las propuestas han sido consensuados de forma continua.

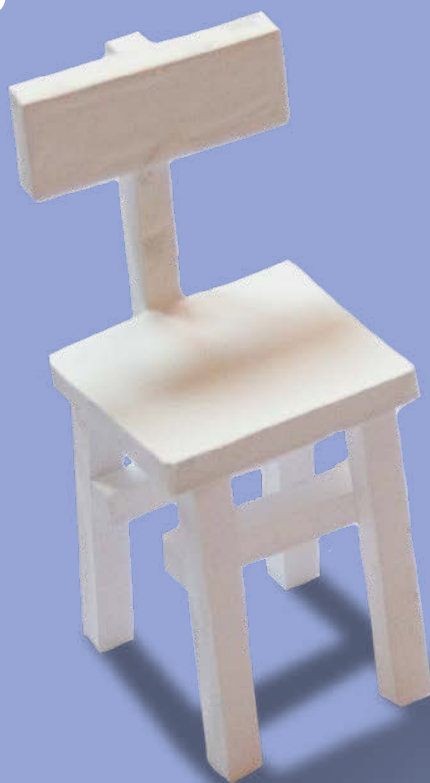
1.2. ENTREVISTAS DE SENSIBILIZACIÓN Y SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO REALIZADAS EN LOS MUNICIPIOS

Durante la semana del 11 al 15 de diciembre se realizaron 130 entrevistas a vecinos de cada uno de los municipios con objeto de conocer su percepción sobre el turismo de la zona. El análisis de las mismas se recoge en un apartado posterior.

Los municipios objeto de estudio son, de norte a sur: Millares, Bicorp, Quesa, Navarrés, Bolbaite, Chella, Anna y Estubeny. Están situados en la comarca de la Canal de Navarrés, a excepción de Estubeny, que pertenece a la de La Costera. Se efectuaron 20 encuestas en cada municipio, a excepción de Millares y Estubeny, donde se realizaron 11 y 8 respectivamente, al disponer de un menor volumen poblacional. La elección de las personas escogidas para responder al cuestionario fue completamente aleatoria, por lo que aparecen bien representados los diferentes grupos de edad distribuidos por género.

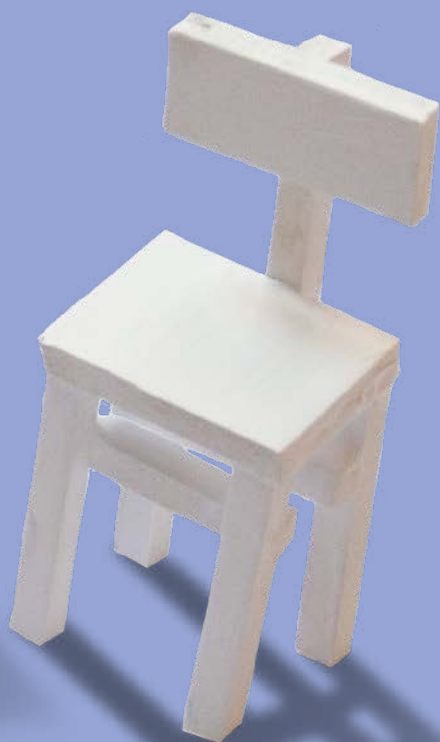
fase 2^a

GRUPO DE TRABAJO DINÁMICO. EL FORO CIUDADANO Y OTRAS FÓRMULAS DE PARTICIPACIÓN



Es imprescindible que la composición final de este Grupo reproduzca bien los pesos relativos de los distintos grupos de opinión existentes en el territorio y pueda así ser considerada como un Foro Ciudadano

*Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico
Hermosilla et al. 2017*



Además de las acciones de sensibilización y comunicación es necesaria la constitución de un grupo de trabajo dinámico y continuo, a través del Foro Ciudadano.

2.1. CONSTITUCIÓN DE UN GRUPO DE TRABAJO: EL FORO CIUDADANO

Por ello, se ha constituido un Grupo de Trabajo, el Foro Ciudadano. Éste se ha reunido en dos convocatorias. La primera, con objeto de dar a conocer el Plan a una escala supramunicipal y unir a los actores sociales de toda la zona, se celebró en Bolbaite.

La segunda se celebró en Navarrés; se dio a conocer tanto los primeros resultados del diagnóstico como el plan de actuaciones cuya ejecución será planteada a partir del propio 2018.

El objetivo de estos foros es generar la idea de mancomunidad en la población de la totalidad de los municipios, evitar los localismos y pensar de forma global, de manera que las acciones de cada municipio afecten/beneficien al conjunto.

I Foro ciudadano de La Canal de Navarrés

Un foro ciudadano territorial en el que han asistido más de 30 personas del territorio. En el mes de noviembre se presentó el Plan estratégico a todos los asistentes por parte de la alcaldesa de Bolbaite, posteriormente los técnicos de la Universitat explicaron los pasos que se estaban siguiendo en el mismo y a futuro. Por último, se plantearon una serie de cuestiones a los asistentes sobre el turismo de La Canal y se obtuvo información a través de las encuestas que se facilitaron y que, posteriormente, han sido utilizadas para el conjunto de la población.

2.2. ENTREVISTAS, ENCUESTAS Y PANELES DE EXPERTOS, TANTO A ACTORES DE LA DEMANDA Y LA OFERTA TURÍSTICAS

Paralelamente al desarrollo del plan se han ido estableciendo contactos con expertos del sector, así como se ha asistido a foros como la *"II Jornada de Innovación de los Paisajes Turísticos Valencianos de l'Alcudia"* o la jornada de *"Comercialización del Turismo de Interior"* en el CdT de València, para recoger las últimas tendencias del sector del turismo, valorarlas y poder incorporarlas al Plan.

También se han realizado entrevistas a los tomadores de decisiones de los municipios (alcaldes y alcaldesas) y a los técnicos de la Mancomunidad para conocer su visión de turismo desde un punto de vista supramunicipal.

De la misma manera, tal y como se ha explicado anteriormente, se han realizado encuestas a los propios habitantes de cada municipio para conocer su percepción del turismo en la zona.

Por último, se han realizado igualmente encuestas a turistas que visitaron La Canal en los últimos años para conocer su grado de satisfacción, así como los recursos turísticos más destacados de la zona y los perfiles de demanda más destacados.

Encuestas a los habitantes del territorio

Se han realizado un total de 20 encuestas en cada uno de los municipios estudiados (Bicorp, Quesa, Navarrés, Bolbaite, Chella y Anna), a excepción de los términos de Estubeny y Millares, donde se efectuaron 8 y 11 respectivamente, debido a su menor población. Las encuestas se efectuaron de forma aleatoria, sin centrarse en determinados grupos o colectivos. En total se realizan 139 encuestas, con el 56,1% de mujeres y el 43,9% de hombres. En la figura 1 se observa que los grupos de edad

que mayor presencia tienen en el total de la muestra son los situados en las edades medias, entre los 40 y 49 años, y los de 50 y 59. Las cifras disminuyen en cuanto a la población menor de 40 y sobre todo en el grupo entre 70 y 79 años. El 20,8% de los entrevistados pertenecen directa o indirectamente al sector turístico.

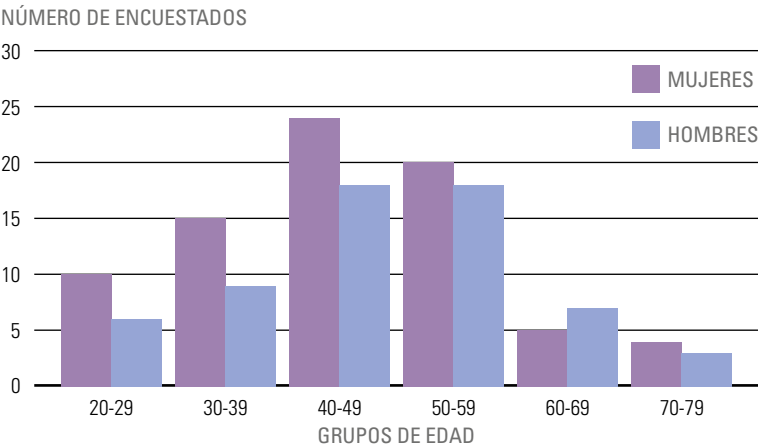


Figura 1. Edad y género de los encuestados.

MUNICIPIO	OCUPACIÓN				Nº Encuestas
	Empleado	Autónomo	No trabaja	Desempleado	
Millares	6	3	2	0	11
Bicorp	9	3	6	2	20
Quesa	9	4	5	2	20
Navarrés	13	6	0	1	20
Bolbaite	8	2	5	5	20
Chella	14	5	1	0	20
Anna	13	3	0	4	20
Estubeny	6	2	0	0	8
TOTAL	78	28	19	14	139

Cuadro 1. Ocupación de los encuestados

MUNICIPIO	FORMACIÓN			Nº ENCUESTAS
	Universitaria	FP/Diplomado	Primaria/Bachiller	
Millares	5	0	6	11
Bicorp	2	7	11	20
Quesa	2	6	12	20
Navarrés	7	4	9	20
Bolbaite	7	2	11	20
Chella	6	7	7	20
Anna	6	5	9	20
Estubeny	3	2	3	8
TOTAL	38	33	68	139

Cuadro 2. Nivel de formación de los encuestados

En el cuadro 1 se indica el grado de ocupación que poseen los entrevistados según su situación laboral en cada municipio. El 56,1% están empleados y el 20,1% son autónomos. Entre las personas que no trabajan se incluyen aquellas que no tienen ni buscan empleo o están jubiladas y suponen el 13,7% de los encuestados. El 10% de la muestra se corresponde con personas en situación de desempleo. El nivel de formación de los encuestados se refleja en el cuadro 2. El 27,3% posee estudios universitarios y el 23,7% posee un FP o una Diplomatura. La mitad de la muestra posee estudios primarios o de Bachillerato.

Enunciado 1: ¿Se beneficia del turismo directa o indirectamente?

La percepción que poseen los encuestados sobre si obtienen algún beneficio directo o indirecto del turismo en el conjunto de la Canal de Navarrés se observa en la figura 2. Un 65% percibe que sí se beneficia, mientras que el 23% no obtienen ningún provecho de esta actividad. Por municipios existen algunas diferencias. El municipio

con un mayor porcentaje de personas que sienten que se favorecen del turismo es Quesa, con un 75%, seguido de cerca por Navarrés y Anna, que alcanzan el 70%. Los municipios con menor grado de acuerdo al enunciado son Bicorp y Estubeny, con sólo el 50% de respuestas favorables.

Estubeny, con el 37,5%, y Millares, con el 36% son los municipios que disponen de un mayor número de respuestas en que los entrevistados señalan que personalmente no se benefician del turismo. En Bicorp y Anna el 30% no se aprovecha de la actividad turística. El término que posee un porcentaje menor de contestaciones, en las que los encuestados no se ven favorecidos por el turismo, es Quesa con solo el 10%. En esta localidad se encuentra el mayor número de personas que perciben un beneficio propio, directa o indirectamente del turismo, y a su vez el menor en cuanto a los que creen que no les supone ningún provecho.

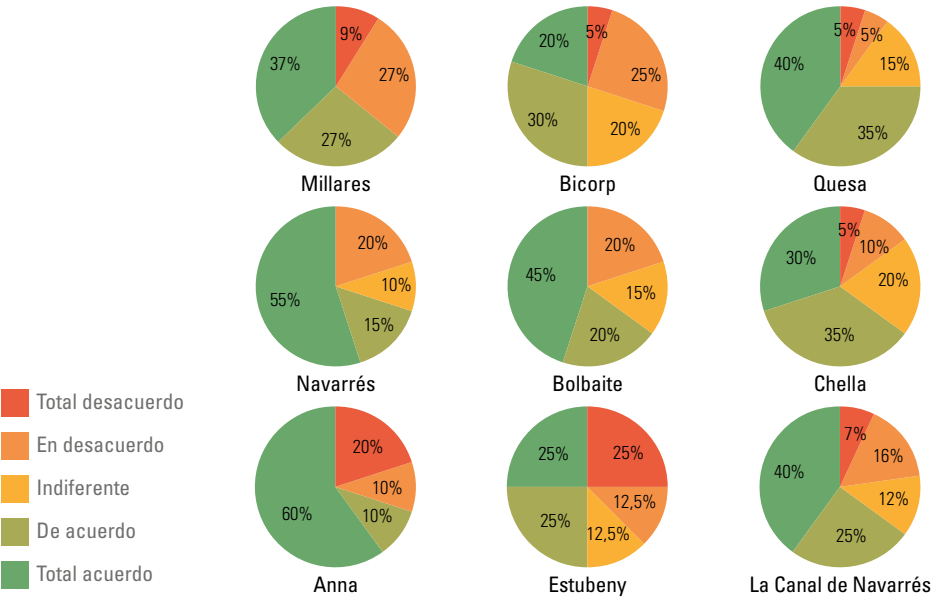


Figura 2. Porcentaje de respuestas al enunciado “Siente que se beneficia del turismo directa o indirectamente”.

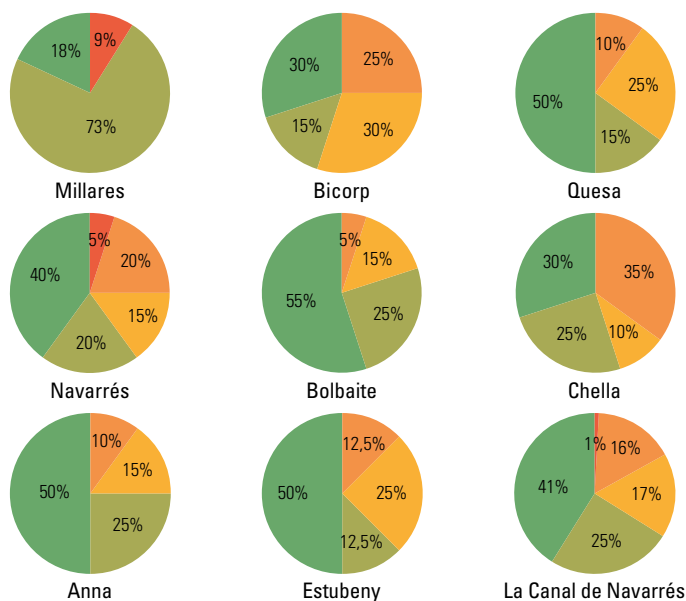


Figura 3. Porcentaje de respuestas al enunciado: “Cree que su municipio se beneficia de los desarrollos turísticos”

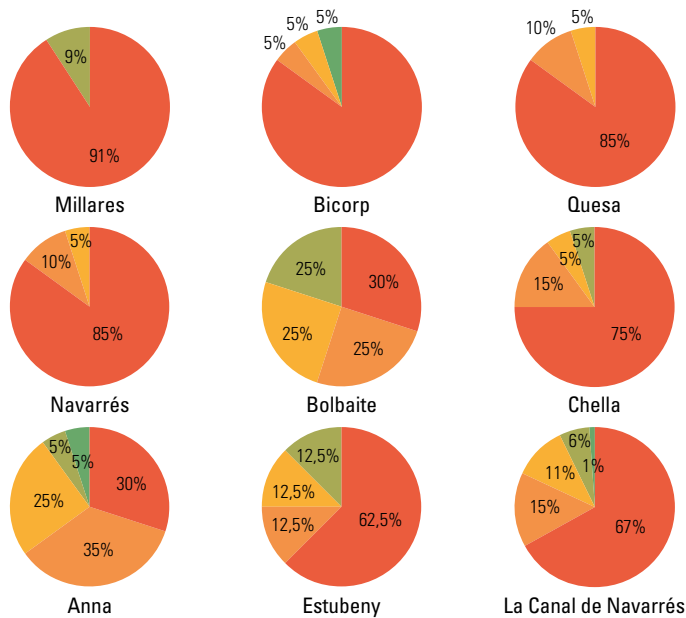


Figura 4. Porcentaje de respuestas al enunciado: “Cree que la actividad turística causa problemas en su municipio”

El mayor porcentaje de respuestas donde los encuestados se muestran totalmente de acuerdo con la aseveración propuesta (5 en la escala establecida) es Anna, con el 60%. Puede deberse a la vocación turística que posee este municipio, ya que alberga varios de los principales atractivos turísticos territoriales (Albufera de Anna, Castillo-Palacio de los Condes de Cervellón, Gorgos...). Por el contrario, el menor porcentaje de respuestas que se muestran totalmente de acuerdo con el enunciado es Bicorp, con sólo el 20%, pese a que disponga también de algunos de los principales recursos turísticos territoriales, como son el arte rupestre, las rutas senderistas y los numerosos espacios naturales.

Enunciado 2: ¿El municipio se beneficia de los desarrollos turísticos?

Como se observa en la figura 3, en la Canal de Navarrés dos tercios de los entrevistados opinan que su municipio se beneficia de los desarrollos turísticos, mientras que el 17% creen que no se ven favorecidos por el turismo. Estas cifras se ven matizadas en los diferentes términos, ya que existen diferencias considerables. Los municipios donde consideran que se benefician más del turismo son Millares (91%), Bolbaite (80%) y Anna (75%). Es en estos mismos lugares donde el porcentaje de personas que indican que su municipio no se aprovecha de la actividad turística es más bajo (5% en Bolbaite, 9 % en Millares y 10% en Anna).

Las localidades donde consideran que el municipio se beneficia menos del turismo son Bicorp, con sólo el 45% de los encuestados, y Chella con el 55%. Sorprende que en Bicorp se den estos datos tan escasos, porque en este término existe una variedad y cantidad de recursos turísticos de gran calidad. El motivo por el que se produzca es probablemente la falta de concienciación de algunos sectores de la población, que no ven el turismo como una actividad complementaria que puede generar ingresos en la economía de la localidad. En cuanto a las respuestas que señalan que los municipios no se aprovechan del turismo los porcentajes más elevados coinciden básicamente

con los resultados anteriores, con el 35% de los entrevistados en Chella, y el 25% en Bicorp y Navarrés.

Enunciado 3: ¿La actividad turística causa problemas en el municipio?

El porcentaje de encuestados que están de acuerdo o totalmente de acuerdo con que el turismo causa problemas en su municipio son un 7% en el conjunto territorial, mientras que dos tercios de los entrevistados se postulan en un total desacuerdo ante esta afirmación. En la figura 4 observamos que las diferencias entre términos son notables. Los términos con el porcentaje más elevado son Bolbaite (20%), Estubeny (12,5%) y Anna (10%), y es donde observan que el turismo es una actividad que genera algunos problemas.

Estos datos se corresponden también con el porcentaje de personas que están totalmente en desacuerdo con el enunciado. En los municipios localizados en el sector septentrional del territorio el 85% en Bicorp, Quesa y Navarrés opinan que el turismo no causa ningún tipo de perjuicio, y el 91% en Millares. Sin embargo, esta situación cambia sustancialmente en los términos de Anna y Bolbaite, donde sólo se alcanza el 30% de encuestados que se muestran totalmente en desacuerdo con el enunciado. En estos lugares valoran de forma negativa los impactos medioambientales que genera esta actividad. Perciben como problemas la suciedad y los vertidos que efectúan los visitantes en ciertas zonas, la presencia de actividades deportivas que perjudican al medio ambiente (motocross, mountain bike, o barranquismo) y la masificación que se produce, sobre todo en los meses estivales, en parajes como la Albufera de Anna o el río Bolbaite.

Enunciado 4: ¿Cuáles son los tres principales recursos turísticos de su municipio?

El tipo de respuestas a esta cuestión varía entre las que hacen referencia a recursos turísticos en general y las que citan lugares o parajes concretos. En **Millares** el mayor número de citas, con 6, corresponde al yacimiento paleontológico de icnitas de dinosaurio, localizado en el barranco del Tambuc. Los recursos relacionados con el agua tienen también una importancia destacada. Con 5 referencias se indican las fuentes del término, con 4 la cascada de El Monstruo, de unos 60 m de altura, y con 2 las numerosas cavas del término, el Barranco del Nacimiento, la red de acequias tradicionales, los barrancos y el Balsón del Nacimiento. El arte rupestre también es citado como uno de los principales recursos (2), del que también forman parte las cuevas (2), la Cueva de Donas y la Cueva de Palomas.

En el término de **Bicorp** el recurso turístico más señalado por los encuestados es el río Fraile, con 14 citas. El siguiente son las pinturas rupestres, que representan una muestra excelente del arte rupestre levantino, y que son Patrimonio Mundial de la Humanidad. La Cueva de la Araña tiene 8 referencias, el arte rupestre en general 7, el Ecomuseo de Bicorp 7, el Barranco Moreno 6 (posee casas-cueva y diversos abrigos con pinturas rupestres) y las cuevas en general 3.

En **Quesa** el paraje más indicado es el de los Lagos o Charcos de Corbera, con 17 referencias. El siguiente recurso son las rutas senderistas, con 11 citas. Las actividades relacionadas con el paisaje y los espacios naturales están representadas también por la montaña (3 citas), la fauna (3) o la naturaleza. El arte rupestre también posee 3 referencias y el Abrigo del Voro, que es una de sus manifestaciones, concretamente 2.

En Navarrés, al igual que en el resto del territorio, el agua es uno de los principales recursos turísticos. Con 15 referencias se encuentra Playamonte, con 10 Los Chorradores y con 9 el embalse de Escalona. La gastronomía se nombra por 5 encuestados,

lo mismo que los paisajes naturales. El arte rupestre está representado por el Abrigo del Garrofero, con 4 citas, y la Cueva de Celda, con 3 referencias.

En **Bolbaite** el principal recurso turístico es el río Bolbaite, al haber sido mencionado por la totalidad de los entrevistados (20). Los siguientes recursos turísticos en importancia, según los encuestados, están referidos al patrimonio religioso (el paraje de la Ermita ha recibido 13 menciones) y al patrimonio histórico (el Castillo posee 11 referencias). A mayor distancia se sitúan las fiestas y los parajes naturales, con 3 referencias cada una.

En **Chella** el mayor número de citas se corresponde con el recurso agua. El principal paraje del término es el Salto, que es una cascada natural, que ha obtenido 17 citas, seguida del mirador que posee 5. A su vez la galería drenante de la Fuente del Abrullador ha sido citada en 3 ocasiones. El paraje de la Ermita se nombra en 4 ocasiones, mientras que la naturaleza viene citada en 3 referencias.

En el municipio de **Anna** gran parte de protagonismo lo sigue ostentando el agua, que a su vez es uno de los recursos fundamentales para el turismo del territorio. La Albufera de Anna dispone de 16 menciones, mientras que los denominados Gorgos existentes en el municipio (de la Escalera, Catalán, Gaspar...) cuentan con 13 citas. También se indican la Fuente Negra (4 referencias), el agua en general (3), el Sendero de las 3 Cascadas (3) o la Fuente de Marzo (2). Otro de los elementos de mayor importancia es el Castillo-Palacio de los Condes de Cervellón, con 15 menciones.

La Cabrentá, con 7 menciones, y el río Sellent, que dispone de 4, son los principales recursos turísticos que señalan los encuestados en el término de **Estubeny**. Con 3 menciones se encuentran la iglesia parroquial y el paraje de Les Coves.

Enunciado 5: ¿Cuáles son los principales recursos turísticos de La Canal de Navarrés?

Esta cuestión se formuló a los 139 encuestados, para que señalaran cuáles eran los principales recursos turísticos de la comarca. Como se observa en la figura 5, por grandes agrupaciones **lo relacionado directa o indirectamente con el agua** obtiene el 57% de las respuestas. Los primeros 4 recursos de la lista son la Albufera de Anna con 62 menciones, los Lagos o Charcos de Corbera (53), el Río Fraile de Bicorp (29) y el Río de Bolbaite (26). También superan la decena de citas Playamonte con 15, El Salto de Chella con 13, los Gorgos situados en Anna con 11 y el Agua con 11. La segunda agrupación con un mayor número de menciones es la relacionada con **el arte rupestre**, que obtiene las mismas cifras que los recursos naturales, un total de 60, lo que equivale al 12,9%. En el arte rupestre existen 20 citas genéricas, y 24 a la Cueva de la Araña de Bicorp, la principal muestra existente en la zona. Con respecto a **los recursos naturales** los que han obtenido un mayor número de citas son las rutas senderistas (22) y los espacios naturales (19). En cuanto al patrimonio histórico-arquitectónico los elementos con un mayor número de menciones son el Castillo-Palacio de los Condes de Cervellón, con 13 referencias, y el castillo de Bolbaite, con 5.

Tipología de recursos turísticos de la Canal de Navarrés

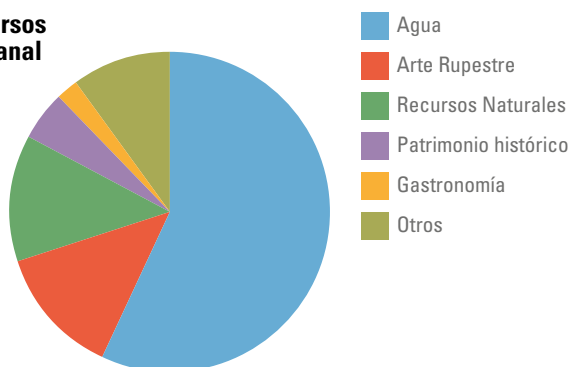


Figura 5. Tipología de recursos turísticos de la Canal de Navarrés.

Enunciado 6: ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas y debilidades turísticas de su municipio?

En el cuadro 3 se indican las principales fortalezas y debilidades turísticas de cada uno de los municipios en los que se ha efectuado la encuesta. En los términos de Millares y Estubeny se reflejan las que poseen como mínimo 2 menciones, mientras que en el resto de municipios se han señalado aquellas que disponen de al menos 3 referencias.

En **Millares** como fortalezas destacan las rutas senderistas y los espacios naturales, siendo sus principales debilidades la escasa promoción turística existente, las infraestructuras de comunicaciones y el aislamiento geográfico. En **Bicorp** debemos reseñar como fortalezas el medio natural (montaña, espacios naturales, paisajes...), la gastronomía y el arte rupestre. Es significativo que también obtengan 3 menciones los alojamientos, cuando en el ámbito supramunicipal generalmente se señala como una de las cuestiones a mejorar. Como debilidades se mencionan hasta en 8 ocasiones el acondicionamiento y accesibilidad de los caminos y sendas y la deficiente red de carreteras que llegan hasta el término.

En **Quesa** coinciden algunas de las fortalezas de otros términos, como las rutas senderistas y los espacios naturales, aunque debemos señalar la restauración, que es una de las debilidades territoriales, y el hotel, que es uno de los principales activos turísticos en el municipio. Como debilidades se encuentran la ausencia de infraestructuras turísticas y la escasa oferta de servicios. **Navarrés** comparte como fortalezas con el resto de la zona las actividades y potencialidades derivadas de la naturaleza, además de la tranquilidad, la gastronomía y la restauración. Es significativo que para 4 de los encuestados los alojamientos sean considerados como una fortaleza, mientras que para otros 4 la escasez de los mismos sea una debilidad. Como principales puntos a mejorar tienen 6 citas las infraestructuras de comunicaciones y la mayor publicidad y difusión de la oferta turística.

En **Bolbaite** la principal fortaleza son los espacios naturales con 7 menciones, seguida del agua, con 6. Aunque se señala la gastronomía (4 citas) como uno de los principales atractivos turísticos, hasta 9 encuestados indican que existe un déficit en la oferta de restauración. También se cita la escasez de alojamientos como uno de los principales hándicaps en el desarrollo turístico del municipio. Como ocurre en el resto de la Canal de Navarrés, el municipio de **Chella** destaca por los espacios naturales y las rutas senderistas, siendo también la gastronomía y la restauración otros de sus principales ítems. Entre las debilidades se sitúa la falta de mantenimiento de El Salto, con 6 citas, una mayor publicidad en la oferta y la promoción del turismo y la escasez de infraestructuras y alojamientos.

Anna añade a las tradicionales fortalezas de los espacios naturales (10 referencias) y las rutas senderistas (6), el agua (5) y el patrimonio cultural (5). Los principales problemas son la escasez en la oferta de restauración, la difícil accesibilidad de caminos y sendas y la falta de mantenimiento del entorno, con 3 menciones cada una. En **Estubeny** la principal fortaleza es la restauración, con 4 citas, seguida de los espacios naturales. Pese a esto se advierte como principal aspecto a mejorar la falta de mantenimiento del entorno y los elevados costes que esa tarea supone, además de la falta de servicios, infraestructuras y transporte público.



fase 3^a

ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS. DE LA GLOBALIZACIÓN AL CONCEPTO “GLOCAL”

La globalización ha cambiado la forma de ver el turismo. La situación político-económica va a ser un factor relevante para determinar qué podemos hacer como destino

Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico

Hermosilla et al. 2017





3.0 UNA VALORACIÓN EN TORNO A LAS TENDENCIAS DEL TURISMO: SOCIODEMOGRÁFICAS, MEDIOAMBIENTALES Y TECNOLÓGICAS

La serie de cambios sociales, medioambientales, tecnológicos y políticos que se viven en esta época enmarcan cualquier posible evolución de la demanda turística y deben ser tomados en cuenta para la propuesta de todo plan turístico. El conocimiento de los territorios que emiten los flujos turísticos, su principal motivación y su gasto medio in situ, mediante la información disponible, es un ejercicio clave porque establece el tamaño máximo del mercado al que puede aspirar nuestro plan con sus productos (Hermosilla et al., 2017).

El desarrollo en turismo que se ha producido en los últimos años ha situado a España y a la Comunidad Valenciana ante una nueva perspectiva del fenómeno turístico. Ello es debido a un nuevo comportamiento social que ha propiciado la generalización de los viajes, el fraccionamiento del periodo de vacaciones, el incremento del tiempo libre y, especialmente, la sensibilización hacia la conservación, disfrute de la naturaleza y la valoración de los modos de vida tradicionales (Deloitte, 2017).

Según diversos estudios sobre expectativas del turismo y el informe de Horizonte 2020 (Deloitte, 2017, Ministerio de Industria y Comercio, 2017) la tendencia de crecimiento de la economía mundial y los cambios acelerados y multidireccionales que se prevén en todos los ámbitos afectarán de manera significativa al desarrollo de la actividad turística; cuestiones como el envejecimiento demográfico en Europa, la estabilidad política, el cambio climático o la forma con que Internet ha irrumpido en los hábitos de los ciudadanos, son un buen ejemplo de ello.

Según las mismas fuentes, España experimentará de cara al 2020 un crecimiento medio del 2,4%, superior al de sus principales mercados emisores de turistas: Reino

Unido (2,3%), Alemania (1,9%) y Francia (1,9%). España deberá, en este sentido, aprovechar su pertenencia al entorno europeo como ventaja competitiva (moneda, infraestructuras, servicios sanitarios...).

Tendencias sociodemográficas

En los países desarrollados, las tendencias sociodemográficas seguirán marcadas por un envejecimiento progresivo de la población, más notable en los países europeos, donde el 34% de los ciudadanos tendrá en 2020 más de 55 años, frente al 28% actual (Ministerio de Industria y Comercio, 2017). Estas tendencias demográficas y económicas supondrán sobre el turismo europeo hacia España una importancia creciente de la población de mayor edad, que generará unas demandas concretas a satisfacer por los productos y destinos turísticos.

Del mismo modo, la consolidación de la clase media en economías emergentes hará necesario un mayor esfuerzo en promoción para desarrollar un posicionamiento diferencial y una adaptación del producto a las necesidades de estos colectivos. La adaptación del producto también deberá reflejar las demandas de otra de las más importantes **tendencias sociales**: matrimonios homosexuales, solteros y familias monoparentales que actualmente forman las nuevas estructuras familiares.

Tendencias medioambientales

Otro de los aspectos fundamentales de cara al horizonte 2020 es la influencia de las **tendencias medioambientales**. En las agendas de turismo estarán, cada vez más presentes, aspectos como la eficiencia energética y el cambio climático. La Unión Europea ha formulado una serie de objetivos para el horizonte 2020 que se traducen en que el 20% de la energía primaria consumida en la UE proceda de fuentes renovables, se reduzcan las emisiones de CO₂ en un 20% y se eleve el

consumo de biocombustibles hasta el 10% del total de carburantes. En todo caso, la adopción de medidas en materia de medio ambiente por parte del sector turístico vendrá determinada no sólo porque aparezca en la agenda política, sino sobre todo porque de una buena conservación del medio y de un uso eficiente de los recursos dependerá -en definitiva- el futuro del sector, tanto desde el punto de vista de la competitividad como por una mayor sensibilidad de la demanda que exigirá cada vez más la sostenibilidad económica, medioambiental y social en sus opciones de compra (Ministerio de Industria y Comercio, 2017).

De la misma manera, y también relacionado con el clima, tenemos durante cuatro años una tendencia sostenida a veranos más cálidos y más largos. Los más beneficiados son el turismo de sol y playa y el turismo rural. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2016), las pernoctaciones de casas rurales en España se incrementaron en julio un 7,8% respecto al mismo mes de 2016 y en agosto, un 6,5%, con un total de 3.800.000 acumuladas en los dos meses. Los viajeros subieron un 7,5% en julio y un 5% en agosto y para 2017 se esperan también incrementos en los puentes y Nochevieja, considerados periodos de temporada alta en el turismo rural.

Tendencias tecnológicas

Pero, sin duda, son **los desarrollos tecnológicos** los que marcarán no sólo la forma de comercialización del turismo, sino la configuración de los propios productos. Dada la rapidez de evolución de estas tecnologías, y aun sabiendo las dificultades para proyectar las tendencias hacia el 2020, las posibilidades de provisión de servicios y contenidos se incrementarán de forma notable con el aumento de las redes de comunicaciones, en la medida en que la información fluirá allí donde los turistas se encuentren. Los turistas demandarán el uso de los avances tecnológicos para una mayor comodidad, tanto desde el punto de vista de la información turística como de la prestación de servicios y la comercialización.

Internet se ha convertido en un gran escaparate de la oferta de turismo rural (páginas web propias, redes sociales, agregadores de oferta de turismo rural, agencias online, etc.); sin embargo, aprovechar sus posibilidades requiere conocimientos, recursos económicos y tiempo del que no siempre disponen los gestores de la oferta turística rural. Las oportunidades derivadas de Internet pueden devenir riesgos si la oferta no se adapta a este entorno puesto que podrían producirse procesos de re-intermediación y dependencia de los canales de comercialización online. A las barreras mencionadas hay que unir la falta de conectividad para el acceso a Internet en numerosas áreas rurales.

Los nuevos modelos de promoción a través de plataformas virtuales y de fenómenos sociales desarrollados sobre éstas (social media, marketing viral, blogs, etc.) se generalizarán, convirtiendo la gestión del conocimiento del entorno y las organizaciones como claves para el desarrollo de ventajas competitivas.

3.1. EL TURISMO DE INTERIOR: TENDENCIAS Y DEMANDAS

Es necesario abordar el análisis del potencial del turismo rural, no sólo visto como generador de ingresos, sino como un producto, que por tener características y épocas propias sirve para compensar la estacionalidad del turismo típico. Se debería proponer una oferta integrada de ocio caracterizada por el contacto con el entorno natural y que a su vez facilite la interrelación con la sociedad local.

De manera específica la Comunidad Valenciana y en particular la provincia de Valencia, presentan una gran diversidad de espacios y lugares, ricos en paisajes que conlleva un gran potencial para la práctica de actividades turísticas diferentes a las tradicionales de sol y playa.

Según estudios de tendencias de turismo rural para el período 2015 y 2016 el viajero busca naturalidad, naturaleza y autenticidad. Le gusta la “buena” gastronomía, las breves historias del medio rural, dejarse envolver por un entorno “genuino”. Quiere vivir experiencias reales, sencillas y singulares, si es posible en contacto con los residentes, siendo un ente activo de la misma. La mayor demanda se tiene en actividades y experiencias ligadas al entorno o incluso a la explotación de los propietarios de la casa rural como agroturismo. Los clientes gustan de encontrar en destino actividades programadas entre las que elegir según sus gustos.

En España las primeras iniciativas en la concepción del Turismo Rural como actividad complementaria de las rentas agrarias, fueron los Programas de Vacaciones en Casas de Labranza entre los años 60 y 80 a cargo de la Agencia de Extensión Agraria y el entonces Ministerio de Información y Turismo. Posteriormente, destacan las medidas auspiciadas por la Unión Europea (Comisión Europea, 1988) entre las que se enmarca la iniciativa comunitaria LEADER (Liaisons entre Actions de Développement de l’Economie Rurale) iniciada en 1991 y, posteriormente, el programa PRODER en 1996 (Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica en Zonas Rurales), promovido por el Ministerio de Agricultura y las Comunidades Autónomas y cofinanciado por la Unión Europea. Todas estas iniciativas han supuesto un fuerte impulso del Turismo Rural, contribuyendo a su espectacular crecimiento en los últimos quince años. A partir de 2007, el enfoque LEADER pasa a incluirse en los Planes de Desarrollo Regional, convirtiéndose en un eje específico de la política de desarrollo rural.

Así, las inversiones públicas del LEADER en el periodo 1994-2007 alcanzaron los 27,6 M€/año, el Turismo Rural recibía el 24,3% de esta inversión y un porcentaje medio de apoyo a los proyectos del 36,9%. En la actualidad, existen varias iniciativas encaminadas a incrementar la competitividad en el sector del Turismo Rural: la Ley para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural (Ley 45/2007) que incluye el fomento del Turismo Rural entre las medidas que pueden adoptar los Programas de Desarrollo Rural Sostenible y el Plan Renove Turismo, donde se puede beneficiar plenamente el sector del Turismo Rural (tanto alojamientos como empresas de oferta turística complementaria).

El año 2016 fue uno de los más positivos para el turismo rural, con un aumento del 42,4% en búsquedas en internet con respecto al año anterior. Así lo afirma un informe elaborado por “escapadarural.com”. Estas cifras confirman la continua mejora de un sector que en el año 2017 se prevé continúe en progresión positiva, coincidiendo con la celebración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

Hay dos segmentos de públicos específicos, el senior y el *wellness*, que se presentan como oportunidades relevantes del turismo rural. Su capacidad adquisitiva y gasto medio superior son importantes palancas para el crecimiento de este tipo de turismo en 2017.

A mediados de los noventa, una investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (1995) estimaba 5,3 millones de viajes turísticos a espacios rurales entre los residentes en ciudades españolas de más de 100.000 habitantes, una demanda cuantitativamente significativa, con un impacto económico importante. Las tres motivaciones fundamentales de la demanda en esa época eran los vínculos familiares (relacionados con el lugar de nacimiento y la visita a familiares y amigos), el contacto y disfrute de la naturaleza y la tranquilidad. Entre las principales características de este flujo turístico, cabría destacar su comportamiento relativamente pasivo, relacionado con el descanso, y el uso mayoritario de alojamiento privado, puesto que un 65% de los turistas se hospedaba en casas de familiares, amigos o segundas residencias.

Actualmente las tendencias de la demanda apuntan cambios en este sentido, mayor concienciación ambiental, crecimiento del ocio activo, fragmentación de los viajes a lo largo del año, mayor personalización, favorecidas por una evolución económica favorable a partir de mediados de los noventa y la mejora de las infraestructuras de transporte y comunicaciones (Ivars, 2016).

La evolución se centra en el cambio desde los modelos turísticos más tradicionales y contemplativos, que buscaban el descanso, la buena compañía, el aire puro, el paisa-

je atractivo y la buena comida, hasta un modelo más moderno y participativo. En este modelo el turista juzga el viaje por la calidad de la experiencia que ha tenido y ésta a su vez involucra aspectos relacionados con el nivel de participación, aspectos hedónicos, de seguridad y reconocimiento (Schlesinger et al., 2015; Pérez-Cabañero et al., 2017) representado por los eco-turistas, que buscan la experiencia de sumergirse en un estilo de vida radicalmente diferente al suyo, en vivencias en la naturaleza, en las relaciones o en el contacto con lo diferente, pasando por un modelo intermedio, fundamentalmente el de los turistas relacionales, para los cuales la relación con sus compañeros de viaje en un entorno idóneo es uno de los elementos claves del hecho turístico (Agencia Valenciana del Turisme, 2016).

3.2. CIFRAS DEL TURISMO DE INTERIOR EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Según datos de la Encuesta elaborada por la Agencia Valencia del Turisme (AVT, 2016), la demanda nacional representó un 68,7% de los viajes y un 50,4% de las pernoctaciones. Del total de viajes de los españoles, un 40,5% correspondió a la tipología de fin de semana y un 21,1% a vacaciones de verano. La Comunidad Valenciana fue el tercer destino turístico de España en número de viajeros y de pernoctaciones, teniendo en cuenta tanto el turismo nacional como extranjero, por detrás de Andalucía y Cataluña. El número de viajes de los residentes creció un 5,7%.

La demanda de turismo rural en la Comunidad Valenciana está compuesta en su amplia mayoría por viajeros procedentes de la propia Comunidad, le siguen los catalanes y en tercer lugar los murcianos, según el Observatorio de Turismo Rural 2013.

Según las cifras del gráfico 1, cabe señalar que existe una pequeña discrepancia entre las afirmaciones del propietario y las respuestas de los viajeros locales. En concreto, al preguntar al turista rural valenciano por sus gustos a la hora de elegir

destino, a pesar de que casi un 40% elige su propia comunidad, la predilección por cruzar fronteras autonómicas supera este índice en casi 20 puntos. Por ello, a pesar de que el propietario valenciano señala al cliente local como su principal fuente de reservas, uno de los principales objetivos sería consolidar de manera real la demanda interna de turismo rural en la Comunidad Valenciana.

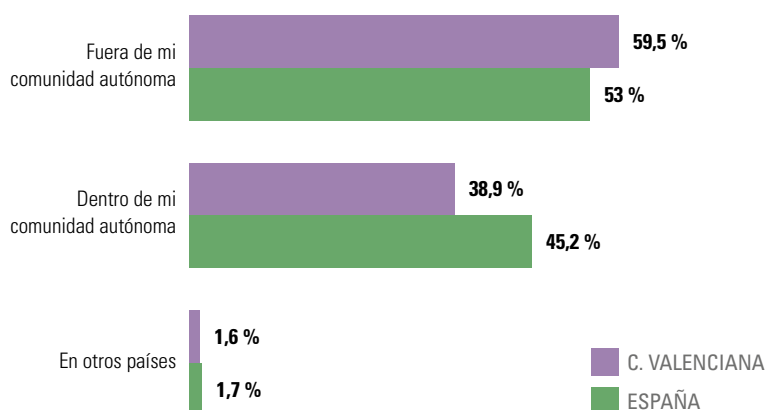


Gráfico 1. Lugar elegido por los valencianos para hacer turismo rural. Fuente: Observatorio Turismo Rural 2013.

Además, el Observatorio nos permite saber de los viajeros residentes en la Comunitat Valenciana que entre sus preferencias como destinos tienen a Aragón, Castilla – La Mancha y Andalucía. Como se aprecia, el factor proximidad es el que juega un papel fundamental y los valencianos no acostumbran a recorrer grandes distancias para hacer turismo rural.

En 2016 (gráfico 2), el número de viajes de los españoles con destino en la Comunidad Valenciana ha registrado un máximo desde el año 2007, al tiempo que el gasto total ha crecido por tercer año consecutivo. El gasto por viaje, estimado en 192,5 euros, creció un 0,8% y el gasto medio diario (gmd) (39,3 euros), creció un 6,1%, debido, en parte, al descenso de la estancia media (-5%).

Serie viajes y gastos totales. Números índices base 2007.

Fuente Agència Valenciana del Turisme a partir de Turespaña e INE ETR-Familitur

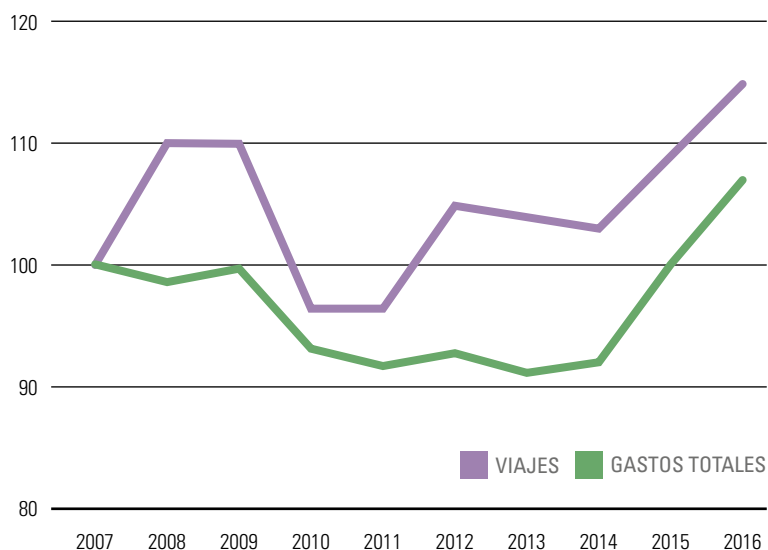


Gráfico 2. Viajes y Gasto Total españoles en la Comunidad Valenciana. Fuente: Observatorio Turismo Rural 2013.

El tercer trimestre concentró un 59% de las pernoctaciones, 2,6 puntos porcentuales menos que el año anterior. El segmento de “fin de semana” representó un 40,5% de los viajes y ha crecido un 12%; el gasto por viaje se ha incrementado un destacado 10,3% y el gmd un 11,9%.

Los desplazamientos cuyo motivo principal fue el turismo cultural representaron un 6,4% de los viajes de ocio y crecieron un 25,3% (gráfico 3). El turismo de naturaleza decreció en número de viajes, pero registró un destacado incremento del gmd. Por último, puede destacarse el incremento (60,8%) de los viajes de turismo deportivo.

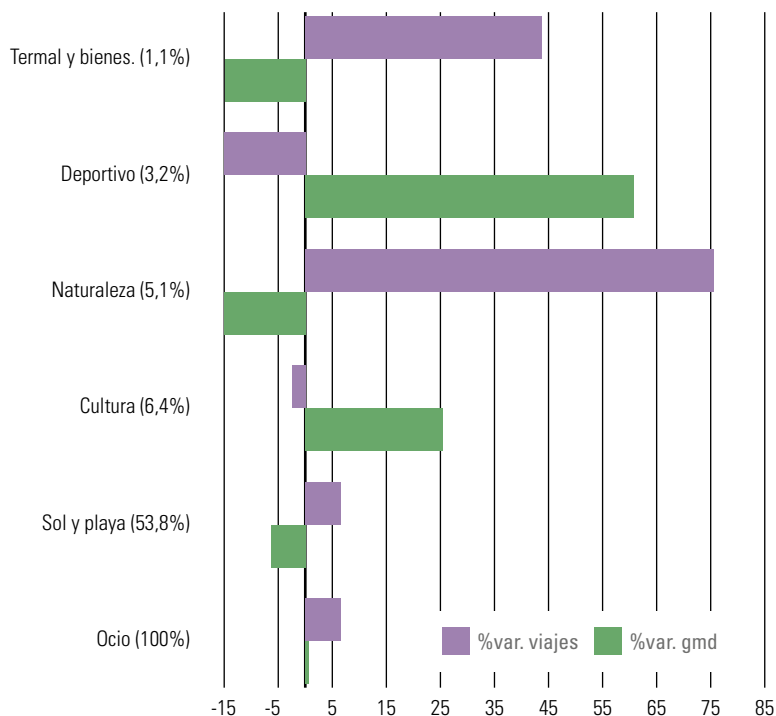


Gráfico 3. Evolución 2016-15 Viajes por motivo de ocio y cuota. Fuente: Agencia Valenciana del Turisme a partir de INE ETR-Familitur

En 2016 el número de excursiones de la población de 15 o más años residente en España con destino en la Comunidad Valenciana (21,8 millones), decreció un 7,7%, tras el incremento del 8,7% registrado en 2015. El gasto medio por persona se estimó en 29 euros, un 3,1% más; el gasto total en excursiones se estimó en 632,9 millones de euros, un 4,9% menos.

Un 90,5% de las excursiones las realizaron los propios valencianos. El 96,5% de las excursiones tuvo una motivación personal y el resto profesional. En 2016 creció el número de excursiones con destino en la provincia de Valencia y decreció en Alicante y Castellón.

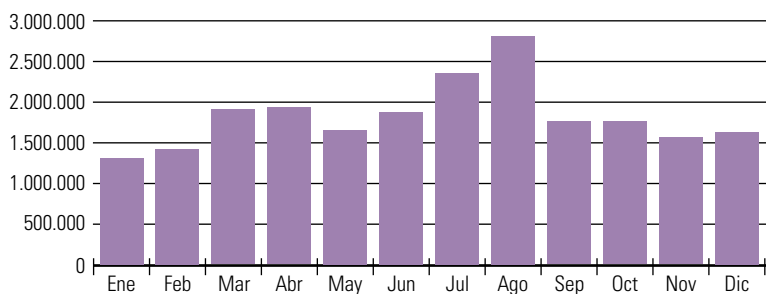


Gráfico 4. Excursiones por mes 2016. Fuente: Agencia Valenciana del Turisme 2017 a partir de INE ETR-Familitur 2016.

Por su parte el análisis del comportamiento de la demanda en las diferentes provincias revela que, aun siendo mayoritario el desarrollo de actividades de relax en el conjunto de la Comunidad, el turista de la provincia de Alicante presenta un perfil más activo, siendo las actividades deportivas las más practicadas. Además, cabe resaltar la existencia de un porcentaje de la demanda que realiza excursiones a las zonas costeras lo que refleja el mayor carácter complementario de la oferta de turismo rural con respecto al turismo de sol y playa en esta provincia. Otra característica clave es conocer cuándo realiza sus escapadas (gráfico 5), en el caso de la Comunidad Valenciana la mayoría elige los fines de semana (72,9%) y los puentes (78,6%).

¿Cuándo haces turismo rural?

2014

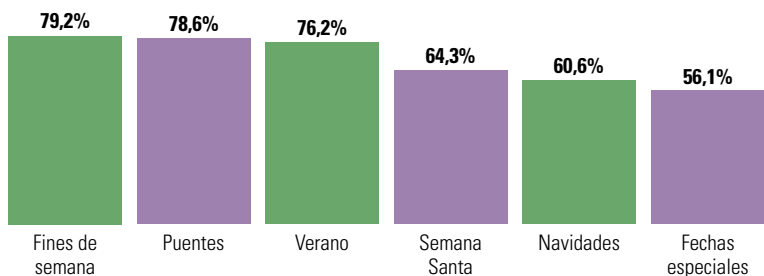


Gráfico 5. Período en el que se hace turismo rural. Fuente: Agencia Valenciana del Turisme 2017 a partir de INE ETR-Familitur 2016.

Si nos centramos en la provincia de Valencia el anuario (AVT,2016) muestra los viajes de ocio, recreo y vacaciones, motivo que representa el 75,3% de los mismos en la provincia de Valencia en 2016, y crecieron un 26,5% con respecto a 2015. El gasto total de los viajes con destino en la provincia de Valencia estimado en 1,118 millones de euros, creció un 18,6% debido a los incrementos de la estancia media (1,7%) el gasto por viaje (7,1%) y el gasto medio diario (5,3%). Los viajes por motivo de ocio representan un 38,8% de los viajes en la provincia de Valencia, la visita a familiares y amigos el 42,2%, los viajes por negocios el 10,2% y otros motivos representan el 8,9%, todos se incrementan menos el segmento ocio y vacaciones que desciende un 10,4%.

Los datos relativos al total del año 2016 en alojamientos de turismo rural muestran un aumento tanto en el número de viajeros como en las pernoctaciones (gráfico 6). El aumento del 8,23% de las pernoctaciones realizadas por la demanda nacional, que concentra una cuota del 92,6% del total de pernoctaciones registradas en alojamientos rurales de la provincia (141.269 pernoctaciones), ha compensado el descenso del 1,4% de las pernoctaciones realizadas por la demanda extranjera.

	2016	% Variación interanual 16/15
Viajeros	62.731	22,4
Pernoctaciones	152.499	7,5
Grado % ocupación por plazas*	11,67	6,2
Plazas estimadas*	3.509	2,7

*Media no ponderada

Gráfico 6. Principales indicadores de Alojamiento Rural en Valencia. Fuente: Agencia Valenciana del Turisme 2017 a partir de INE ETR-Familitur 2016.

Según muestra el gráfico 7, los períodos comprendidos en las temporadas de Semana Santa y ciertos meses durante otoño e invierno han sido los más favorables para el alojamiento rural, mientras que la primavera y el verano no han tenido la misma evolución.

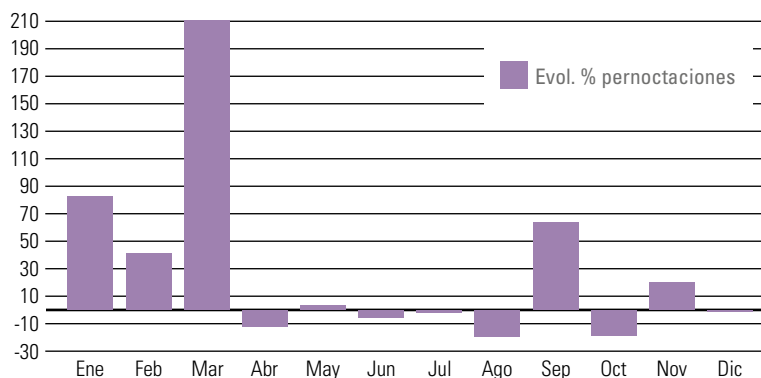


Gráfico 7. Evolución de las pernoctaciones en alojamiento en Valencia 2016. Fuente: Agencia Valenciana del Turisme 2017 a partir de INE ETR-Familitur 2016.

En conclusión, en un contexto dinámico donde se configura un nuevo perfil de consumidor de turismo, la adaptación a los cambios sociodemográficos, económicos, ambientales y tecnológicos llevan a la reinvencción permanente de los productos turísticos, siendo ésta, sin duda, una de las claves principales para avanzar con éxito hacia la propuesta de un plan director adaptado a la demanda y a las tendencias. El viajero hoy en día busca la naturalidad, experimentar con los cinco sentidos el territorio, una experiencia propia y única ligada al entorno en la que él tenga voz y decisión. Este tipo de turismo como se ha visto en el desarrollo del apartado plantea desafíos entre los cuales se pueden mencionar:

- El desarrollo de experiencias vacacionales que supongan una experiencia única para los turistas, cuidando la calidad y el detalle.
- La mejora de la comercialización de los productos turísticos rurales y activos.
- La armonización de la oferta para su acceso al mercado con contundencia y transparencia.
- La realización de esfuerzos e inversiones importantes en gestión y en formación de emprendedores y adaptación a las nuevas tecnologías.
- La atracción de turismo internacional.
- Hacer partícipe al residente en este modelo turístico.
- La sostenibilidad como eje transversal de todas las acciones y estrategias.

3.3. ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS ONLINE

3.3.1. DATOS DE LAS ENCUESTAS DE ESCAPADA RURAL

Hoy en día es imprescindible conocer cómo se comporta el turista conectado en relación al destino que visita. Para ello hay que analizar la realidad del turismo de interior con respecto al uso de Internet. A través de los estudios de Escapada Rural podemos realizar el siguiente análisis de la situación del turismo rural online: ¿Cómo organiza su viaje el turista rural?, El turismo rural en la Comunitat Valenciana, Reserva online en Turismo Rural y Los alojamientos de turismo rural en España y las Nuevas Tecnologías <http://www.escapadarural.com/observatorio/> (julio 2015).

- **Internet:** es el canal omnipresente para informarse a la hora de organizar su escapada rural; el 94 %, de los viajeros rurales de la Comunitat Valenciana lo usan para encontrar, identificar, conocer, etc. los establecimientos rurales antes de proceder a su elección definitiva, y la reserva correspondiente.
- **Portales web:** más de la mitad (55,9%) se dirigen a un portal especializado para encontrar su alojamiento rural y además el 59% comparte sus recomendaciones y opiniones a través de redes sociales después de su estancia.
- **Forma de realizar la reserva:** la mayoría lo hace vía correo electrónico (59,2%), seguido del teléfono (33,6%) y muy por detrás señala la reserva *online* (7,2%) y aun así es la Comunidad Autónoma que más lo hace en el territorio estatal. Las reservas actualmente se realizan con un margen de tiempo que va entre la quincena y el mes (78,4%).
- **Preferencias de los turistas a la hora de realizar la reserva:** una vez elegido el alojamiento rural, la mayoría prefiere hacer la reserva por teléfono (43%), después por mail (31,35%) y, por último, a través de reserva *online* (25,75%).
- Según el propietario, la mayoría de reservas las recibe a través de correo electrónico (58%), después por teléfono (37,6%) y tan sólo el 4,3 % de propietarios indica que tiene su reserva cerrada a través del medio *online*.

- Una tercera parte (30,1%) indica que recibe la reserva en la web propia, mientras que el resto (69,9%) lo hace en una web de intermediarios.
- A pesar de que la reserva *online* es la menos utilizada y, por tanto, el comercio electrónico aún está por desarrollar a más de la mitad (55,3%), si le gustaría tener un sistema de reserva *online*.
- El 44,1% de los más de 2.000 propietarios encuestados han indicado que no están conectados a internet. Sin embargo, la mayoría 54,9% sí lo están y además ofrecen ese acceso de manera gratuita a sus clientes. Por tanto 4 de cada 10 alojamientos no son capaces de ofrecer lo que ya es un *commodity* en turismo: disponer de internet durante la estancia en un viaje ya es algo que dan por hecho los 8 millones de *Millenials* que tiene España.
- La gran mayoría (83,7 %) de alojamientos dispone de web, casi tres cuartas partes de los alojamientos de turismo rural (72,3 %) tiene presencia en la red social *Facebook*, en cambio no tienen blog (79,7 %); repositorio de fotografías, como *Flickr* (89,1 %), *Twitter* (65,2 %), *YouTube* (69,6 %) o *Google Plus* (59,5 %), aún sigue siendo lo más predominante.
- Frente a estos datos el 69,5% de los viajeros se conecta a Internet durante sus escapadas principalmente para consultar rutas y excursiones (87,1%), localizar servicios (71,4%) y hablar con amigos y familia (63,8%) y además la fuente de información principal (casi única) para la elección y reserva del alojamiento rural es Internet (94,7 %).
- La gestión de la web es la herramienta con la que el sector está más familiarizado, tal y como indican un 73,7 % de los encuestados y las opiniones con un 56,8%, mientras que en el resto de herramientas de marketing *online* como el SEO, SEM, RSS, y Blog las usan menos del 50%.
- Otros datos indican que un 52% de los propietarios destinan entre 500 y 1000€ anuales a acciones destinadas a comunicar y comercializar su oferta y un 28% invierte menos de 500€ al año, el 70,4% de los propietarios gestiona su reputación *online* mientras que los que no lo hacen indican que es porque desconocen cómo hacerlo, un 67,2% mide el retorno de la inversión y el 56% no cuenta con una base de datos informatizada.

3.3.2. DATOS DE LAS ENCUESTAS DE LA RED TOURIST INFO:

Según la última encuesta del año 2016 realizada por la red de *Tourist Infor* de la Agencia Valenciana de Turismo, se sigue constatando que en el ámbito turístico Internet es un instrumento imprescindible de comunicación entre la oferta y la demanda y un año más, se observa la tendencia creciente del uso de esta herramienta para obtener todo tipo de información sobre los destinos, empresas y servicios:

- Uso que se ha realizado de Internet para la preparación de su visita al municipio en el que han sido encuestados: un 48,3% de ellos, afirmaron haber recurrido a Internet para obtener información sobre el destino, dato que alcanza un 48,8% para la demanda extranjera.
- Conocimiento de la página web turística del municipio visitado. El 44,9% de la población encuestada ha visitado dicha página web. Este porcentaje aumenta hasta el 48,9% entre los que pernoctan en el municipio donde han realizado la encuesta.
- El análisis del canal de comunicación empleado para obtener información de la Comunitat Valenciana revela que, del total de personas que utilizaron Internet, un 70,3% lo hicieron para obtener información del destino.
- El principal canal de información utilizado ha sido los amigos o familiares (45,2%). El segundo canal más utilizado es Internet (41,4%), seguido de otros medios (11,6%) y de folletos turísticos específicos del destino (7,7%). Es destacable que los tres medios menos señalados han sido por este orden: Ferias de turismo (3,8%), Reportajes/programas en medios de comunicación (4,2%) y Campañas publicitarias (5,5%).
- Algo menos de la mitad de la muestra ha organizado su viaje al destino efectuando reserva previa (47,2%).
- En referencia al uso de *smartphones* o *tablets*, el 79,6% de los encuestados, declara ser usuario de éstos con acceso a Internet.

fase 4^a

ANÁLISIS DEL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

El territorio son las relaciones materiales y simbólicas del grupo humano y su medio físico y natural y, como hemos reiterado, el turismo viene a insertarse desde fuera en ese sistema previo respecto al que tendrá un cierto peso relativo en términos de producción, población ocupada y extensión geográfica

Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico

Hermosilla et al. 2017





4.1. LOS RECURSOS TERRITORIALES

4.1.1. EL CAPITAL NATURAL: MEDIO Y RECURSOS NATURALES

Por superficie, los municipios más destacados son Bicorp y Millares que superan las 100 hectáreas cada uno y suponen prácticamente el 50% del área de estudio.

Bicorp con más de 12.000, y Millares con casi 10.000 hectáreas, son los municipios con una mayor superficie forestal, tanto en cantidad como en porcentaje del total de su superficie (más del 90%). Por lo que es un recurso importante a la hora de explotar turísticamente. En Quesa, que supera las 6.000 hectáreas de superficie forestal, también es un recurso a tener en cuenta. Bolbaite, Chella y Navarrés se mueven en el entorno a las 2.500 hectáreas de superficie.

En definitiva, se trata de un territorio con una destacada superficie forestal, pues representa 4/5 partes de la superficie total del área de estudio (79%).

La superficie forestal es una de las oportunidades de esta área como recurso turístico, siendo este uno de los factores de mayor potencial como efecto de atracción para la demanda del segmento de mercado del turismo rural, del deporte de aventura, del excursionismo, etc. En este sentido, supone además una de las más importantes fortalezas del territorio, pudiendo considerarse como un elemento singular y diferenciado.

Por otro lado, Bolbaite ha sido el municipio más afectado por los incendios, con 23,7 hectáreas afectadas, casi es el 1% de la superficie forestal del municipio; y supone un 60% del total de la superficie quemada del área de estudio. Bicorp, pese a ser el municipio con mayor superficie forestal y ser el que más incendios ha sufrido esto no se ha traducido en una gran superficie quemada, viéndose más afectado Chella con 5,8 hectáreas. La superficie quemada constituye un inconveniente: es un grave impedimento para la transformación en un recurso turístico de las áreas forestales.



Río Fraile, Bicorp.

Las figuras de protección son un buen reclamo turístico. En el área de estudio prácticamente la totalidad de la superficie protegida se limita a áreas ZEPA y LIC.

Sólo encontramos dos figuras de protección en Estubeny, con un Paraje Natural Municipal de 1,4 hectáreas: el PNM de La Cabrentà o Selva de Estubeny y en Navarrés, con otro Paraje Natural Municipal, los Chorradores.

En todos los municipios del área de estudios encontramos enclaves y parajes de alto valor; lo que es una oportunidad del área para su desarrollo como atractivo turístico.

Por municipios encontramos los siguientes:



Albufera, Anna.

ANNA

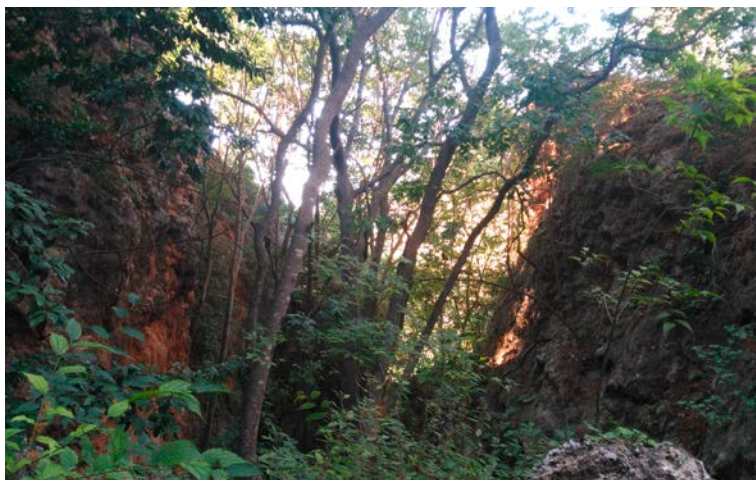
- La Albufera de Anna es sin duda el lugar más conocido de los parajes del municipio. Es un lago de cuyo fondo brotan múltiples manantiales que lo alimentan, en el centro del lago hay un pequeño islote, “el merendero”, al que se puede acceder con alguna de las barcas que allí se alquilan.
- La Fuente Negra, es un manantial muy próximo a un barrio al que le ha dado su mismo nombre, sus aguas forman un riachuelo de sauces.
- El Gorgo Catalán, al que llegan las aguas de la Fuente Negra precipitándose por una cascada y formando un pequeño estanque profundo apto para el baño.
- El Gorgo de la Escalera, llamado así a causa de la existencia de una escalera formada por 136 escalones, está formado por un estanque de varios metros de profundidad.
- La Azud, acequia rodeada de una frondosa vegetación.
- La Fuente de Marzo, pequeño manantial de aguas cristalinas con abundante fauna piscícola.
- El Gorgo del Salto, formado por una espectacular cascada de agua.
- Ladera de la Cuesta de la Ermita, con un torrente y cascadas en un entorno de pinos y plantas coberteras.



Gorgo Caragol, Bolbaite.

BOLBAITE

- La Ermita de Santa Bárbara, situada en el cerro de la Ermita con un entorno natural de pinos carrasco y zona recreativa debidamente acondicionada.
- El paraje del Río Sellent a su paso por Bolbaite, bajo el puente viejo se agolpan los patos, las ocas y las gigantescas carpas en un remanso de poca profundidad.
- El Puente de Piedra se encuentra un poco más arriba, es de gran interés natural y paisajístico, cuenta con un lago natural apto para el baño y junto a él hay merenderos y una zona recreativa.
- Subiendo el río hacia arriba encontramos el Gorgo Cadena, que cuenta con el atractivo de una cueva sumergida dentro del gorgo de gran interés espeleológico.



La Cabrentà, Estubeny.

ESTUBENY

- La Cabrentà : situada en las laderas del Río Sellent, es uno de los parajes naturales más bonitos de la zona, allí disfrutaremos de las formas kásticas que el agua ha ido esculpiendo sobre paredes de piedra a través de los años, pudiendo disfrutar de las cuevas y simas y de estalactitas y estalagmitas que entre la vegetación se esconden.
- La Coveta Victoria, fue un refugio de algunas imágenes de la iglesia en tiempo de guerra, donde todavía se puede observar el altar esculpido de forma natural sobre la roca. Son numerosos nacimientos los que afloran como por ejemplo la fuente de la Tía Rulla, la del Tío Blanco y la Teulá.
- La Taverneta, es un paraje con una bella zona arbolada con una fuente. Desde el Mirador de los Banquillos podrá disfrutar de una panorámica del río Sellent.
- Como área recreativa, a la entrada del pueblo se encuentra el Parque Infantil y la zona del polideportivo. En este municipio existen diversos caminos y sendas rurales por donde podrá realizar paseos recorriendo los parajes y rincones más bellos de Estubeny, disfrutando de unas vistas panorámicas entre agua y vegetación.



Poste de señales de las rutas de Navarres.

NAVARRÉS

- Ceja del Río Grande: es una zona paisajística, de masa forestal y vistas panorámicas inigualable, con numerosas fuentes y manantiales.
- Chorradores y el Barcal: paisajes de belleza singular donde se pueden observar diversas cascadas continuadas.
- Playamonte y las Fuentes.
- Pozo de la Quebradas, aguas ferruginosas termales de propiedades curativas.
- La sima de Tous, cueva con formación geomorfológica como estalactitas y estalagmitas.
- Vista panorámica del Paraje de la Ermita.
- La Presa de Escalona: impresionante obra de ingeniería ubicada en un pintoresco paraje entre grandes montañas en el cual hay un embarcadero para la práctica de actividades náuticas.



Vistas de Quesa.

QUESA

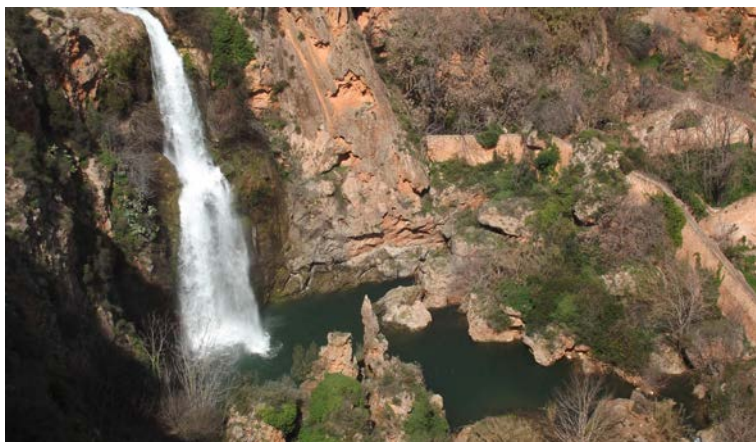
- Cañón del Río Grande: zona paisajística con abundante más forestal y animal.
- Río Cubillas: en él se encuentra el Charco de las Tortugas.
- La Sarnosa y el Planil: vista panorámica del pueblo y masa forestal con bosques de fresnos, carrasca, sabinas y pino rodeno.
- Barranco Las Ventanas- Los Charcos: uno de los parajes más bonitos de esta zona, que se mantiene muy bien cuidado son los llamados Charcos. Está formado por una sucesión de cascadas y gorgos naturales, bautizados con nombres populares como por ejemplo charco la Bañera, las Fuentes, del Chorro, de la Cacerola, etc. Han sido formados de una manera impresionante, fruto del paso del tiempo y de la erosión de las aguas del río.



Bicorp.

BICORP

- Posee un relieve montañoso de formas abruptas y escarpadas, atravesado por profundos barrancos que forman muelas como la de Bicorp, el Monte Mayor, las Pedrizas o el Benefetal, todas ellas de alturas considerables.
- Los ríos Ludey, Fraile y Cazuma bañan el territorio y crean parajes insólitos que invitan a disfrutarlos realizando excursiones a pie o en bicicleta.
- Recorrer las sendas que dan acceso al Pico Caroche, a la Gola Lucino, a la Muela de Bicorp o el Pico del Buitre, entre otras, son una buena excusa para contemplar una abundante vegetación compuesta de carrascas, robles, sabinas, enebros o fresnos juntos a pinos carrascos y rodenos. Hay que destacar la posibilidad de poder observar águilas, muflones o cabras hispánicas.



Salto de Chella.

CHELLA

- El Mirador del Salto, desde donde se puede observar una de las vistas panorámicas más impresionantes de la zona contemplando una gran cascada.
- El Salto, donde se da paso a las ruinas de una antigua central eléctrica y uno de los paisajes más bellos de la zona. En este paraje se puede ver la Cueva de la Lluvia.
- El Zarzalet, donde se observa una antigua cueva de guardar ganado y una fuente.
- La fuente del Abrullador, situada a cinco kilómetros del pueblo, allí se encuentra el manantial que abastece de agua a Chella, siguiendo el cauce que lleva al abrullador nos encontramos con Los Molinicos y La Playa Salvaje, donde se puede disfrutar de su singular paisaje.
- La Fuente los Chopos, está situada junto al pueblo y sirve de entrada al Parque la Fuente, que recientemente se ha construido al lado del cauce del río Sellent. Éste parque cuenta con una pista polivalente, un paseo con bancos, zona verde y la parte dedicada a la realización de verbenas, conciertos y actos públicos.
- Clochicas y el Abogao, son otras fuentes que encontrará en la parte Norte del término donde todavía quedan restos de lo que algún día fue un balneario y aguas termales y medicinales.

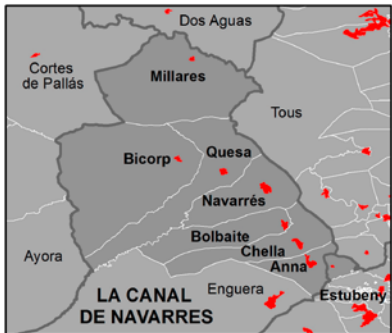
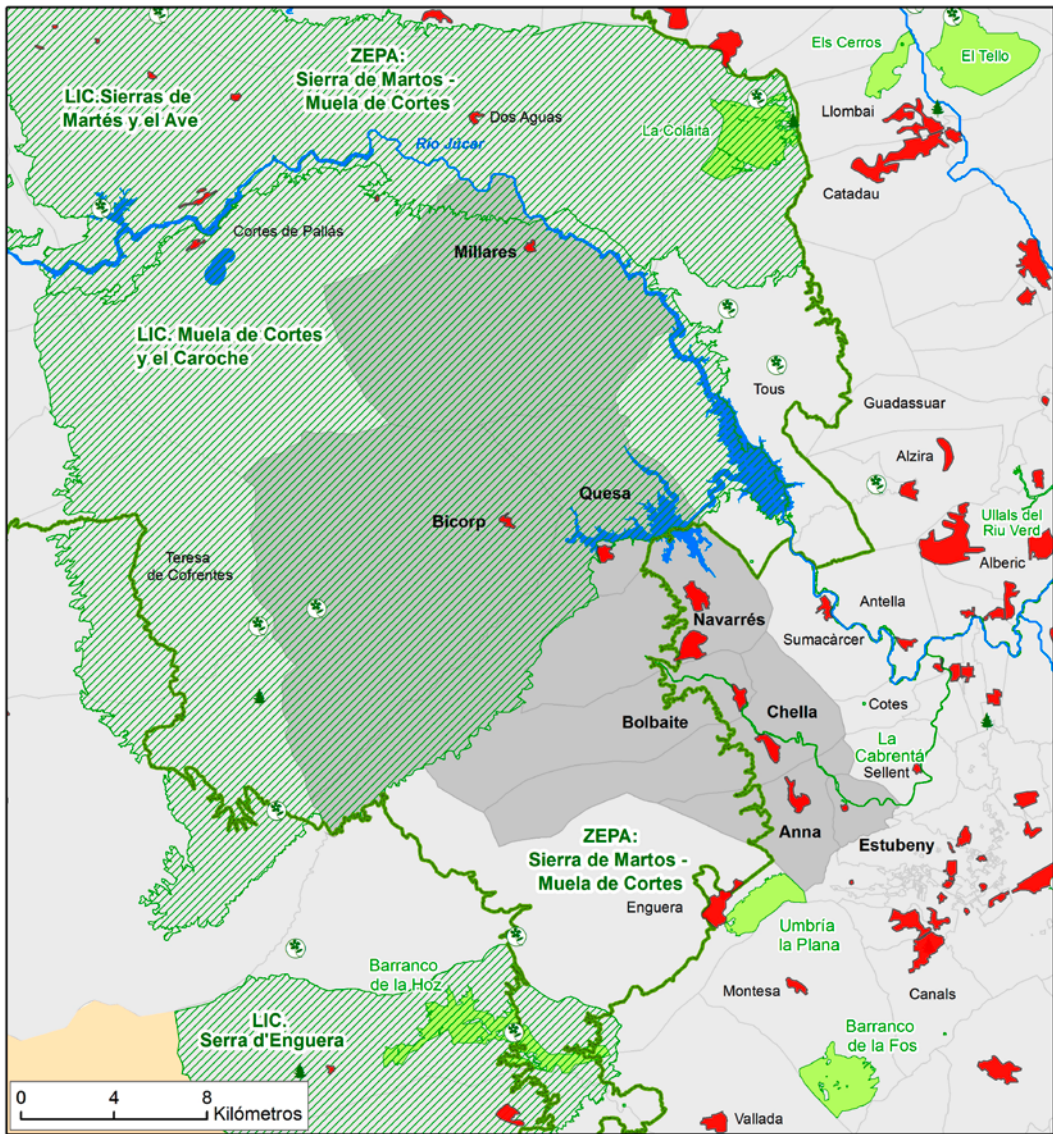


Millares..

MILLARES

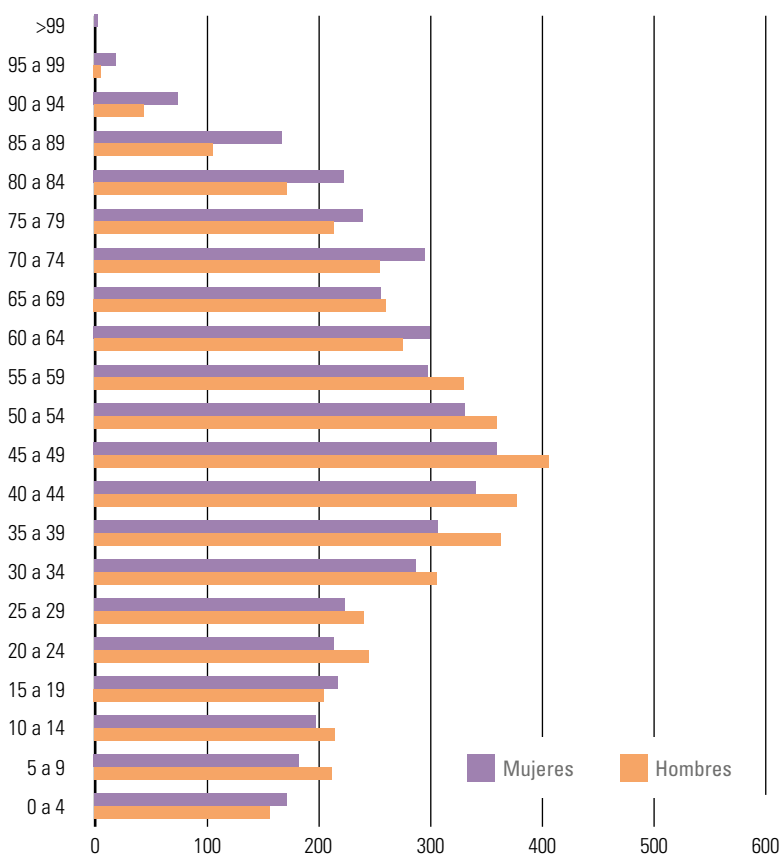
- El Hinchidor. La plaza del Hinchidor se levanta sobre la balsa de riego que recoge las aguas del Nacimiento a través de la acequia homónima del Hinchidor.
- La Cueva de la Lámpara, una hermosa cavidad formada por miles de años en los que el agua corría libremente por aquí, cayendo en cascada, en un recorrido ligeramente diferente al que conocemos hoy.

FIGURAS DE PROTECCIÓN NATURAL



4.1.2. EL CAPITAL HUMANO: NIVEL EDUCATIVO Y FORMATIVO

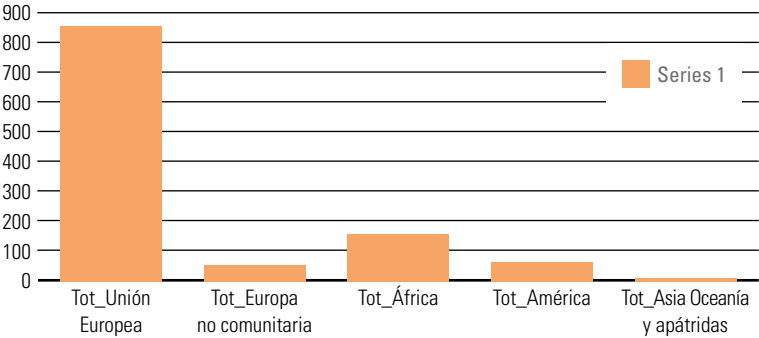
Los datos del Instituto Nacional de Estadística permiten conocer el desarrollo humano de territorio: en la pirámide de edad del área de estudio se observa un gran salto entre los menores de 30 años y los mayores de esta edad, produciéndose la típica inversión de la pirámide donde el mayor peso poblacional se sitúa en las edades maduras, y con un alto grado de envejecimiento de la población con gran peso de las mujeres a partir de los 60 años.



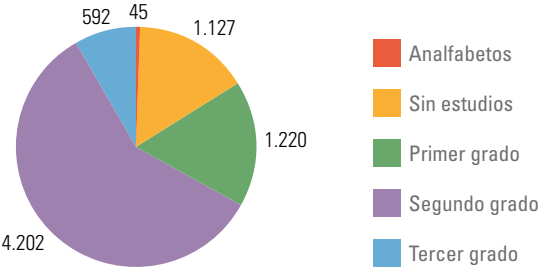
Sólo un 10% de la población es extranjera en el área de estudio, y su presencia es mayor en volumen y proporción cuantos más habitantes tiene el municipio. En Millares o Bicorp que son los municipios con menos habitantes, prácticamente no hay población extranjera; en cambio en Navarrés que es el más grande tenemos un 16% de población extranjera.

El 75% de los extranjeros residentes en el área de estudio proviene de la Unión Europea, seguido por el 14% que proviene de África; el resto se reparte prácticamente a partes iguales entre personas procedentes de América y de países extracomunitarios.

En cuanto al nivel educativo y formativo de la población en general, el 58% de la población de 16 o más años en viviendas familiares tiene estudios de segundo grado.



En el caso de los habitantes de entre 16 y 64 años tiene estudios de segundo grado el 71%. Y es escaso el número de personas con estudios de tercer grado, sólo un 10%.



Entre los mayores de 64 años el nivel de estudios más común es “sin estudios”, con un 54%. El resto se reparte casi a partes iguales entre personas con estudios de primer y segundo grado, siendo el analfabetismo casi irrelevante.

Por sexos, las mujeres suponen el 60% de los residentes sin estudios, probablemente debido a la importante presencia de mujeres mayores de 65 años.

Entre las personas con estudios de primer y segundo grado, predominan los hombres siendo alrededor del 56%. Sin embargo, entre las personas con estudios de tercer grado predominan las mujeres con un 62%.

Entre la población española, al ser la más numerosa no varían las proporciones siendo el grupo más numeroso el de personas con estudios de segundo grado con un 55%, seguido de las personas con estudios de primer grado con un 20%, y sin estudios con un 17%.

Entre los extranjeros predomina claramente las personas con estudios de segundo grado con un 72%, y destaca que el 12% tiene estudios de tercer grado.

Entre los analfabetos, las mujeres duplican a los hombres, y se concentran entre los mayores de 64 años. Encontramos presencia insignificante de extranjeros analfabetos.

En el grupo de sin estudios también predominan las mujeres españolas, concentrándose también entre los mayores de 64 años. Y es importante entre las mujeres extranjeras, pero en este caso menores de 65 años.

Con estudios de primer grado, predominan los hombres, con mayor peso entre los menores de 65 años. Estas proporciones se incrementan todavía más en el caso de los extranjeros.

Del mismo modo que en el caso de los estudios de segundo grado predominan los hombres, en este caso concentrado entre los menores de 65 años. En el grupo de los extranjeros aumenta la presencia de las mujeres.

En el caso de los estudios de tercer grado, predominan las mujeres tanto entre los españoles dónde supone un 79%, como entre los extranjeros donde las mujeres, con este nivel de estudios, alcanza el 65%. Y se concentra casi exclusivamente en la franja de menores de 65 años.

En conclusión, el bajo nivel formativo es una carencia en los municipios del área de estudio. Un rasgo que se repite en las comarcas del interior valencianas, condicionadas por el proceso de despoblación, especialmente de los grupos más jóvenes.

Según tipo de núcleo familiar, en el área de estudio predominan claramente los núcleos de parejas con hijos, que suponen un 55% del total, seguidos de las parejas sin hijos con un 21%.

No existe núcleo familiar en el 14% de los casos, dónde encontramos un gran número de mayores de 64 años viviendo solos, principalmente mujeres.

Destaca una alta presencia de núcleos de “Madre con hijos” en Anna y Millares, que en su gran mayoría corresponden a madres menores de 65 años con hijos mayores de 15 años (un 69%). Estos núcleos suelen ser más vulnerables socioeconómicamente.

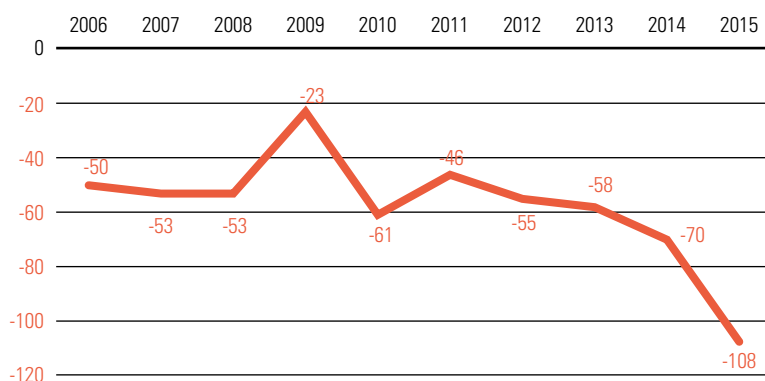
El municipio con más nacimientos es Anna, seguido de Navarrés, Chella y Bolbaite; acumulan el 90% de los nacimientos. Mientras, en Quesa y Bicorp ha habido muy pocos nacimientos, y en peor situación están Estubeny y Millares dónde no se ha registrado ningún nacimiento.

Chella y Anna han sido los municipios con más defunciones, 47 y 44 respectivamente; seguidos de Navarrés con 35. Bolbaite, Quesa, Bicorp y Millares, han tenido entre 17 y 9 defunciones; mientras Estubeny sólo ha tenido 2.

Los municipios del área de estudio tienen una baja densidad de habitantes por kilómetro cuadrado, dado que son pueblos con un volumen de habitantes reducido: Navarrés es el municipio con más población, residen 3.056 habitantes, y en el otro extremo Estubeny, con escasos 118 habitantes. Además, los términos municipales suelen tener considerables superficies.

La densidad media es de 23,9 habitantes por kilómetro cuadrado (2016), con Anna como el municipio con mayor densidad con 125 habitantes por km², seguido de Navarrés con 65 hb/km² y Chella con 58 hb/km².

El crecimiento vegetativo es negativo desde el año 2006 hasta 2015, con un resultado medio de pérdida de 55 individuos hasta 2013, incrementándose esta caída a partir de 2014 llegando a 2015 con una pérdida de 108 individuos.



Por municipios solamente en 2011 se dio un crecimiento vegetativo relevante en Navarrés, con un crecimiento de 14 individuos. Mientras que en Anna y Chella el crecimiento vegetativo negativo es alarmante (años 2014 y 2015).

Se trata de una amenaza a largo plazo en una zona con una baja densidad de población cada vez más envejecida.

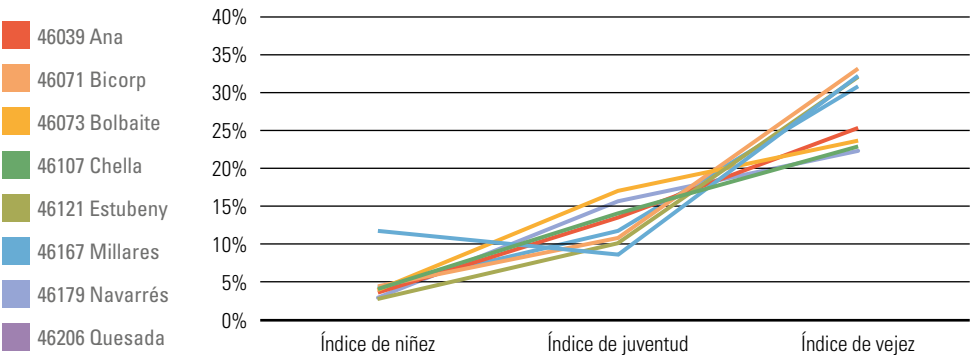
Las variaciones de población han supuesto una pérdida de habitantes en todos los municipios del área de estudio entre 2007 y 2016. Millares con una pérdida de casi el 29% de la población, es el municipio con el mayor decrecimiento; seguido de Estubeny con una pérdida del 17% de la población.

Los municipios más poblados son los que menor pérdida han sufrido: Anna con una pérdida del 1,5% y Navarrés con un 0,4%. Bolbaite, Chella, y Quesa han sufrido pérdidas de población entorno al 8,7%.

Se trata de una amenaza a corto plazo ya que el capital humano se va reduciendo.

La población extranjera creció entre 2007 y 2012: pasó del 11% al 14,6%; para posteriormente decrecer hasta el 10% en 2016. Este patrón de crecimiento y decrecimiento se observa prácticamente en todos los municipios. Un flujo positivo de población extranjera que supliera el envejecimiento de la población autóctona sería positivo.

Se observa que tenemos un alto grado de dependencia que viene creciendo desde el año 2002, y que lo hace por el lado del envejecimiento de la población.



El índice de vejez es muy elevado con cuatro municipios, por encima del 30%, y el índice de niñez muy bajo, pues no supera el 4% excepto en Millares que tenemos un 12%; éste tiene el peor índice de juventud.

El índice de juventud también es muy bajo. Bolbaite y Navarrés están en mejor situación en este índice, con un 17 y 16% respectivamente.

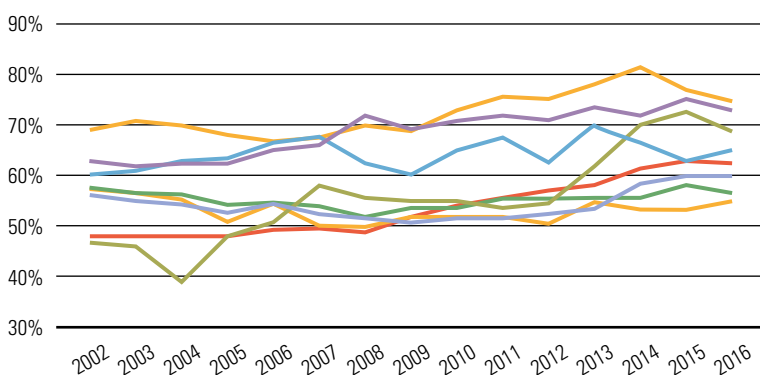
También tenemos un alto grado de envejecimiento en la zona más grave cuanto más pequeño es el municipio. A lo que se une que es un índice que va en ascenso, excepto en el caso de Bicorp y Quesa que se ha reducido.

La edad media es alta con casi 46 años para el área de estudio, con Navarrés con 44,2 años de media como el más joven; y Millares con 54,1 como el más mayor.

Y en todos los casos la edad mediana crece. Los municipios con una edad mediana mayor de 50 años son Millares, Bicorp, Estubeny y Quesa. Y con la edad mediana menor encontramos a Chella seguido de Navarrés.

El envejecimiento, la dependencia y la despoblación, son graves amenazas para el desarrollo de esta zona.

Tasa de dependencia



4.1.3. EL CAPITAL SOCIAL Y CULTURAL

Bicorp y Anna son los municipios con una mayor renta familiar disponible, superando los 12.000 €/año. En una escala intermedia tenemos a Navarrés, Quesa y Bolbaite cuyos contribuyentes disponen de más de 11.000 €/año. Y los peor parados son Estubeny, Millares y Chella, que no alcanzan los 11.000 €/año; siendo Chella con 10.210 €/año el municipio con habitantes de menor poder adquisitivo.

El Coeficiente de variación del indicador de la Renta Familiar Disponible per cápita en todos los municipios se caracteriza por una variación positiva, con crecimientos de entre el 3,7% de Anna y el 5,3% de Millares. Los crecimientos mayores se hallan en los municipios más pequeños.

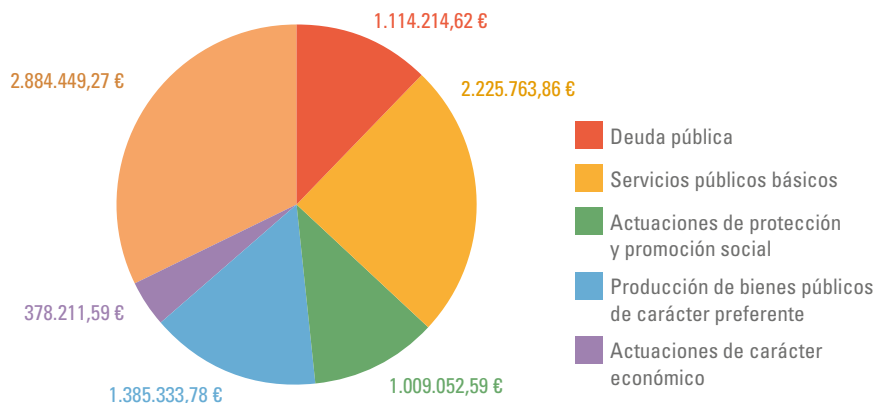
El sector comercial posee una estructura muy básica. Un indicador muy significativo es que ningún municipio del área de estudio pertenece a la red AFIC.

Del análisis del presupuesto de ingresos de los Ayuntamientos según clasificación económica, se observa que Navarrés es el municipio con el mayor presupuesto de ingresos con 2,95 millones de euros; mientras que Estubeny con 99.421 es el de menor.

Por habitantes destaca Millares con 1.320 € por habitante, seguido de Navarrés con 965 €/habitante. Anna, Quesa, Bicorp y Estubeny presupuestan entre 800 y 900 €; mientras que Chella y Bolbaite presupuestan entorno a 577 €/habitante.

Las mayores partidas son las de Impuestos directos y Transferencias corrientes.

Del análisis del presupuesto de gastos de los Ayuntamientos según clasificación económica, se desprende que en ningún municipio el presupuesto de gastos ha sido superior al presupuesto de ingresos; incluso Millares y Estubeny han gastado menos de lo que tenían presupuestado.



El Ayuntamiento más endeudado es Anna, que dedica un 26% de su presupuesto a Deuda Pública, seguido de Quesa con un 16% de su presupuesto y Bolbaite con un 12%.

En el otro extremo tenemos a Millares y Bicorp que no tienen endeudamiento; lo que les permite ser los ayuntamientos que más gastan en servicios públicos básicos (Millares) y en actuaciones de carácter económico (Bicorp).

En el conjunto de municipios, los servicios públicos básicos y las actuaciones de carácter general son los programas que mayores recursos consumen.

La relación entre producción local y marca territorial. Las denominaciones de origen están presentes en La Canal: todos los municipios a excepción de Millares las tienen para sus cítricos. Para los olivos, todos los municipios a excepción de Estubeny y Quesa están acogidos a la denominación de origen “Aceite de la Comunitat Valenciana”. Chella tiene vino con Denominación de Origen Valencia.

Anna y Estubeny tienen como platos típicos el arroz al horno, mientras que Navarrés, Bicorp, Quesa, Bolbaite y Chella ofrecen el gazpacho manchego. Y como productos típicos aceite de oliva y miel principalmente.

Anna: entre los platos típicos de la cocina de Anna, podemos destacar la casuela de arrós al horno, casuela de arrós y nabos, arrós caldoso en nabos y bledas, arrós de novia, longaniza de pascuas, chorizo de ajo, tortas de pimiento y tomate, tortas de tocino y embutido, el ajoarriero, la pericanera, etc. Hay que probar los dulces típicos como las tortas sainosas de Carnaval, el Pan Bendito de San Antonio, las monas de Pascua, las hogazas con nueces, almendras, cacahuets y pasas y con calabaza; los rollicos de anís, los pastissos de boniato, etc.

Bolbait: los platos más típicos son la olla en pelotas, arroz en hierbas, arroz caldós, paella negra, arroz de novia, cazolica en pencas, y como en toda la zona, gazpacho del Caroig y la gachamiga. Destacan también las tortas de mezcla con longaniza, tocino y costillas de cerdo o de pimiento, tomate, atún y huevo. Entre los dulces más destacados podemos encontrar los pastissos de cacahuet y de moniato, torticas abiscochás, el brazo de gitano, el turrón de cacahuet, las cristinas, dulces de coco y los rosegonos.

Chella: especialidad en arroz al horno y arroz caldós, la casolica de pencas, el puchero y el gazpacho del Caroig. Entre la gran variedad de dulces destacan: las torticas de cacahuets y aceite que se hacen por San Blas, bizcochás, rollicos de anís, pastissets de moniato y de rosillas, torta de llanda, almendrones, rossegones y por todos los Santos se hacen hogazas.

Estubeny: la paella de carne y el arroz al horno son platos típicos de este municipio, de hecho, la festividad llamada “Cassoleta” está dedicada a las cazuelas de arroz al horno con carne, relleno, garbanzos, etc. Destacan los dulces como pastissos de moniato, la coca en llanda, la torta de cabello de ángel y nueces y el arnadí. La verdura y la fruta son también conocidas por su buena calidad y variedad en la zona.

Navarrés: la oferta gastronómica es extensa y variada. Se pueden degustar desde los platos más innovadores hasta los más tradicionales: el gazpacho manchego, la cazuela de arroz al horno, las gachas, el mojete arriero, el arroz en fesols i

nabs, la paella de carne, la carne al jarrón, etc., sin olvidar la larga lista de dulces artesanales, caseros e industriales (pastisos de moniato, oreletes, rosegones de almendra, tortas de chicharrones, turrón de rosas, tortas finas, brazo de gitano, tartas y pasteles, etc).

Quesa: comidas típicas como la carne a la brasa, el gazpacho manchego, las gachas, el guisote hecho con pencas, patatas y cerdo, las tortas al horno con embutido y cerdo. Dulces típicos son los rollicos de anís, los pastelicos de moniato, los rosegones, el brazo de gitano y el pan bendito que se hace por San Antón. En la comercialización de los productos típicos destacan las carnes y embutidos de Teresa Pla y Carnes Baldó; la pastelería artesanal de Dulces La Abuela; la miel producida por Antonio García; y el aceite de la cooperativa Valsur.

Bicorp: existe una gran representación en platos típicos destacando las carnes a la brasa, el gazpacho manchego con carne de caza, el mojete arriero, los griñones... También los arroces forman parte de la costumbre culinaria destacando el arroz al horno y el arroz con hierbas aromáticas que se encuentran en la zona.

4.1.4. EL CAPITAL TERRITORIAL

La zona de estudio se concentra principalmente en el territorio de la Macomunidad de La Canal de Navarrés, con el añadido de Estubeny que pertenece a La Costera. Y se articula en torno a un valle estrecho que se adentra por el margen derecho el río Júcar entre un relieve montañoso, angosto, quebrado.

En el inicio del eje de comunicaciones que conecta esta área que es la CV-580, se encuentran Anna y Estubeny. Este último ubicado en el estrecho valle del río Sellent. El territorio continúa hacia el Norte con Chella, para después encontrarnos con Bolbaite población que está atravesada por el río Sellent, hasta llegar a Navarrés, localidad que da el nombre a la Mancomunidad.

A través de un trazado y paisaje cada vez más sinuoso y abrupto se llega a Quesa, la población aparece bajo la Punta Arnés, a cuyos pies fluye el río Grande, y muy cerca del Escalona.

Relativamente próximos al embalse de Tous y a la gran cuenca fluvial del Júcar, localizado entre montañas se encuentra Bicorp, población donde se encuentra un patrimonio rupestre de especial importancia.

Desde esta población se puede adentrar en El Macizo del Caroig, con parajes naturales muy interesantes; es un territorio muy rico en aguas con numerosas fuentes y manantiales. Parte del mismo se halla incluido en la Reserva Nacional de Caza Mayor de la Muela de Cortes.

ECONOMÍA

En los municipios de menos de 1.000 habitantes predominan claramente las empresas del sector servicios, prácticamente 3 de cada 4 empresas. Las empresas de actividad industrial son muy escasas.

Del análisis del sector servicios destaca el grupo de actividades en torno al comercio, transporte y hostelería exclusivamente. De la misma manera las actividades de construcción son más importantes que las industriales, la mayor parte de las cuales son industrias manufactureras. Las empresas de actividad industrial son muy escasas; es Anna la más destacada, con 12 empresas.

Predominan claramente las empresas del sector servicios, prácticamente 3 de cada 4 empresas. Las actividades comerciales mayoristas se concentran en el grupo de comercio de materias primas agrarias, alimentación, bebida y tabaco. Y las actividades comerciales minoristas se distribuyen entre un 50% de "No alimentación", un 35% de "Alimentación" y el 15% restante "Mixtos".

Es destacable que ningún municipio del área de estudio pertenece a la red AFIC (Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial); un factor a tener en cuenta para mejorar el comercio de la zona y aprovechar nuevas oportunidades de comercio.

Finalmente es destacable que entre 2016 y 2017 ha decrecido levemente el número de empresas en todas las actividades, signo de la parálisis de la economía local-comarcal.

SERVICIOS A LAS EMPRESAS

A excepción de Estubeny, los municipios cuentan con al menos una oficina de Cajas de Ahorro; Navarrés es el que más sucursales acoge, tres. En Anna encontramos el único Banco. En total hay 16 sucursales entre oficinas bancarias y cajas de ahorro. En el área se disponen de tres estaciones de servicio ubicadas en Anna, Chella y Navarrés.

Los servicios a empresas es un área escasamente desarrollada en la zona, lo que puede ser una debilidad para su desarrollo. La Mancomunidad de la Canal realiza en este sentido una labor muy interesante, de acompañamiento y asesoramiento, dada la laguna empresarial existente.

SERVICIOS PÚBLICOS

Navarrés es el municipio con el mayor presupuesto de ingresos con 2,95 millones de euros; mientras que Estubeny con 99.421 euros es el de menor presupuesto.

Por habitantes destaca Millares con 1.320 € por habitante, seguido de Navarrés con 965 €/habitante. Anna, Quesa, Bicorp y Estubeny presupuestan entre 800 y 900 €; mientras que Chella y Bolbaite presupuestan entorno a 577 €/habitante.

Las mayores partidas son las de *Impuestos directos* y *Transferencias corrientes*. Anna es el Ayuntamiento más endeudado pues dedica un 26% de su presupuesto a Deuda Pública, seguido de Quesa con un 16% de su presupuesto y Bolbaite con un 12%.

Sin embargo Millares y Bicorp no tienen endeudamiento; circunstancia que les permite ser los ayuntamientos que más gastan en servicios públicos básicos en el caso de Millares y en actuaciones de carácter económico en el caso de Bicorp.

En el conjunto de municipios, los servicios públicos básicos y las actuaciones de carácter general son los programas que mayores recursos consumen.

Por el contrario, el programa de “Actuaciones de carácter económico”, dónde se integran los gastos de actividades, servicios y transferencias que tienden a desarrollar el potencial de los distintos sectores de la actividad económica, es el que menos recursos recibe con sólo un 4,2% del gasto total.

Esta escasez de recursos ralentiza cuando no frena el desarrollo del sector turístico de la zona.

En instalaciones deportivas destaca Navarrés con 25, al ser un municipio de sólo 680 habitantes. Le siguen Quesa, Anna y Chella con 22, 20 y 21 respectivamente. Un escalón por debajo estarían Bolbaite y Bicorp con 14 y 12 cada una. Y las que menos tienen son Millares con 8 y Estubeny con 5. Hay una relación directa con el volumen de población de cada municipio.

Todos los municipios cuentan con farmacia, de manera que la ratio de farmacias por cada 1.000 habitantes es muy dispar a nivel municipal. Para el conjunto del área la ratio es 0,58 farmacias cada 1.000 habitantes.

No hay parque de bomberos ni hospital en los municipios del área de estudio. Su Hospital de referencia es el de Xátiva; Anna, Bolbaite, Estubeny, Quesa, Bicorp y Millares cuentan con consultorio en el municipio; Chella y Navarrés cuentan con Centros de Salud.

En Navarrés encontramos el único Cuartel de la Guardia Civil de la zona; no hay ninguna comisaría de la Policía Nacional.

La educación es mayoritariamente pública. Hay 11 centros de educación “Infantil, Primaria y Secundaria”, todos públicos a excepción de uno en Chella que es concertado. Estubeny y Millares no disponen de centros. Anna, Chella y Navarrés disponen de tres centros, y los demás municipios disponen de uno cada uno.

Solamente Anna cuenta con escuela de formación de personas adultas.

En la totalidad de los municipios hay una sociedad musical. Anna y Navarrés disponen de escuelas de música privadas; y en Chella encontramos una privada y otra de gestión pública.

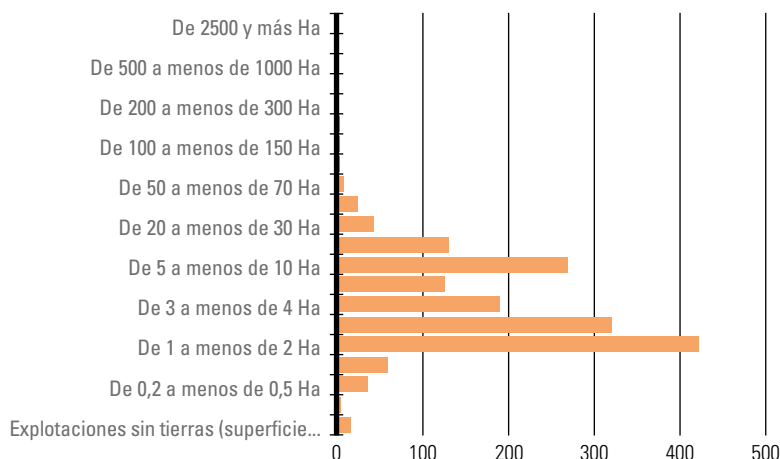
En definitiva, hay 1,4 centros educativos por cada 1.000 habitantes; Chella con el mayor ratio, alcanza 1,98, mientras Bolbaite no llega a 1, y Estubeny y Millares no tienen ninguno.

En otro contexto, las Denominaciones de Origen (D.O.) también pueden ser un reclamo, y todos los municipios a excepción de Millares la tienen para sus cítricos. Para los olivos, la totalidad de municipios a excepción de Estubeny y Quesa están acogidos a la denominación de origen “Aceite de la Comunitat Valenciana”. Y Chella tiene vino con Denominación de Origen Valencia.

AGRICULTURA

La mayor parte de las explotaciones agrícolas tiene superficies de 1 a 4 hectáreas, lo que representa casi el 65% de las explotaciones; siendo el grupo más numeroso el de entre 1 y 2 hectáreas.

En más del 98% de las explotaciones la titularidad jurídica corresponde a “Persona física”. Y el 84,6% de la superficie agrícola utilizada tiene un régimen de tenencia de Propiedad, frente al 6,5% de arrendamiento. Y prácticamente el 70% de las unidades de trabajo/año corresponden a mano de obra familiar.



La totalidad de los cultivos de hortalizas se hallan en el regadío. El 66% de la superficie corresponde a cultivos de secano; de éstos el 71% corresponde a algarrobos y el 25% a almendros. Del 34% de superficie de cultivos frutales en regadío, el 69% corresponde a caqui y el resto está muy repartido.

En Anna, Bolbaite, Chella, Estubeny y Navarrés el tamaño medio de las parcelas rústicas es menor, no alcanzan la hectárea; por el contrario, en Millares, Quesa y Bicorp tenemos un tamaño medio superior a las 2 hectáreas.

En Millares hay una mayor concentración de las propiedades seguida de Bicorp, y es también en estos municipios y en Quesa donde el valor catastral de las parcelas es menor ya que son mayoritariamente forestales. No es el caso de Anna y Estubeny debido a la abundancia de parcelas agrícolas de regadío.

INDUSTRIA Y TRANSPORTE

La variación de la actividad industrial tuvo un balance negativo entre 2005 y 2012. El municipio con mayor superficie de suelo industrial es Navarrés con más de 18.000 m², seguido de Anna y Millares que superan los 7.000 m². Ya con menor superficie tenemos

a Chella, con 4.930 y Quesa con 4.480 m². Bolbaite, Estubeny y Bicorp no disponen de suelo industrial. Solo Anna y Millares disponen de suelo industrial urbanizable para futuros desarrollos.

URBANISMO Y CONSTRUCCIÓN

De los datos más recientes publicados se aprecia que ha habido un aumento de construcciones-viviendas en los últimos años. Se ha pasado de 6.357 (2001) a 8.300 viviendas (2011). Chella y Navarrés fueron los municipios donde más aumentó el parque de viviendas. Un 55,8% y un 47,6% respectivamente. Anna, Bolbaite, Quesa y Bicorp crecieron entre el 14 y el 26%; mientras que Estubeny sólo creció un 5%. Sólo en Millares el parque de viviendas ha disminuido.

En 2011 las viviendas principales suponen el 56,2% del total, mientras las secundarias alcanzan el 18,1% y las viviendas vacías llegan hasta el 25,7%. Una parte importante de las viviendas construidas entre 2001 y 2011 están vacías. Navarrés y Chella son los municipios con más viviendas vacías, pues superan las 400 cada uno. Y Chella es el municipio con más viviendas secundarias con 525, seguido de lejos por Anna con 335.

El régimen de tenencia de viviendas es esclarecedor. En el 80% de las viviendas principales al menos un miembro es propietario de la vivienda y sólo en el 8% al menos un miembro es arrendatario. Resta un 11% de las viviendas en otros regímenes.

La mayoría de las viviendas (74%) tiene entre 76 y 150 m²; el grupo de las viviendas entre 76 y 90 m² es el más numeroso (27,5%). El grueso de las viviendas tiene entre 4 y 6 habitaciones (71,2%). Se puede aventurar que en la zona se disponen de “viviendas grandes con varias habitaciones”, que pueden ser un recurso interesante para los nuevos modelos de alojamiento.

En municipios como Bicorp, Quesa, Chella, Bolbaite y Millares, más del 70% de las parcelas urbanas están edificadas. Mientras que en Anna sólo el 30% de las parcelas

urbanas están edificadas. Con abundante suelo disponible para edificar hallamos Navarrés (65% edificado), y Estubeny (49%).

Sólo el 0,8% de la superficie del conjunto de los municipios es urbana con 3,77 millones de metros cuadrados. Es una zona eminentemente rústica.

COMERCIO MINORISTA Y ARTESANÍA

En este territorio hallamos actividades de comercio minorista con ciertos rasgos singulares, con rasgos de creatividad.

En Anna las amas de casa realizan trabajos de pintura sobre cerámica y tela, al mismo tiempo que organizan talleres relacionados con el corte y confección, el barro, mimbre, etc. Se trabaja de forma artesanal el esparto y también los elaborados puros caliqueños.

En Chella destacan como productos artesanales los caliqueños, los encajes de bolillos; también se trabaja la piedra (fachadas, chimeneas, calzadas, etc). Esta última actividad es una de sus principales actividades.

En Estubeny destacan los trabajos de ganchillo y bordados manuales. También se trabaja la piedra para la construcción de fachadas, chimeneas, portadas, etc.

En Navarrés se siguen realizando trabajos artesanales relacionados con el esparto y labores de ganchillo y bolillo, así como puros caliqueños. Y en Quesa sobresale la producción y el trabajo con esparto y palma.

En el ecomuseo de Bicorp se pueden adquirir trabajos artesanales en cerámica. También es conocido por sus trabajos en esparto.

CULTURA Y PATRIMONIO

Los Bienes de Interés Cultural (B.I.C.) son un recurso turístico a explotar en los municipios de la zona. Se trata además de una modalidad de recurso que se distribuye por la totalidad de municipios.

En **Anna** hallamos el Castillo Palacio de los Condes de Cervellón. Este Palacio fue construido a comienzos del siglo XVII, tras conceder el rey Felipe III en 1604 el título de conde a Fernando Pujades de Borja. Está levantado sobre el antiguo castillo y adosada al palacio se encuentra la Capilla de Santa Ana.

En **Bolbaite** encontramos el Castillo, hoy en ruinas. Está situado en la parte alta del pueblo y es de origen árabe. Fue construido en el siglo XVI como casa-palacio de la familia Pardo de la Casta, señores feudales de Bolbaite. Destaca la Iglesia de San Francisco de Paula que fue construida en 1521 y reconstruida en 1780. En su fachada predomina la portada, que esta adintelada y tiene decoración barroca, sobre la que aparece una hornacina con la imagen del Patrón. También encontramos la Ermita de Santa Bárbara, situada en un montículo desde el que se observa una gran extensión de la zona.

Millares tiene los Castillos de Cabas y de Corral Antón, así como el Castillo de “Abajo” o El Castillito. Cuenta además con el yacimiento de Tambuc Este y el de Tambuc Oeste.

El Castillo de **Navarrés** está declarado como Bien de Interés Cultural y está situado en un cerro desde donde se puede contemplar gran parte de la Canal de Navarrés; es una fortaleza construida sobre un poblado de la Edad de Bronce. Como monumento puede considerarse el barrio antiguo de Navarrés, con sus estrechas y empinadas calles de estilo típicamente morisco recientemente restauradas.

En Navarrés además encontramos:

- Las Cuevas, construcciones excavadas en la roca que, próximas a la ermita del Santísimo Cristo de la Salud, sirvieron de hábitat a los musulmanes que poblaban Navarrés.
- La Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Asunción reconstruida en el Siglo XVIII.
- La Ermita, construida en honor al Santísimo Cristo de la Salud.
- El Atribador de los Moros.
- La Tinaja, silo que servía para guardar el grano de origen árabe.
- La fuente de La Marquesa o Fuente de los 24 chorros, que tiene más de doscientos años.

Quesa dispone de las Ruinas del Castillo, fortaleza árabe situada en la parte superior del pueblo, la Iglesia Parroquial de San Antonio Abad, reconstruida en el siglo XVII, y la Ermita de la Santa Cruz en el Monte Calvario, que data del siglo XVIII.

En **Bicorp** encontramos el Castillo Palacio del Señor de Bicorp, antiguo palacio de los Señores de Bicorp, construido en el siglo XVI. Además del yacimiento icnológico del Barranco del Randero, la Fuente de las Pedrizas y la Iglesia Parroquial de San Juan Evangelista, del siglo XVI y reconstruida en los años 60. El casco urbano presenta la clásica distribución de las poblaciones árabes. Desde esta época es destacable el llamado Azud de los Moros, estructura picada en piedra viva para el almacenamiento de las aguas fluviales.

Anna tiene un centro histórico sobresaliente, un casco viejo formado por calles rodeadas por torrentes de agua. Numerosas fuentes, y las aguas de la Albufera, atraviesan el pueblo mediante un entramado de canales. Además de la Iglesia Parroquial, dedicada a la Inmaculada Concepción, del siglo XVII, destacan varios retablos, en especial el del Altar Mayor, barroco, donde se halla la titular. En el Sagrario sobresale un lienzo de la escuela de Ribera. La fachada es barroca y el campanario fue reconstruido tras el terremoto de 1748.

Además hallamos la Ermita del Cristo de la Providencia, que es de planta cruciforme y coronada con cúpula; fue construida tras el terremoto de 1748. Destacan dos piezas repujadas de cobre de gran patetismo y dos pinturas inspiradas en obras de Rafael y Rubens. Al pie de la Ermita se construyó El Calvario con donaciones populares.

La Imagen del Santísimo Cristo, adquirida y traída a la parroquia por el religioso Fray Luciano Yago Francés. Actualmente se encuentra en la Ermita y se le denomina Santísimo Cristo de la Providencia.

En **Chella** son reconocidos Los Castelletts, restos de origen árabe situados en la montaña del Turco. De su patrimonio arquitectónico resalta la Casa Señorial del Conde de Buñol; el Lavadero municipal; la Fuente de los Chopos, Fuente y Lavadero del Mirador del Salto; la Iglesia Parroquial de la Virgen de Gracia, reconstruida en el siglo XVIII; la Ermita de San Nicolás, y la Antigua Mezquita Árabe.

En **Estubeny** una de las construcciones más singulares es el Lavadero que está situado en el mismo nacimiento donde aún acuden mujeres a lavar la ropa a mano. Además hallamos la Iglesia Parroquial de San Onofre, cuya reconstrucción se hizo después del terremoto de 1748. En el interior de la Iglesia, destacamos la Imagen de la Virgen de los Dolores tallada en piedra por el escultor José Esteve, realizada en 1795. La Imagen de San Onofre esta tallada en madera en el siglo XIII y es la imagen más antigua de la Iglesia. También podemos ver las piezas de Oficios, un cáliz y custodia de plata junto a varias albas y casullas de seda bordadas con hilo de oro que fueron regaladas por el rey Carlos IV por mediación del Conde Alangel, en el mismo año.

SENDEROS

La señalización de senderos es una práctica extendida en numerosos municipios de la Comunitat Valenciana. Se clasifican generalmente por su distancia a recorrer. Los SL

o Senderos Locales tienen un recorrido inferior a los 10 kilómetros, los PR o Pequeños Recorridos, con longitud superior a 10 kilómetros, y suelen unir distintas poblaciones. Finalmente hallamos los GR o Gran Recorrido con rutas superiores a 50 kilómetros.

El municipio que más senderos tiene es Bolbaite, con 6 senderos entre locales y de pequeño recorrido. En Estubeny y Quesa tenemos un sendero local en cada uno.

Además, la zona la recorre el GR7 “Collado del Caroig-Moixent”, y existe el sendero comarcal de la Canal de Navarrés, con 38 kilómetros de recorrido.

Se trata de un recurso con expectativas favorables, un recurso que sin embargo no está suficientemente explotado.

BIENES DE RELEVANCIA LOCAL

Los **Bienes de Relevancia Local** (BRL) de la zona son principalmente edificios religiosos, y en algunos municipios los cascos antiguos, fuentes y edificios civiles como los lavaderos.

- Ermita Santísimo Cristo de la Providencia (Anna)
- Iglesia Parroquial de la Inmaculada Concepción (Anna)
- Ermita de Santa Bárbara (Bolbaite)
- Iglesia Parroquial de San Francisco de Paula (Bolbaite)
- Iglesia Parroquial de la Virgen de Gracia (Chella)
- Molino de Viento, Alto de Esparza (Chella)
- Retablo Ceramicó-Lauda Sepulcral, Cementerio Municipal (Chella)
- Iglesia Parroquial de San Onofre (Estubeny)
- Ermita de San Roque (Millares)
- Iglesia Parroquial de la Transfiguración (Millares)
- Ermita del Santísimo Cristo de la Salud (Navarrés)
- Iglesia Parroquial de la Asunción de Nuestra Señora (Navarrés)

- Calvario (Quesa)
- El Alambín (Pozo de Nieve, Desaparecido) (Quesa)
- Iglesia Parroquial de San Antonio Abad (Quesa)
- Iglesia Parroquial de San Juan Evangelista (Bicorp)

YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS Y ALGUNOS PARAJES

Prácticamente hallamos **yacimientos arqueológicos** en la totalidad de municipios del área. De la misma manera es muy habitual encontrarnos con parajes y rincones atractivos para el visitante.

ANNA

- En el Lago de la Albufera se encontraron restos mesolíticos y eneolíticos. En la partida de La Moleta hay ruinas de un poblado romano del siglo III.
- Anna merece un paseo por su casco antiguo ya que pasear por sus calles produce la sensación de estar rodeado de torrentes de agua. Muchas fuentes, y las aguas de la Albufera que atraviesan el pueblo a través de canales. Es muy llamativa la Cascada de la Alameda, en pleno corazón de Anna.

BOLBAITE

- La Ermita de Santa Barbara, situada en el cerro de la Ermita con un entorno natural de pinos carrasco y zona recreativa debidamente acondicionada.
- El paraje del Río Sellent a su paso por Bolbaite. Bajo el puente viejo se agolpan los patos, las ocas y las gigantescas carpas en un remanso de poca profundidad.
- El Puente de Piedra se encuentra más arriba, es de gran interés natural y paisajístico, cuenta con un lago natural apto para el baño y junto a él hay merenderos y una zona recreativa.
- Si remontamos el río encontramos el Gorgo Cadena, en el cual se halla una cueva sumergida, de gran interés espeleológico.

CHELLA

- En el Barranco del Lobo, hay unas cuevas en las que se encontraron restos de sílex y de cerámicas desde el Mesolítico hasta la Edad de los Metales.
- En la partida del Volantín, han sido numerosos los restos del Paleolítico, Neolítico e Ibéricos que fueron encontrándose.
- Cuevas del Turco, situadas en una de las paredes verticales, que forman un barranco donde se han encontrado restos de sílex.
- Además, son numerosos los restos cerámicos de origen árabe encontrados a lo largo del término.

NAVARRÉS

- Existen vestigios arqueológicos considerados por los científicos como de los más importantes de la zona, con restos del paleolítico medio, del periodo neolítico y del tiempo de los iberos, además de diversas pinturas rupestres que datan de distintas épocas.
- La Ereta del Pedregal, considerado uno de los yacimientos más importantes de España del Eneolítico.
- Las fuentes.
- Abrigo del Garrofero: pinturas rupestres, declaradas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- Cueva del Barbero, grabados rupestres.
- Cueva del Palanqués: enterramiento Eneolítico.
- Las Carasetas: se trata de 10 figuraciones, la mayoría en blanco y rojo con unas dimensiones de entre 60 y 70 cms. agrupadas en dos filas y que representan caras humanas con ojos, nariz y boca, se consideran de la Edad de Bronce.

QUESA

- Abrigo del Voro: situado en la ladera del Río Grande con muchas y bien conservadas pinturas rupestres entre las que destaca la escena de los cuatro arqueros, pertenecientes al Arte Rupestre Levantino. El abrigo está declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

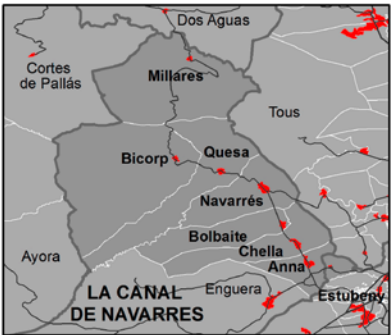
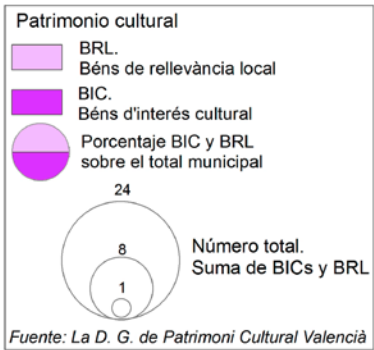
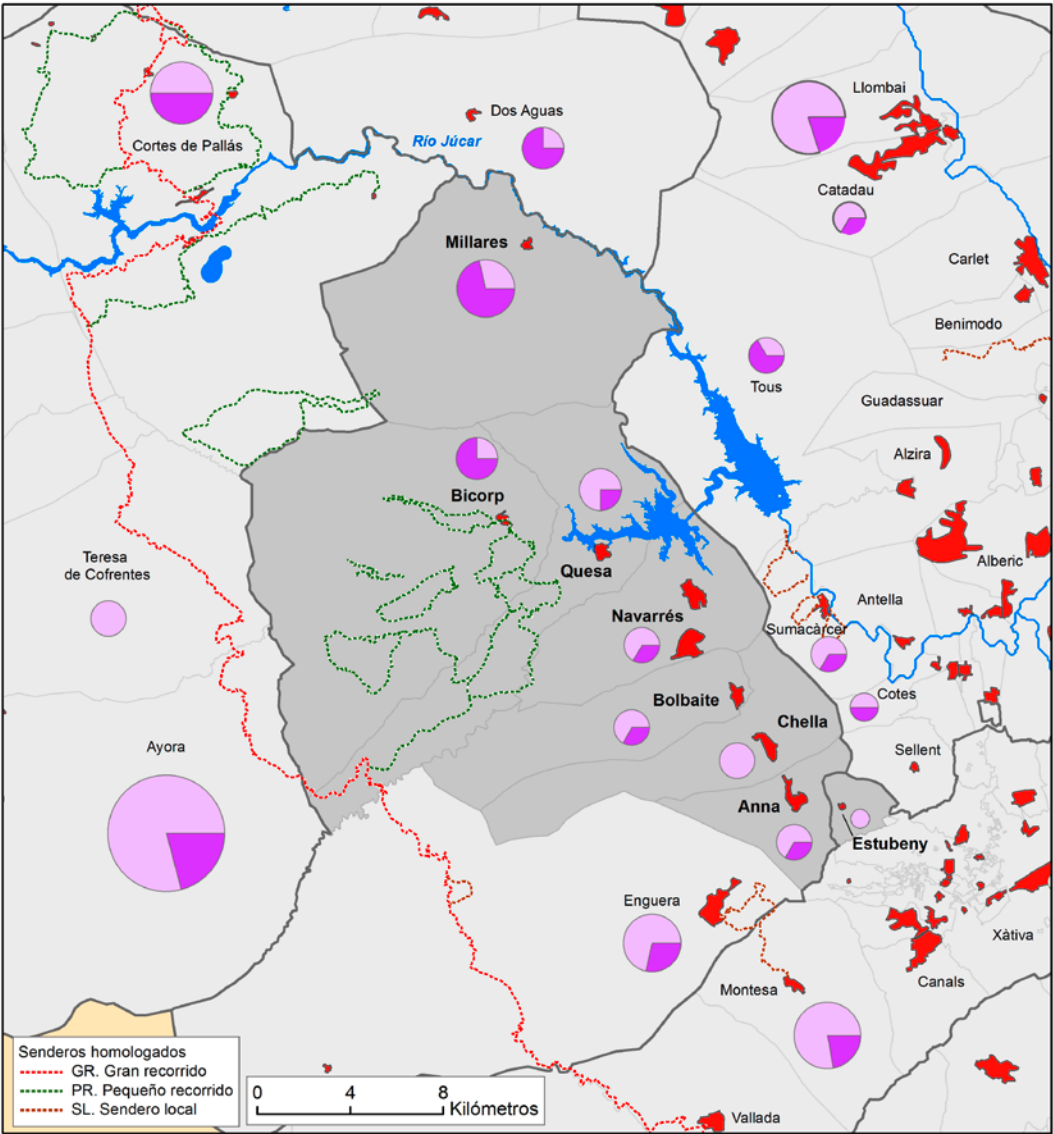
BICORP

- En 1998 el Arte Rupestre Levantino fue declarado Patrimonio Artístico e Histórico de la Humanidad. En Bicorp existen numerosos ejemplos de estas pinturas. Hay que destacar los diez abrigos del Barranco Moreno o las conocidas Cuevas de la Araña, en las que pueden contemplarse, además de representaciones de caza, la conocida escena de la recolección de la miel.
- En el municipio también se han documentado diferentes poblados ibéricos y de la Edad de Bronce. Ejemplos de ellos son el Poblado de la Rotura o el Castillo de los Morcones.

MILLARES

- El Abrigo de los Chorradores, donde encontramos una pequeña, pero muy interesante muestra de Arte Rupestre Levantino del Neolítico
- El Abric de Vicent, en el barranco del Tambuc, un magnífico ejemplo de arte levantino en el que, a pesar del reducido número de figuras, compila las principales características de este arte.
- Yacimientos de lcnitas del Tambuc, hasta 400 pisadas se conservan en una extensión aproximada de 30.000 m². Constituye la base del espectacular yacimiento declarado Bien de Interés Cultural e Integrado.

PATRIMONIO CULTURAL Y SENDEROS HOMOLOGADOS



4.2. MOVILIDAD, FORMACIÓN Y MERCADO LABORAL

Desde el punto de vista del mercado laboral, destaca que la población ocupada residente tiene su empleo en la misma provincia de Valencia. Dos de cada tres trabajadores tienen su empleo en la misma comarca, principalmente en el propio municipio de residencia. Sólo el 15% se desplaza a otras comarcas de la provincia a trabajar, y un 16% tiene empleos dentro y fuera del ámbito territorial. Por sexo entre los hombres se da una mayor proporción de trabajadores que se desplazan a trabajar a otros municipios; mientras que en las mujeres esta movilidad es muy inferior.

La mayoría de los estudiantes, el 60%, cursa sus estudios en el mismo municipio de residencia, sólo el 12% se desplaza a otro municipio de la zona. Hay un 21% de los estudiantes que se desplaza en la propia provincia para cursar sus estudios; y no hay estudiantes desplazados a otra provincia.

Los menores de 16 años mayoritariamente cursan en el mismo municipio de residencia, mientras que la totalidad de los mayores de 16 cursan en la totalidad sus estudios fuera del área, en la provincia de València.

Los flujos migratorios son similares a los de otras áreas vecinas. Tres cuartas partes de los que emigran se dirigen a otros municipios de la Comunidad Valenciana, y una décima parte al resto de España; no se observan diferencias por cuestión de género.

Por otra parte, el 76% de las inmigraciones procede de la Comunidad Valenciana, y un 15% del resto de España. Y del extranjero, La Unión Europea y América, ambos con un 3% son las procedencias mayoritarias. No se observan variaciones por cuestión de género.

Por nivel de estudios tanto en hombres como en mujeres, el grupo más representativo es el de personas que llegaron al último curso de ESO o EGB. A medida que ascendemos en el nivel de estudios, las mujeres toman cierta ventaja a los hombres.

En cuanto a la actividad económica, los ocupados a tiempo completo, los parados que han trabajado antes y los jubilados o pensionistas suman el 80% de la población de 16 y más años residente en viviendas familiares.

Se aprecia una cierta discriminación en materia de empleo, estudios, género y grupos de edades. Entre los hombres predominan los empleados a tiempo completo; y entre las mujeres el grupo más numeroso es el de las jubiladas o pensionistas.

Entre los 16 y los 65 años, el 41% está ocupado a tiempo completo y el 28% parado que ha trabajado antes. Y entre los mayores de 65 el 92% son jubilados.

Con estudios de primer grado, la mitad son jubilados, y la otra mitad predominan los parados sobre los ocupados a tiempo completo. En cambio, con estudios de segundo grado predominan las personas con trabajo a tiempo completo seguida de los parados con un trabajo anterior.

Con estudios de tercer grado, uno de cada cuatro sigue estudiando en la actualidad.

En cuanto a las tareas no remuneradas, el 23% de las mujeres cuida de un menor de 15 años, frente al 14% de las mujeres. Disparidad que se mantiene en el cuidado de personas con problemas de salud, con un 12% de las mujeres frente a un 9% de los hombres. En tareas benéficas está más igualado, alrededor del 3% con ligera ventaja de las mujeres.

Según actividad del establecimiento, entre los hombres, los mayores volúmenes de población ocupada se acumulan en los sectores de Construcción e Industria manufacturera, que suponen entre ambos más de la mitad del empleo. Por detrás se halla el comercio y la reparación de vehículos, y la agricultura y la ganadería. Y a menor escala el transporte y almacenamiento.

Los mayores volúmenes de mujeres ocupadas se acumulan en industria manufacturera y comercio; cada uno suponen más del 40% de la población ocupada femenina. Y a distancia tenemos educación, actividades administrativas y agricultura y ganadería.

Por tanto, la industria manufacturera, seguida del comercio y la reparación de vehículos, son las principales ocupaciones en los municipios del estudio. En casi todas las actividades predominan los trabajadores con estudios de segundo grado, y sólo en agricultura y ganadería hay un porcentaje relevante de trabajadores con estudios de primer grado.

En la rama de educación la totalidad de la población ocupada tiene estudios de tercer grado. Principalmente con estudios terminados de la rama de derecho y ciencias sociales, y la de arquitectura y construcción; y en menos medida ocupados en salud y servicios sociales.

Por sexos, los hombres suponen la totalidad de titulados en la rama de arquitectura y construcción; y una octava parte de los titulados en la rama de derecho y ciencias sociales. Y las mujeres son la gran mayoría de titulados en la rama de derecho y ciencias sociales, así como las únicas con titulaciones en la rama de salud y servicios sociales.

CONTRATOS REGISTRADOS

La tendencia es ascendente desde 2006 hasta 2015, aunque en 2016 se produce un cierto retroceso en los contratos registrados.

Por sexos, desde 2007 hasta 2012, en que se igualan, los contratos a mujeres eran superiores a los contratos registrados a hombres; especialmente en 2010 y 2011. A partir de 2013 se invierte y se firmaron más contratos a hombres que a mujeres.

De promedio en el periodo de estudio, el 42% de los contratos son a trabajadores de entre 30 y 44 años, el 37% a trabajadores de entre 16 y 29 años, y el 21% a trabajadores de más de 44 años.

Mientras entre los trabajadores de entre 30 y 44 años la participación en los contratos es casi constante en el periodo de estudio, la participación de los trabajadores de entre 16 y 29 años va disminuyendo, y la participación de los trabajadores mayores de 44 años va aumentando.

Tanto en hombre como mujeres, la mayor parte de los contratos se concentran en las categorías menos cualificadas; sin embargo de manera más exacerbada en el caso de las mujeres. Entre los hombres, una parte importante de los contratos son del grupo de “Trabajos manuales cualificados”; aunque son los trabajos de los grupos menos cualificados han protagonizado un espectacular crecimiento desde 2010, pasando de suponer el 48% de los contratos en 2009 a suponer más del 80% de los contratos en 2016.

En las mujeres la progresión ha sido más plana, ha habido un crecimiento de contratos registrados entre 2007 y 2016; más acusado a partir de 2014. Sin embargo, más del 93% son contratos que pertenecen a los de grupo menos cualificados en 2016.

Por edad, en el grupo de “Directores y gerentes”, hasta 2011 primaban los contratos a menores de 44 años, incluso destacando en 2007 y 2008 los contratos a menores de 30 años. Pero los últimos años estos contratos se concentran en mayores de 30 años y de forma más destacada de mayores de 44 años en 2015.

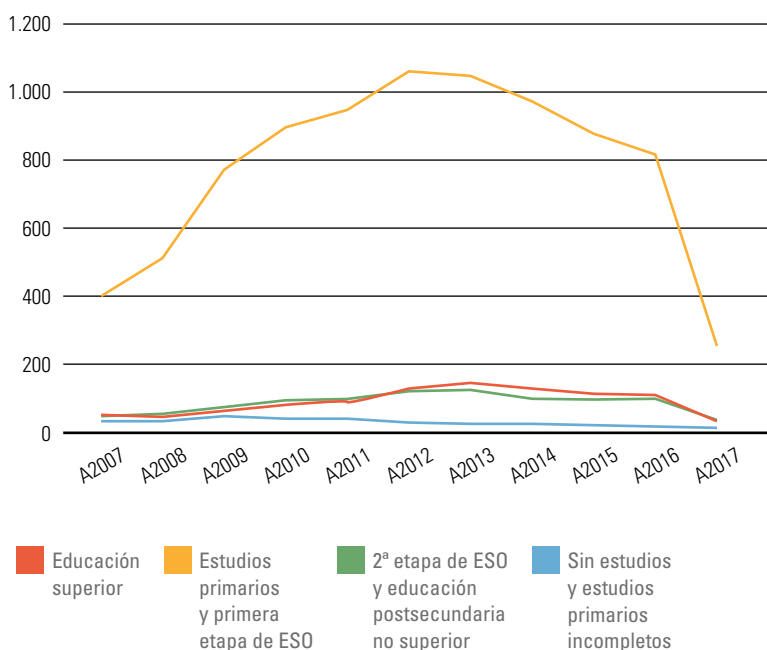
Los contratos del grupo de “Trabajos manuales cualificados”, que son los segundos más numerosos, sufrieron una acusada caída entre 2007 y 2012, principalmente por el lado de los contratos menores de 29 años y en menor medida por los contratos a menores de 44 años. A partir de 2012 remontan hasta 2015 sobretodo por contratos a trabajadores de entre 30 y 44 años.

Por su parte, los contratos del resto de grupos menos cualificados tienen un constante crecimiento entre 2007 y 2016; crecimiento en todos los grupos de edad.

Destaca la baja cualificación de los contratos registrados, ya que en 2007 el 34% eran contratos del grupo de trabajos manuales cualificados y el 61% eran de los grupos menos cualificados; y con pequeñas variaciones año tras año llegamos a 2016 donde sólo el 10% de los contratos son del grupo de trabajos manuales cualificados y el 87% de los grupos menos cualificados.

El paro registrado tuvo un fuerte crecimiento entre 2007 y 2013, cuando se invirtió esta tendencia, aunque los demandantes de empleo en 2016 duplicaban a los que había en 2007. Por sexos hasta 2014 las mujeres superaban a los hombres, pero desde 2015 son los hombres demandantes de empleo los más numerosos.

Los demandantes con estudios primarios y primera etapa de la ESO, constituyen el grueso de los demandantes de empleo.



fase 5^a

ANÁLISIS URBANÍSTICO
RELACIONADO CON LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA





El equipo de trabajo ha realizado entrevistas personalizadas con cada uno de los responsables del urbanismo en los municipios, con el objetivo de conocer los cambios que se han producido en el planeamiento en los últimos años y cómo éstos han afectado al desarrollo de turismo en la el territorio.

Se han entrevistado a los siguientes actores del territorio:

MILLARES: Alcalde, D. José Ricardo Pérez Gómez

ANNA: Arquitecto municipal, Jose Manuel Herrero

BICORP: Arquitecto técnico, David Tortosa Bravo

BOLBAITE: Arquitecto técnico, David Tortosa Bravo

QUESA: Arquitecta técnica, Yolanda Iborra

CHELLA: Arquitecto técnico, Antonio Vaello Bellod

NAVARRÉS: Arquitecta técnica, Mari Carmen Sanchís.

5.1. CLASIFICACIÓN DEL SUELO

CLASIFICACIÓN DEL SUELO							TOTAL
MUNICIPIOS	No Urbanizable		Urbanizable		Urbano		
	Ha	%	Ha	%	Ha	%	Ha
Anna	1.928,6	91,7	126,0	6,0	48,2	2,3	2.102,8
Bicorp	13.592,2	99,9	0	0,0	12,7	0,1	13.604,8
Bolbaite	4.039,9	99,5	0	0,0	22,2	0,5	4.062,1
Chella	4.376,3	98,7	16,9	0,4	42,2	1,0	4.435,5
Estubeny	612,0	98,8	3,9	0,6	3,4	0,6	619,4
Millares	8.953,8	99,8	0	0,0	14,2	0,2	8.968,0
Navarrés	4.526,5	97,4	21,5	0,5	98,6	2,1	4.646,0
Quesa	7.260,1	99,7	0	0,0	20,6	0,3	7.280,8
Total general	45.289,3	99,1	168,3	0,4	262,3	0,6	45.720,0

Clasificación del suelo. Fuente: Terrasit (2011)

5.2. FECHA DE APROBACIÓN DEL PGOU, NORMAS SUBSIDIARIAS Y PLANES PARCIALES

ANNA

Aprobado el PGOU de Anna en septiembre de 2001 y publicado en el Boletín Oficial de la Provincia de Valencia en el nº156, el 3 VII del 2001. Se aprueba definitivamente el Plan Especial La Albufera de Anna del municipio de Anna mediante anuncio en el Boletín Oficial de la Provincia de Valencia nº 265 8-XI-2005.

El ámbito ocupa una superficie de 425.143,77 m², que no coincide en su totalidad con el anterior plan especial, que delimitaba 423.855 m², de los que clasificaba 26.000 m² como suelo apto para urbanizar (sin haberse tramitado planeamiento de desarrollo).

El vigente plan general asume íntegramente el plan especial para este ámbito; se indica la intención de revisar su contenido «con los fines de proteger y potenciar este espacio de uso recreativo y de gran valor paisajístico». En él se clasifica la totalidad del conjunto como Suelo No Urbanizable de Especial Protección Parque Natural de la Albufera (SNUEP) incluido en la red primaria de parques públicos (PQL), asumiendo íntegramente el plan especial anterior, pero advertimos la necesidad de revisarlo. Cabe entender que la vigencia del plan especial anterior supone también el de su clasificación de suelo.

El área señalada como SNUEP en el PGOU vigente, se modifica como consecuencia de su redelimitación, e incluye la parte excluida de este ámbito en la zona de protección agrícola y desglosa la superficie incluida en suelo urbanizable terciario con ordenación pormenorizada para la zona TER (redelimitando su ámbito con arreglo a las construcciones actuales y al suelo dotacional vinculado) y SNU de especial protección del entorno de La Albufera el resto (sustituye su denominación como parque natural por la posible confusión a que podría dar lugar).

En el Boletín Oficial de la Provincia de Valencia, nº 234 del 2-X-2006, la Consellería de Territorio y Vivienda declara definitivamente aprobada la Homologación Modificativa y Plan Parcial del Sector Residencial Anna bella Golf, de Anna. La presente actuación supone la creación de un nuevo espacio turístico, residencial y deportivo.

El objeto del proyecto es la creación de un nuevo sector para la implantación de un campo de golf, y una zona turística y residencial en terrenos que actualmente tienen la clasificación de suelo no urbanizable común en el PGOU.

La actuación se sitúa al oeste de la población, lindante con el Plan Especial de la Albufera y a unos 400 m del lago denominado Albufera de Anna. Los terrenos tienen una extensión de 896.800 m², distribuyéndose de la siguiente manera:

- Superficie del sector deportivo: 401.391 m².
- Superficie del sector residencial: 495.409 m².

El número total de viviendas del sector alcanza la cifra de 628 viviendas, de las que 528 serán de residencia fija y de propiedad privada y 100 de usos temporal o vacacional, establecidas como máximo en las normas, con el índice de densidad fijado en 7 viviendas por hectárea. Está previsto, inicialmente, realizar 120 viviendas adosadas, 408 aisladas y 100 en conjunto para alquiler (tipo bungalows o casas turísticas) para estancias temporales o vacacionales que se emplazarán en una gran parcela.

De este número total de viviendas, corresponderían al Ayuntamiento, como cesión obligatoria y gratuita, el suelo correspondiente para edificar unas 60 viviendas, en concepto de aprovechamiento (parcelas para viviendas aisladas y para viviendas adosadas).

BICORP

Se aprueban las Normas subsidiarias en el Boletín Oficial de la Provincia de Valencia nº 100, 27-IV-84. Experimentan una modificación como indica la Reseña del Acuerdo de la Comisión Territorial de Urbanismo, de 21 de diciembre de 2000, por el que se

declara definitivamente aprobada la modificación de sus normas subsidiarias relativa a las condiciones para la construcción de granjas en el suelo no urbanizable de Bicorp publicada en el DOGV nº 3.991, 2001-05-03.

BOLBAITE

Se publica la aprobación de las Normas subsidiarias en el Boletín Oficial de la Provincia de Valencia nº 18 del 22-I-85. No obstante, se encuentran aprobadas por la comisión provincial de urbanismo desde el 18/12/1984.

Dichas normas subsidiarias sufren dos modificaciones:

- 1.- Se anuncia en el DOGV nº 3156, 1998-01-07, y consiste en eliminar 3.100 m² de suelo urbano de zona verde y recalificarlos de la siguiente manera: 2.580 m² pasan a suelo no urbanizable, 500 m² a suelo escolar contiguo y el resto se introduce en suelo urbano mediante el camino existente junto al barranco Bolbaite.
- 2.- La Comisión territorial de urbanismo del 27/7/00 aprueba la adaptación de las normas subsidiarias para regular el suelo no urbanizable y adaptarlo a la nueva ley del suelo. En este tipo de suelo, cuyo uso principal es la agricultura intensiva de regadío, se autorizan viviendas, almacén e instalaciones exclusivamente relacionadas con la explotación agropecuaria. La Comisión Provincial de Urbanismo 27 de junio de 2003 aprueba la corrección de errores que pretende regular el suelo no urbanizable de protección agrícola y se incluyen las industrias artesanales relacionadas con el uso agrícola como instalaciones permitidas.

CHELLA

Normas subsidiarias de 24 de febrero de 1987 y con aprobación del PGOU en Marzo de 2002 y con modificaciones puntuales en 2011.

En el Boletín oficial de la Provincia de Valencia nº 82, del 7-IV-2011. Modificaciones Puntuales, Nº1 a Nº8. Plan General.

La Comisión Territorial de Urbanismo de Valencia, en sesión celebrada el 24 de febrero de 2010, adoptó un acuerdo en relación con el Plan General, en virtud a varias modificaciones puntuales:

- Modificación 1:** Redelimitación de las unidades de ejecución (en adelante U.E.) núm. 1 a núm. 4, del Sector 1 del Suelo Urbanizable Residencial.
- Modificación 2:** Cambio de calificación de una parte del Suelo Urbano Residencial a Suelo Urbano Industrial, al Noroeste del casco urbano.
- Modificación 3:** Cambio de clasificación de una parte del Suelo No Urbanizable a Suelo Urbano Industrial, al Noroeste del casco urbano.
- Modificación 4:** Supresión del trazado alternativo de la variante de la carretera CV-580 (antigua VP-3076).
- Modificación 5:** Cambio de calificación actual como Suelo No Urbanizable Común del Paraje denominado “El Salto” a “Parque natural” de protección paisajista y medioambiental.
- Modificación 6:** Cambio de alineación y delimitación de un área de reparto en Suelo Urbano zona ensanche.
- Modificación 7:** Delimitación de la unidad de ejecución UE-5 en Suelo Urbano.
- Modificación 8:** Modificación de la normativa aplicable al Suelo Urbanizable Residencial.

El 15 de Mayo 2015 se aprueba una modificación puntual del Plan General de Chella.

ESTUBENY

Su Plan General de Ordenación Urbana, PGOU aprobado en Julio de 1999.

El Boletín Oficial de la Provincia nº 197, 20-VIII-2003, recoge el anuncio de la Consejería de Territorio y Vivienda sobre acuerdo de la Comisión Territorial de Urbanismo de 27 de junio de 2003 por el que se aprueba la modificación de las ordenanzas del polígono industrial del Plan General (artículo 18.4 LSNU) de Estubeny. El objeto de la

modificación es prever la implantación en suelo no urbanizable común de una pequeña zona (23.582 m²), destinada a la construcción de pequeños talleres y almacenes industriales, ubicada al sur del término municipal, lindando al norte con la CV-590.

El resultado concreto de dicha actuación se resume del siguiente modo: la superficie total alcanza los 23.582 m², de los cuales 14.079 m² están destinados a albergar actuaciones industriales y el resto, 9.503 m² (7.069 m² de viales y 2.435 de zonas verdes), a suelos dotacionales.

Otras actuaciones:

- Aprobación de un Plan de Reforma Interior en la Calle San Onofre el 2 de mayo de 2001.
- Resolución de 19 de enero de 2006, del director general de Planificación y Ordenación Territorial, por la que se subsanan las deficiencias a que se refiere el acuerdo de la Comisión Territorial de Urbanismo de 7 de julio de 2005, y se declara definitivamente aprobado el Plan de Reforma Interior «Ordenanzas Núcleo Histórico», de Estubeny. BOP nº 41, 17-11-2006.
- Plan Especial de Protección del Paraje Natural la Cabrentà, se publica el BOP nº 44 el 19 de Juny de 2010. La Comisión Territorial de Urbanismo de Valencia, en sesión celebrada el 24 de febrero de 2010, adoptó el siguiente acuerdo “En relación con el Plan Especial de Protección del Paraje Natural “La Cabrentà”, principalmente se pretende proteger, conservar y mejorar el estado de los recursos y valores naturales, los ecosistemas y las especies presentes en el Paraje. De manera secundaria se propone conservar el patrimonio natural del ámbito, fomentar el uso científico, didáctico y recreativo, favorecer la actividad eco-turística, etc.

El Paraje se localiza al noroeste del término municipal de Estubeny, entre el río Sellent y el casco urbano, y tiene una superficie de 14.150 m². El Plan Especial afecta a diversos aspectos estructurales, como es la clasificación del suelo en el que se ubica “La Cabrentà”, que pasa de suelo no urbanizable común a protegido paraje natural municipal; también se regulan de forma pormenorizada los usos y aprovechamientos

permitidos y prohibidos y se realiza una zonificación homogénea, en la que destacan como objetivos prioritarios los anteriormente citados, en cuanto a la aplicación de normas y directrices; sin embargo, dada la reducida extensión del Paraje se ha establecido una sola unidad o zona, denominada Area Forestal.

MILLARÉS

Normas subsidiarias aprobadas el 22-12-1988 por la Comisión Territorial de urbanismo.

NAVARRÉS

Normas Subsidiarias aprobadas en 1982 y una posterior revisión de las normas subsidiarias que data de 1994.



fase 6^a

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Si un territorio aspira a convertirse en destino turístico, ha de contar en principio con la potencial existencia de una serie de servicios en la forma de una oferta de mercado y pública que, gracias a su combinación, pueda finalmente satisfacer las motivaciones y expectativas de un posible visitante a través de una articulación en la forma de producto y experiencia.



Antes de desarrollar la oferta de productos turísticos del territorio de la Macomunidad de La Canal de Navarrés, es necesario indicar la existencia de tres oficinas de turismo (Tourist Info), dos de ellas situadas en la localidad de Anna, tanto en el Palacio de Cervelló como en el lago de la Albufera, y la tercera oficina se encuentra situada en la localidad de Quesa.

De este modo, los puntos de información turística de la zona se distribuyen entre dos municipios que se encuentran prácticamente en ambos extremos, lo que facilita la organización de la información turística en los dos accesos a la zona por el Norte y por el Sur.

6.1. CRITERIOS PARA DEFINIR ATRACTIVOS, OFERTA Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Es habitual que los municipios dispongan de numerosos recursos turísticos que promocionan de cara a su consumo. Pero un recurso en realidad no es algo que pueda ser consumido, para ello debe ponerse en valor, lo que implica que sea interpretado, y que disponga de un horario de visita, un acceso en condiciones o un precio. Es entonces cuando se convierte en un producto e, incorporándole el alojamiento y la restauración, generar un paquete turístico que se pueda comercializar como experiencia de forma directa o a través de intermediarios (agencias, mayoristas, etc.).

En consecuencia, la generación de atractivos, la oferta y los productos turísticos dependen de un proceso previo de investigación y selección de aquellos recursos que puedan convertirse en productos. La evaluación de los recursos turísticos es una fase necesaria para la selección y elección para su transformación en productos.

Para ello podemos identificar diversas fuentes de información:

- **En primer lugar**, el inventario de recursos turísticos que elaboró el Plan Estratégico del Macizo del Caroig, en que venían definidos ficha a ficha aquellos recursos más destacables a escala municipal.
- **En segundo lugar**, los recursos turísticos recogidos y promocionados por la Mancomunidad de La Canal de Navarrés, a través de su folleto en el que se han sintetizado los principales recursos.
- **En tercer lugar**, el análisis de la información de las Consellerías y bases de datos autonómicas, en las que se recogen aquellos recursos que están protegidos de algún modo por su especial interés.

Para la identificación de los recursos hay que definir un criterio específico, que permita realizar una selección de recursos objetiva y científica. Para ello, se ha utilizado la clasificación del análisis territorial y turístico en tres ámbitos, dentro de los cuales se pueden identificar aquellos recursos que disponen de un nivel de protección recogido en la legislación y aplicado a través de la planificación regional.

- **Capital territorial (Cultura y Patrimonio)**: que recoge los Bienes de Interés Singulares (BIS), los Museos y Colecciones Etnográficas, los Yacimientos Arqueológicos, los Bienes de Relevancia Local (BRL) y los Bienes de Interés Cultural (BIC).
- **Capital social y cultural**: la gastronomía, por ejemplo.
- **Capital natural**: nos referimos a los recursos naturales, como los parajes de alto valor paisajístico, parajes naturales municipales y senderos homologados.

Un primer filtro de estos recursos viene dado en el ámbito del capital social y cultural. Si bien la gastronomía de la zona es destacada, sobre todo por su idiosincrasia y especificidad, con productos locales de gran interés, no existe un tejido en la restauración ni comercial que permita configurar aún productos concretos para el consumo de los turistas. Además, la gastronomía por sí misma, no es un recurso atractor del turismo a menos que esté acompañada de una calificación externa (por ejemplo, las

visitas a restaurantes con Estrellas Michelin). Más bien el turista acude al destino a descansar o visitar recursos y utiliza la gastronomía como un complemento a su viaje, como un medio, pero no como un fin.

Un segundo filtro, similar al anterior, se puede establecer en el capital natural en lo referente a los senderos como recurso. Existen numerosos en la zona y muchos de ellos homologados, son motivo de excursiones de visitantes de día, pero no de turistas que pernocten como objetivo del viaje. Una vez en el destino realizan rutas senderistas como complemento a otras actividades, de nuevo como herramienta, pero no como fin. Aún así, el desarrollo del nuevo Sendero de Gran Recorrido (GR) va a permitir vertebrar alrededor de éste toda la red de senderos del territorio y, por tanto, aspira a convertirse en un producto innovador, propio, identificado plenamente con el territorio, una vez esté tematizado y puesto en valor adecuadamente.

Del resto de recursos inventariados sí que podemos evaluar su potencial para procurar su conversión en productos turísticos.

En el caso del capital territorial, cultura y patrimonio, todos los recursos citados hacen referencia a figuras legislativas que los valoran como elementos de interés turístico, aunque también hay que subrayar que la mayoría no están puestos en valor, sobre todo el bloque temático referente a los yacimientos arqueológicos.

En el caso del capital natural los parajes de alto valor paisajístico si permiten identificar sitios con potenciales recursos y, desde luego, los parajes naturales municipales lo son por haber sido objeto de procesos de selección y valoración a través de informes técnicos que garantizan su valor en el contexto espacial en el que se encuentran.

El equipo investigador ha identificado 91 recursos en el territorio, que responden a estos criterios. Destacamos algunas particularidades al respecto:

- El Yacimiento Arqueológico del lago de Anna está en el Paraje Natural del Lago de Anna, por lo que se incorpora a este recurso.
- El Castillo Palacio de los Condes de Cervellón incorpora al Museo Etnológico, pero son dos recursos distintos que, aunque complementarios, deben ser tratados de forma independiente.
- El retablo Cerámico-Lauda Sepulcral, en el Cementerio Municipal de Chella, a pesar de ser un Bien de Relevancia Local, lo es desde un punto de vista cultural pero no turístico y por tanto se elimina de este listado.
- El Alambín, un pozo de nieve, desaparecido, es un Bien de Relevancia Local en la localidad de Quesa, pero no tiene interés turístico en estos momentos.
- El Barranco Moreno, situado en la localidad de Bicorp, es un yacimiento arqueológico, situado en el mismo paraje de alto valor paisajístico del barranco del mismo nombre, por lo que se integra en éste como recurso de un potencial interés turístico.
- La Reserva Nacional de la Muela de Cortes afecta tanto al municipio de Bicorp como al de Millares, por lo que se integra en uno sólo y se le atribuye a Millares, puesto que dispone de menos recursos que Bicorp y complementarios a éste.
- Los Yacimientos Icnológicos de Tambuc Este y Oeste en Millares son Bienes de Interés Cultural y Bienes de Interés Cultural Singulares. En este caso se unifican todos ellos en los Yacimientos Icnológicos de Tambuc.

PATRIMONIO CULTURAL DE RECONOCIMIENTO OFICIAL, EN LA CANAL DE NAVARRÉS

	Estubeny	Anna	Chella	Bolbaite	Navarrés	Quesa	Bicorp	Millares
Bienes de Interés Singulares	0	0	0	0	0	0	1	1
Museos y Colecciones Etnográficas	0	2	0	0	1	0	1	0
Yacimientos Arqueológicos	0	0	3	1	5	1	3	0
Bienes de Relevancia Local	1	2	2	2	2	2	1	2
Bienes de Interés Cultural		1	0	0	1	1	3	3
Parajes de alto valor paisajístico	3	8	6	4	6	4	3	3
Parajes naturales municipales	1	0	0	0	1	0	0	0
Senderos de Pequeño Recorrido	0	3	0	7	0	5	5	0

Si se analiza estos recursos desde el punto de vista de su clasificación, se puede identificar una especialización a escala municipal:

- **Bienes de Interés Singulares:** al norte de la zona, en Bicorp y Millares.
- **Museos y Colecciones Etnográficas:** en el Sur, el centro y el Norte de la zona, entre Anna, Navarrés y Bicorp, aunque el museo de Navarrés no es comparable a los otros dos.
- **Yacimientos Arqueológicos:** destacan a partir de Chella en toda la zona central y Norte.
- **Bienes de Relevancia Local:** en este caso hay un equilibrio en todos los municipios de la zona, que disponen al menos de uno o dos.

- **Parajes de alto valor paisajístico:** también hay una distribución equilibrada, aunque destacan algo más Anna, Chella y Navarrés.
- **Parajes naturales municipales:** tan sólo hay dos, en Estubeny y en Navarrés.
- **Senderos de Pequeño Recorrido:** hay más de 20 senderos, entre los que hay que distinguir aquellos homologados, los no homologados, los de cicloturismo (BTT) y los de Gran Recorrido.

La distribución espacial en función de sus recursos potenciales permite identificar las siguientes tipologías:

- **Naturaleza:** los parajes naturales destacan en la totalidad de la zona, pero hay que diferenciar entre aquellos que han sido declarados parajes naturales municipales (Estubeny y Navarrés) y aquellos en los que se pueden realizar actividades de turismo activo, sobre todo vinculadas con el agua (Anna, Bolbaite, Navarrés, Quesa y Bicorp).
- **Cultura:** todos los municipios disponen de elementos culturales, pero son siempre un complemento a los productos turísticos que se configuren.
- **Yacimientos:** el hecho de ser Patrimonio de la Humanidad parte de las pinturas rupestres, da lugar a que sean un recurso con gran potencial, sobre todo en la parte norte de la zona (Navarrés, Bicorp y Millares).
- **Museos:** destacan dos de ellos (Anna y Bicorp) que pueden ejercer el papel de vertebradores y canalizadores de la oferta turística territorial.
- **Senderos:** son las vías de comunicación turística y sostenible entre los recursos del resto de tipologías, articulados en torno al GR de la Mancomunidad, cuando se opte por la modalidad de turismo basado en el senderismo.

Finalmente, a la hora de describir estos recursos, se ha utilizado un último filtro que ha consistido en eliminar aquellos recursos que, aun disponiendo de alguna figura de protección, no aparecen en ninguno de los documentos analizados y, por tanto, no se han identificado como recursos potencialmente turísticos, aunque sí lo sean como recursos culturales y/o naturales; o bien se encuentran en muy mal estado.

Los recursos eliminados de esta enumeración son:

- **Anna:** el yacimiento de La Muleta y la ladera de la cuesta de la Ermita.
- **Bicorp:** el Yacimiento icnológico del Barranco del Randero y el Castillo de los Morcones, así como recorrer las sendas que dan acceso al Pico Caroche, a la Gola Lucino, a la Muela de Bicorp o el Pico del Buitre en esta misma localidad, ya que estas sendas están ya incorporadas en el recurso de senderos. El Castillo Palacio del Señor de Bicorp (eliminado por malas condiciones).
- **Bolbaite:** la Ermita de Santa Bárbara (se elimina al coincidir con la Iglesia Parroquial de San Francisco de Paula).
- **Chella:** Barranco del Lobo (se encuentra perdido), Cuevas del Turco (en muy mal estado), Molino de Viento y Alto de Esparza (en una zona privada y muy mal estado), el yacimiento de la Partida de Volantín y el Zarzalet. El Mirador del Salto (Incorporado en el propio paraje de El Salto).
- **Estubeny:** Parque infantil y polideportivo (cerrado porque no se puede mantener) y la coveta Victoria.
- **Navarrés:** los yacimientos de Las Fuentes, la Cueva del Barbero y Las Carasetas, la vista panorámica del paraje de la Ermita y La Sarnosa y el Planil.

Por tanto, el resultado final es una primera selección filtrada, de 77 recursos, sobre los que se conforma el inventario turístico del territorio y que, posteriormente, serán evaluados y jerarquizados, a fin de obtener aquellos que realmente se van a potenciar, en un primer momento, como productos del territorio turístico.

A continuación, se van a describir dichos recursos, integrados en el contexto espacial en el que se localizan:

6.2. ATRACTIVOS NATURALES

BICORP

Bicorp, situado sobre una pequeña colina, se encuentra rodeado casi en su totalidad, por un meandro que forma el Barranco Moreno. Su amplio término municipal se caracteriza por poseer un relieve montañoso de formas abruptas y escarpadas, atravesado por profundos barrancos que forman muelas como la de Bicorp, el Monte Mayor, las Pedrizas o el Benefetal, todas ellas de alturas considerables.

Los ríos Ludey, Fraile y Cazuma bañan el territorio y crean parajes insólitos que invitan a disfrutarlos realizando excursiones a pie o en bicicleta, como el recorrido de las sendas que dan acceso al Pico Caroché, a la Gola Lucino, a la Muela de Bicorp o al Pico del Buitre.

En cuanto a la flora y la fauna, la vegetación que se contempla en el término de Bicorp está compuesta por un típico bosque mediterráneo, con carrascas, robles valencianos, sabinas, enebros, fresnos junto a extensos pinares rodenos y carrascos. Dentro de los abruptos y escarpados barrancos tendremos la posibilidad de poder observar a la cabra hispánica, al muflón, a diversas aves rapaces como el águila y las lechuzas y al gato montés.

QUESA

El municipio de **Quesa** se localiza asentado en las estribaciones de la muela de Bicorp, presidido en su parte alta por el castillo árabe que da origen al municipio, y la ermita de la Santa Cruz del siglo XVII. El paseo por sus calles permite descubrir la iglesia parroquial de San Antonio Abad del siglo XVIII, con su esbelto campanario y cúpula de teja vidriada. Destaca también la casa-museo de los pintores quesinos Alberto Hernández y Mercedes Rubio.

Los parajes naturales más destacados son: el Cañón del Río Grande, zona paisajística con abundante mas forestal y animal; el Río Cubillas, en él se encuentra el Charco de las Tortugas, La Sarnosa y el Planil; vista panorámica del pueblo y masa forestal con bosques de fresnos, carrasca, sabinas y pino rodeno; el Barranco de Las Ventanas- Los Charcos. Se trata de una sucesión de cascadas y gorgos naturales, bautizados con nombres populares como por ejemplo charco la Bañera, las Fuentes, del Chorro, de la Cacerola, etc.

En cuanto a la flora y la fauna en estos parajes encontramos una abundante y diversa masa forestal en la que destacamos el fresno, el madroño, el roble valenciano, la carrasca, el pino carrasco y rodeno acompañado de un sotobosque como el enebro, la jara, endrino, el romero, etc. En la zona podremos disfrutar de diversas especies como pueden ser el jabalí, la jineta, la cabra hispánica, la ardilla, el águila, la perdiz, el hurón, etc.

NAVARRÉS

El municipio de **Navarrés** se sitúa en la parte central, en el corazón de la zona de estudio, estratégicamente asentado sobre un montículo coronado por la ermita del Santísimo Cristo de la Salud (s. XVIII). El origen de Navarrés se remonta a la época musulmana, como atestigua el castillo situado en un cerro próximo, construido a su vez sobre un asentamiento de la edad del Bronce.

El entorno medioambiental de Navarrés y su arqueología le hace especialmente atractivo, tanto para los ecologistas y amantes de la naturaleza, como para los estudiosos del pasado por medio de los vestigios que nos legaron nuestros antepasados.

Sobresale la Ceja del Río Grande: es una zona paisajística, de masa forestal y vistas panorámicas inigualables, con numerosas fuentes y manantiales.

Además, destacan los Chorradores y el Barcal, paisajes de belleza singular donde se pueden observar diversas cascadas continuadas, Playamonte y las Fuentes, el

Pozo de la Quebradas, aguas ferruginosas termales de propiedades curativas y La sima de Tous, cueva con formación geomorfológica como estalactitas y estalagmitas. Por último, también destaca la vista panorámica del Paraje de la Ermita y la Presa de Escalona: impresionante obra de ingeniería ubicada en un pintoresco paraje entre grandes montañas en el cual hay un embarcadero para la práctica de actividades náuticas.

BOLBAITE

Bolbaite se levanta sobre un promontorio rocoso en el margen derecho del río Sellent que divide el municipio. En la parte alta se levanta el imponente castillo-palacio de los Cabanilles (s. VIII-XIX). La parroquial de San Francisco de Paula de la segunda mitad del siglo XVIII preside la plaza de la Iglesia. El barrio del castillo y las Eras nos descubrirán rincones pintorescos y miradores privilegiados al río Sellent y la Hoya. Si bajáis hacia el mirador del Puente descubriréis el paraje del río Sellent que lo atraviesa, donde conviven patos, ocas y carpas.

Dentro de sus atractivos naturales destacan la Ermita de Santa Barbara, situada en el cerro de la Ermita con un entorno natural de pinos carrasco y zona recreativa debidamente acondicionada; el paraje del Río Sellent a su paso por Bolbaite, bajo el puente viejo se agolpan los patos, las ocas y las gigantescas carpas en un remanso de poca profundidad. El Puente de Piedra se encuentra un poco más arriba, es de gran interés natural y paisajístico, cuenta con un lago natural apto para el baño y junto a él hay merenderos y una zona recreativa. Subiendo el río hacia arriba encontramos el Gorgo Cadena, que cuenta con el atractivo de una cueva sumergida dentro del gorgo de gran interés espeleológico.

Destaca la vegetación típica mediterránea, natural y bastante abundante, en la que predominan las variedades de pino Rodeno y Carrasco. Existe una gran variedad de matorrales compuestos por coscojas, romeros, aliagas y estepas. El sotobosque es muy rico, con lo que la aparición de setas como los pebrazos y esclatasanes, las

turmas o las morenas, son muy comunes. También podemos encontrar diferentes plantas aromáticas, medicinales y curativas como el romero, la chorcholiva, el tomillo, el rabogato y la pebrella, utilizadas en el arte culinario y el adobe de las aceitunas. En la zona boscosa se encuentra el jabalí, la cabra montesa, el zorro y en las proximidades del pueblo la ardilla, la gineta, el tejón, el lirón careto, el conejo, la liebre y la comadreja. En el núcleo de la población, en el río, conviven una bandada de patos y un banco de carpas, siendo éstos un atractivo turístico de la población.

CHELLA

La localidad de **Chella** se sitúa sobre una ladera en la margen derecha del río Sellent, rodeada de una fértil huerta. Posee un rico patrimonio local, donde destaca la visita a la iglesia parroquial de la Virgen de Gracia, reconstruida en el siglo XVIII, la casa señorial de los Condes de Buñol, la ermita de San Nicolás de Bari (s XIX-XX) que preside la parte alta del municipio, o los lavaderos y las fuentes locales.

Entre su patrimonio natural más destacado se halla El Mirador del Salto, desde donde se puede observar una de las vistas panorámicas más impresionantes de la zona, una gran cascada conocida como El Salto. Junto a él se hallan las ruinas de una antigua central eléctrica y uno de los paisajes más bellos de la zona. En este paraje se puede ver la Cueva de la Lluvia; El zarzalet, donde se observa una antigua cueva para guardar ganado y una fuente, la del Abrullador, situada a cinco kilómetros del pueblo. Este manantial abastece de agua a Chella. Más arriba del curso se encuentran Los Molinicos y La Playa Salvaje, donde se puede disfrutar de su singular paisaje; La Fuente de los Chopos, que está situada junto al pueblo y sirve de entrada al Parque de la Fuente, que recientemente se ha construido al lado del cauce del río Sellent. Clochicas y el Abogao, son otras fuentes que hallamos en la parte Norte del término donde todavía quedan restos de lo que algún día fue un balneario y aguas termales y medicinales.

ANNA

El municipio de **Anna** se sitúa estratégicamente como puerta de entrada de la Canal de Navarrés, en la parte más baja del territorio, donde el agua aflora en forma de fuentes, saltos de agua y albuferas como la de Anna.

La Albufera de Anna es sin duda el lugar más conocido de los parajes del municipio. Es un lago de cuyo fondo brotan múltiples manantiales que lo alimentan; en el centro del lago hay un pequeño islote, “el merendero”, al que se puede acceder con alguna de las barcas que allí se alquilan.

Otros recursos naturales que destacan son La Fuente Negra, es un manantial muy próximo a un barrio al que le ha dado su mismo nombre, sus aguas forman un riachuelo bordado por sauces; El Gorgo Catalán, en donde llegan las aguas de la Fuente Negra mediante una cascada y forman un pequeño estanque profundo apto para el baño; El Gorgo de la Escalera, denominado así por la existencia de una escalera de 136 escalones, está formado por un estanque de varios metros de profundidad; La Azud, acequia rodeada de una frondosa vegetación; La Fuente de Marzo, pequeño manantial de aguas cristalinas con abundante fauna piscícola; El Gorgo del Salto, formado por una espectacular cascada de agua; y la Ladera de la Cuesta de la Ermita, con un torrente y cascadas en un entorno de pinos y plantas coberteras.

ESTUBENY

El municipio de **Estubeny** está situado en la cuenca del río Sellent, en la zona norte de la comarca de la Costera, en el linde con la Canal de Navarrés. Un paseo por su núcleo urbano nos descubrirá la iglesia parroquial de San Onofre, que conserva una imagen de la Virgen de los Dolores del año 1795. No menos interesante es el rico patrimonio orfebre y de casullas de los siglos XVIII, entre las cuales destaca la regalada por el rey Carlos IV. El lavadero tiene yacimiento de agua propio y todavía está en uso.

En las laderas del Río Sellent, se encuentra uno de los parajes naturales más atractivos de la zona, popularmente conocido como La Cabrentà. Abundan las formas kàsticas que el agua ha ido esculpiendo sobre paredes de piedra a través de los siglos, como las cuevas y simas, en donde abundan las estalactitas y las estalagmitas. También destaca La Coveta Victoria, que fue un refugio de algunas imágenes de la iglesia en tiempo de guerra, donde todavía se puede observar el altar esculpido de forma natural sobre la roca. Son abundantes las fuentes, como por ejemplo la fuente de la Tía Rulla, la del Tío Blanco y la Teulá. La Taverneta es un paraje arbolado que cuenta con una fuente. Desde el Mirador de los Banquillos podrá disfrutar de una panorámica del río Sellent.

Destaca la variedad y diversidad de flora en diferentes hábitats como la de la ribera del río Sellent donde afloran chopos, olmos, cola de caballo, etc. En la parte de la umbría de la Cabrentà, se disfruta de lentiscos, limoneros, helechos, rusco, acantos, zapatitos de la virgen, etc. La fauna también es variada: la cabra hispánica, el águila perdicera, el jabalí, el gato montés y el zorro conviven en esta zona con otros animales de la ribera como la grulla, la garza, la polla de agua, la carpa, etc.

MILLARES

Por último, el municipio de **Millares**, en cuyo casco urbano destaca el Hinchidor, que se levanta sobre la balsa de riego que recoge las aguas del Nacimiento a través de la acequia homónima del Hinchidor. El complejo hidráulico se completa con una fuente en la que antiguamente se “hinchían” (esto es, se llenaban) los cántaros de agua para el uso doméstico y un abrevadero, en la parte baja, para las caballerías. También destaca el lavadero tradicional que aprovecha el paso de la principal acequia que atraviesa el pueblo. Formado a partir de losas de calcárea lisa adosadas una al lado de la otra, el uso y el paso del tiempo ha ido dejando una huella indeleble en cada una de ellas. Lugar fresco en verano, se llena de vida con el correr del agua.

En las afueras de la población se puede observar el monte en que se sitúa el Castillo de Millares, cuyas paredes septentrionales se desploman sobre el Júcar, que jalona-
ban el recorrido fluvial y que protegía el paso del desfiladero del Júcar. Asimismo,
enclavado en un escarpe del Barranco de las Cañas, ribera izquierda del Júcar, existe
un pequeño grupo de pinturas rupestres de estilo levantino.

6.3. PATRIMONIO CULTURAL COMO ATRACTIVO

BICORP

Iglesia Parroquial de San Juan Evangelista, del siglo XVI y reconstruida en los años 60.

Fachada del Castillo, antiguo palacio de los Señores de Bicorp, construida en el
siglo XVI.

El casco urbano presenta la clásica distribución de las poblaciones árabes. Desde
esta época es destacable el llamado Azud de los Moros, estructura picada en piedra
viva para el almacenamiento de las aguas fluviales.

En 1998 el Arte Rupestre Levantino fue declarado Patrimonio Artístico e Histórico
de la Humanidad. En Bicorp existen numerosos ejemplos de estas pinturas. Hay que
destacar los diez abrigos del Barranco Moreno o las conocidas Cuevas de la Araña,
en las que pueden contemplarse, además de representaciones de caza, la conocida
escena de la recolección de la miel.

En el municipio también se han documentado diferentes poblados ibéricos y de la
Edad de Bronce. Ejemplos de ellos son el Poblado de la Rotura o el Castillo de los
Morcones.

En el ecomuseo se pueden adquirir trabajos artesanales en cerámica. También es conocido por sus trabajos en esparto.

Las fiestas patronales en honor a Santa Cruz se celebran el primer fin de semana del mes de mayo. Es tradición el reparto de rollos y las procesiones. Las fiestas populares se celebran del 15 al 18 de agosto. Destacan la entrada de Moros, verbenas, pasacalles, etc.

QUESA

Destacan las ruinas del Castillo, fortaleza árabe situada en la parte superior del pueblo; la Iglesia Parroquial de San Antonio Abad, reconstruida en el siglo XVII; y la Ermita de la Santa Cruz, en el Monte Calvario, data del siglo XVIII.

Es importante el Abrigo del Voro, situado en la ladera del río Grande con numerosas y bien conservadas pinturas rupestres entre las que destaca la escena de los cuatro arqueros, pertenecientes al Arte Rupestre Levantino. El abrigo esta declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

Las fiestas patronales se celebran el primer fin de semana del mes de mayo, en honor al Santísimo Cristo de la Salud, la Virgen del Rosario, la Divina Aurora y la Santa Cruz, con sus procesiones, verbenas, competiciones deportivas, pasacalles y desfiles de moros y cristianos.

La celebración más original es sin duda la Reserva, que se celebra el 14 de febrero: cuenta la historia que, en 1690, hubo una epidemia que asoló el pueblo dejando sólo una familia con vida, esta familia daba cobijo y comida para todos los que acudiesen a repoblar el municipio. En la actualidad, y para recordarlo, se siguen haciendo calderos para todos los que quieran acudir a comer ese día.

Por último San Antón, que se celebra el 17 de enero. La víspera se realiza una gran hoguera en honor al Santo Patrón de la iglesia de Quesa y al día siguiente se reparte el pan bendito.

NAVARRÉS

El Castillo de Navarrés está declarado como Bien de Interés Cultural y está situado en un cerro desde donde se puede contemplar gran parte de la Canal de Navarrés. Es una fortaleza construida sobre un poblado de la Edad de Bronce.

Como monumento puede considerarse el barrio antiguo de Navarrés, con sus estrechas y empinadas calles de estilo típicamente morisco recientemente restauradas. Su máximo exponente son las Cuevas, construcciones excavadas en la roca que, próximas a la ermita del Santísimo Cristo de la Salud, sirvieron de hábitat a los musulmanes que poblaban Navarrés.

Otros elementos son la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Asunción reconstruida en el siglo XVIII; la Ermita, construida en honor al Santísimo Cristo de la Salud; el Abribador de los moros, la tinaja, silo que servía para guardar el grano de origen árabe; y la fuente La Marquesa o Fuente de los 24 chorros, que tiene más de doscientos años.

De la misma manera existen vestigios arqueológicos de gran valor en la zona, con restos del paleolítico medio, del periodo neolítico y del tiempo de los íberos, además de diversas pinturas rupestres que datan de distintas épocas: la Ereta del Pedregal, considerado uno de los yacimientos más importantes de España del Eneolítico; el Abrigo del Garrofero, pinturas rupestres, declaradas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO; la Cueva del Barbero, grabados rupestres; la Cueva del Palanqués, enterramiento Eneolítico y las carasetas, 10 figuraciones, la mayoría en blanco y rojo con unas dimensiones de entre 60 y 70 cms. agrupadas en dos filas y que representan caras humanas con ojos, nariz y boca, se consideran de la Edad de Bronce.

Las fiestas patronales son en honor al Cristo del Refugio, se celebran del 8 al 12 de octubre. San Gregorio, que es el patrón del pueblo de Navarrés, donde se sigue realizando lo que antiguamente se conocía como la Comida de los Pobres, en la plaza del pueblo, en la que todo el mundo puede comer cazuelas de arroz al horno. San Antón, que se celebra el 17 de enero, en su víspera se hace una hoguera en el Plaza del Barrio.

La semana cultural se celebra la primera semana de agosto, entre los actos que se realizan destacan conciertos de música, danzas, maratón popular y carrera popular, al igual que en el pabellón municipal se celebran todo tipo de actos deportivos. La hora del Quijal: se celebra el día 1 de noviembre.

BOLBAITE

La Iglesia de San Francisco de Paula, que fue construida en 1521 y reconstruida en 1780. En su fachada destaca la portada, que esta adintelada y tiene decoración barroca, sobre la que aparece una hornacina con la imagen del Patrón. La Ermita de Santa Bárbara, situada en un montículo desde el que se observa una gran extensión de la zona. Las ruinas del Castillo, situado en la parte alta del pueblo y de origen árabe y que fue construido en el siglo XVI como casa-palacio de la familia Pardo de la Casta, señores feudales de Bolbaite. Por último, la Ermita de Santa Barbara, situada en el cerro de la Ermita con un entorno natural de pinos carrasco y zona recreativa debidamente acondicionada.

El paraje del río Sellent a su paso por Bolbaite, bajo el puente viejo se agolpan los patos, las ocas y las gigantescas carpas en un remanso de poca profundidad. El Puente de Piedra se encuentra más arriba, es de gran interés natural y paisajístico, cuenta con un lago natural apto para el baño y junto a él hay merenderos y una zona recreativa.

Aguas arriba del río encontramos el Gorgo Cadena, que cuenta con el atractivo de una cueva sumergida dentro del gorgo de gran interés espeleológico.

Las fiestas patronales se celebran la semana posterior a la Semana Santa, en honor del Patrón San Francisco de Paula y del Cristo del Amparo. Estas fiestas tienen gran tradición y despiertan el interés de los vecinos de los pueblos de los alrededores por el desfile de Moros y Cristianos. Además, hay diferentes actos cívicos y religiosos: verbenas, mascletás, pasacalles y procesiones.

Santa Bárbara, que es la patrona de Bolbaite y se celebra el 4 de diciembre, teniendo como festejo central La Despertá a primeras horas de la mañana acompañada por la banda de música y cantos populares recorriendo las calles del pueblo y realizando una gran dispará de cohetes sueltos. Además, se realizan las romerías de bajada y subida hasta la Ermita con la Imagen de la Santa.

La Epifanía, que se celebra el día 6 de enero, donde los Reyes Magos reparten regalos a todos los vecinos del pueblo en las puertas de sus casas.

San Antón, que se celebra los días 15, 16 y 17 de enero en la que se realiza la plantá de la hoguera de la luminaria y bendición de panes y animales en la Plaza de la Iglesia. Por la noche se prende fuego a la hoguera en la que después, se hace una gran torrá de carne y se reparten cacahuets y vino para todos los asistentes.

La semana Cultural, que se lleva a cabo del 6 al 13 de agosto, y son numerosas las actividades culturales y deportivas las que se celebran.

San Roque, que se celebra los días 14, 15 y 16 de agosto con verbenas y fiestas en la Calle de lo Calvarios.

CHELLA

Destacan los castellets, restos de origen árabe situados en la montaña del Turco; la Casa Señorial del Conde de Buñol; el Lavadero, situado en la zona del parque; la Fuente de los Chopos, así como la fuente y lavadero del Mirador del Salto; la Iglesia

Parroquial de la Virgen de Gracia, reconstruida en el siglo XVIII; la Ermita de San Nicolás y la antigua Mezquita Árabe.

En el Barranco del Lobo hay unas cuevas en las que se encontraron restos de sílex y de cerámicas desde el Mesolítico hasta la Edad de los Metales. En la partida del Volantín, han sido numerosos los restos del Paleolítico, Neolítico e Ibéricos hallados. También destacan las Cuevas del Turco, situadas en una de las paredes verticales que forma un barranco donde se han encontrado restos de sílex.

Las Fiestas Patronales más importantes del municipio son en honor a San Blas y se celebran los días 2, 3 y 4 de febrero dedicados respectivamente a La Candelaria, San Blas y el Cristo del Refugio. Durante estos días son numerosos los actos que se organizan como bailes, conciertos de música, pasacalles, mascletás, castillos de fuegos artificiales y múltiples actos religiosos entorno a los santos (procesiones y misas).

La semana anterior a las fiestas patronales, como prólogo a las mismas, se celebra el Medio Año de Moros y Cristianos.

La festividad de San José, que se celebra del 15 al 19 de marzo en su honor, se levanta la Falla No Ni Na. Los Santicos de la Piedra, se celebran el 30 de julio en la Calle Libertad.

La primera semana de agosto se celebra la Semana Cultural y el fin de semana de Moros y Cristianos. Los actos de la semana cultural suelen ser exposiciones de pintura, recitales y teatros. Destaca el Concurso de Paellas y Verbenas, Actos Infantiles como cuentacuentos, parques infantiles y talleres, etc. La semana cultural termina con los actos de moros y cristianos destacando la entrà falsa, la entrà mora y la cena de hermandad.

En San Roque, que se celebra el 16 de agosto con una fiesta popular. La Patrona del Pueblo, la Virgen de Gracia, se celebra el 8 de septiembre; entre los actos se celebra una dansa con los bailes típicos del municipio.

San Nicolás, se celebra el 6 de diciembre, coincide con actos como por ejemplo la despertá y el pasacalles con disfraces. La fiesta de Todos los Santos el 1 de noviembre, los quintos salen en procesión cantando historias populares en tono irónico.

ANNA

Destaca por encima de todo el Palacio de los Condes de Cervellón, construido a comienzos del siglo XVII, tras conceder el rey Felipe III en 1604 el título de conde a Fernando Pujades de Borja. Se encuentra levantado sobre el antiguo castillo y está adosada al palacio la Capilla de Santa Ana.

El casco viejo está formado por calles rodeadas por torrentes de agua. Numerosas fuentes, y las aguas de la Albufera, recorren el pueblo mediante un entramado de canales. La Iglesia Parroquial, dedicada a la Inmaculada Concepción, del siglo XVII, donde destacan varios retablos, en especial el del Altar Mayor, barroco, donde se halla la titular. En el Sagrario sobresale un lienzo de la escuela de Ribera. La fachada es barroca y el campanario fue reconstruido tras el terremoto de 1748. La Ermita del Cristo de la Providencia, de planta cruciforme y coronada con cúpula. Construida tras el terremoto de 1748. Destacan dos piezas repujadas de cobre de gran patetismo y dos pinturas inspiradas en obras de Rafael y Rubens. Al pie de la Ermita se construyó El Calvario con donaciones populares. La Imagen del Santísimo Cristo, adquirida y traída a la parroquia por el religioso Fray Luciano Yago Francés. Actualmente se encuentra en la Ermita y se le denomina Santísimo Cristo de la Providencia.

En el Lago de la Albufera se encontraron restos mesolíticos y eneolíticos. En la partida de La Moleta hay ruinas de un poblado romano del siglo III.

En cuanto a las fiestas y tradiciones, San Antón, se celebra los días 15, 16 y 17 de enero con la tradicional hoguera en la Plaza de la Iglesia y la Cabalgata del Abandero montado a caballo repartiendo dulces y juguetes.

Las Fiestas de las Eras, se celebran el primer lunes de agosto con los tradicionales campeonatos de fútbol sala, verbenas, baile de disfraces, concurso de paellas, conciertos, celebraciones religiosas, mascletás, etc.

Durante el mes de septiembre se celebran las Fiestas Patronales, donde se celebran: los Moros y Cristianos con su entrá falsa y entrá mora, las fiestas taurinas y las fiestas del Santísimo Cristo de la Providencia celebrado el 21 y 22 de dicho mes.

ESTUBENY

Una de las construcciones más singulares es El Lavadero que está situado en el mismo nacimiento donde aún acuden mujeres a lavar la ropa a mano, como una actividad tradicional doméstica.

Destaca la Iglesia Parroquial de San Onofre, cuya reconstrucción se hizo después del terremoto de 1748. En el interior de la Iglesia, destacamos la Imagen de la Virgen de los Dolores tallada en piedra por el escultor José Esteve, realizada en 1795. La Imagen de San Onofre esta tallada en madera en el siglo XIII y es la imagen más antigua de la Iglesia. También podemos ver las piezas de Oficios, un cáliz y custodia de plata junto a varias albas y casullas de seda bordadas con hilo de oro que fueron regaladas por el rey Carlos IV por mediación del Conde Alangel, en el mismo año.

En enero se celebran las fiestas de San Antonio, con la tradicional Hoguera dedicada a su Santo.

La Cassoleta se celebra el fin de semana antes de Pascua (la víspera del Domingo de Ramos), anuncio del fin de la Cuaresma. Se reúnen en el campo para comer las típicas cazuelas de arroz, además de haber otros actos programados como danzas, teatro infantil, etc.

El segundo fin de semana del mes de junio se celebra la festividad de San Onofre, Patrón del Pueblo de Estubeny.

Las Fiestas Patronales son a finales de agosto. Se celebra en honor al Santísimo Cristo de la Buena Dicha, a la Inmaculada Concepción y a la Mare de Deu del Dolors. Se celebran múltiples actos como verbenas, concursos infantiles y de paellas, cordás, etc. Son muy pintorescas las despertás en las que se cantan estrofas relacionadas con la Virgen de los Santos.

MILLARES

El patrimonio material que más destaca son los dos castillos: el Castillo de Millares, enclavado en las proximidades de la población, sobre un relieve junto al Júcar; y el Castillo de Coves, también en ruinas, cuya torre atalaya todavía se mantiene en pie.

Destaca además el patrimonio arqueológico y paleontológico. Hallamos el Abrigo de los Chorradores, donde encontramos una pequeña pero muy interesante muestra de Arte Rupestre Levantino del Neolítico, el Abric de Vicent, en el barranco del Tambuc, un magnífico ejemplo de arte levantino en el que, a pesar del reducido número de figuras, compila las principales características de este arte. Por último, los yacimientos de lcnitas del Tambuc, hasta 400 pisadas se conservan en una extensión aproximada de 30.000 m² formando el espectacular yacimiento declarado Bien de Interés Cultural e integrado.

Las Fiestas más importantes son San Blas (3 de febrero), San Juan (24 de junio), Santísimo Cristo de la Salud (6 de agosto), la Feria Bioaceite, y la artesanía del esparto.

6.4. OFERTA DE ATRACTIVOS DE OCIO Y CULTURA

BICORP

Sobresale el Ecomuseo de Bicorp. Surge con la finalidad de contribuir al desarrollo cultural, social y económico del municipio. Para ello cuenta con un Centro de Difusión del Patrimonio que funciona como eje vertebrador y de gestión de los recursos patrimoniales. Ofrece información a los visitantes que deseen conocer la Cueva de la Araña y otros abrigos representativos del Arte Rupestre Levantino. Cuenta con un servicio de guía que depende de la Consellería de Cultura de la Generalitat Valenciana.

El municipio cuenta con un polideportivo con las siguientes instalaciones: piscina, frontón, pista de tenis, pista polivalente.

La Casa de la Cultura reúne las siguientes instalaciones: biblioteca, salas para las diferentes asociaciones como amas de casa, sociedad de cazadores, club de jubilados, etc, salón múltiple ubicado bajo el Ayuntamiento donde se realizan cualquier tipo de acto, reuniones, etc.

Cuenta además con un Local social, destinado para el ensayo y actos de la Banda de música, para exposiciones itinerantes y usos múltiples.

El Benefetel está situado junto al Pico Caroché y el nacimiento del río Fraile. En ella se encuentran paelleros, parque infantil, aseos y duchas.

QUESA

La Casa-Museo Alberto Hernández y Mercedes Rubio ofrece una exposición permanente de las obras de estos dos pintores de origen quesino.

El Ayuntamiento dispone de una Casa de la Cultura que cuenta con un Salón de Actos, una Agencia de Lectura y un local para la Unión Musical.

El municipio también cuenta con un Polideportivo en el Alto la Rocha con: piscina, tenis, pista polivalente (balonmano y fútbol sala), y pista de baloncesto.

NAVARRÉS

El Museo de Arte Sacro está situado en la parroquia de la Asunción de Nuestra Señora. Ofrece una muestra de objetos litúrgicos, algunos tallados en madera.

El Pabellón Cubierto Municipal junto a las Piscinas Municipales, el nuevo Campo de Fútbol y los parques, conforman un complejo deportivo idóneo para el esparcimiento.

BOLBAITE

El municipio cuenta con un Polideportivo Municipal, y con una Casa de la Cultura (con biblioteca pública, salón de actos y Hogar del jubilado), una Sala Polivalente y un Auditorio o Local Social Municipal.

CHELLA

Su Polideportivo Municipal cuenta con unas instalaciones completas. Además con un Auditorio Municipal, donde se realizan numerosas actividades culturales; el Conservatorio Municipal Maestro Ponce; el Hogar del Jubilado, el cual dispone de cafetería, salón de actos, sala de juegos y gimnasio. También hay un Centro cultural y Biblioteca.

ANNA

Cuenta con el museo que existe en la Iglesia de la Inmaculada Concepción.

Actualmente se puede visitar el Palacio de los Condes de Cervellón, edificio emblemático que pretende convertirse en Centro Cultural y Turístico de la zona. En el sótano, además del Museo Etnológico se puede contemplar el aljibe del castillo árabe y el museo del agua.

Dispone de Polideportivo Municipal, dotado con varias dependencias deportivas, y un Pabellón Municipal de Deportes. Además hallamos la Casa de la Cultura, la Biblioteca Pública, una Sociedad Musical, una Residencia de Mayores “El Jesús”.

ESTUBENY

El municipio cuenta con un Polideportivo Municipal, pero en la actualidad está cerrado por falta de presupuesto para su mantenimiento.

Estubeny cuenta también con una Agencia de Lectura, y con la Casa Abadía, donde se realizan encuentros culturales como teatro, exposiciones, talleres, etc.

MILLARES

La exposición permanente de la Colección Museográfica José Martínez Royo es un espacio expositivo en el que el visitante puede realizar una aproximación a la paleontología y a la arqueología de Millares.

También dispone de piscina municipal y un polideportivo con diversos espacios para la práctica deportiva.

6.5. ATRACTIVOS PROFESIONALES Y DE VIDA PERSONAL

Uno de los aspectos que permite el desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo en un sector de servicios como es el turismo, es poder trabajar desde cualquier lugar parte del planeta gracias a Internet. Paralelamente a este hecho se ha desarrollado una tendencia de algunos profesionales a deslocalizarse en espacios de interior, bien comunicados, que les permite trabajar en un entorno más natural y tranquilo frente a las grandes urbes.

El territorio ofrece un gran atractivo, tanto a nivel profesional como personal, ya que además de tratarse de un entorno de interior y natural, está bien comunicado con las dos aglomeraciones urbanas de la Comunitat Valenciana, a menos de una hora tanto de València como de Alicante.

De la misma manera hay que resaltar otro factor, las características del desarrollo profesional, que se potencia cuando se establecen ámbitos de trabajo conjuntos o redes de colaboración. En ese sentido, la Canal no dispone aún de la infraestructura ni la consolidación de unas redes adecuadas para favorecer un escenario laboral relacionado con las TICs.

Entendemos que el sector turístico dispone de varias oportunidades en el territorio de La Canal, un espacio muy atractivo para el desarrollo de actividades económicas, pero precisa de ciertos apoyos desde el sector público para potenciar un desarrollo colaborativo que agrupe a los profesionales de diversas actividades que se puedan complementar. Hablamos de crear una red de actores capaces de generar sinergias en un entorno rural.

6.6. OFERTA DE TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

Uno de los factores básicos en turismo es la accesibilidad, en donde el tiempo de desplazamiento es una clave. En ese sentido se debe tener en cuenta la naturaleza de dichos desplazamientos, así como de qué modalidad se trata: externa e interna al territorio de destino. Ambas modalidades se complementan, la primera permite llegar al lugar del destino; la segunda, en cambio, facilita el conocimiento de lugar de destino elegido.

ACCESIBILIDAD EXTERNA O INTERTERRITORIAL

Nos referimos a las vías y a los medios de comunicación que permiten al turista llegar a la Canal de Navarrés. En este sentido son dos básicamente: el acceso “natural” por la autovía desde València o Alicante, que dispone de dos entradas, una por Estubeny y otra por Enguera. El otro acceso es por el municipio de Millares, por el acceso septentrional, que es mucho menos accesible y utilizado, pero que permite la conexión con otros territorios valencianos, la Hoya de Buñol.

ACCESIBILIDAD INTERNA O INTRATERRITORIAL

Nos referimos al grado de conexión y de comunicación entre los municipios. En ese sentido, destaca la disposición de los municipios de la Mancomunidad, meridiana, siguiendo una línea prácticamente recta de Sur a Norte (o de Norte a Sur), recorrida por una única carretera que comunica la totalidad de los núcleos urbanos. Es pues un eje vertebrador de la comarca que facilita la conexión entre los municipios.

Junto a dicho eje, destacan carreteras vecinales, numerosos caminos alrededor de los municipios y senderos para que los turistas puedan desplazarse por el territorio. Una red de viales que favorece no sólo la movilidad de los turistas sino la conectividad entre los recursos y productos turísticos de forma sostenible.

REGISTRO PÚBLICO DE SENDEROS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA; FEDERACIÓ D'ESPORTS DE MUNTANYA I ESCALADA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Anna: P.R.V-266 Gorgos-fuente negra, 10,93 kms., P.R.V-113 Abrullador-fuente negra, 10,12 kms., Ruta de las Cascadas de Anna

Bicorp: P.R.-173 Barranco Moreno, 18 km., P.R.-234 Cazuma-Gola de Lucino, 16 km., P.R.-235 Benedriz, 11.7 km, P.R.-236 Pico del fraile, 11.3 km., P.R.-237 Barranco salado, 12.6 km.

Bolbaite: P.R.V-267 Selda-Corral de Bru- Benali, 18,4 kms. (aclarar estas citas de sendas)

Bol 1_Subida a las Balsillas por el Rincón_Bolbaite_8,48 km

Bolbaite 2_Bolbaite Agroforestal_Bolbaite_13,1 km

Bolbaite 3_Cantalavieja: El corazón de la rambla_Bolbaite_6,12 km

Bolbaite 4_Un paseo por el río Grande_Bolbaite_9,05 km

Bolbaite 5_Corral de Bru - Chicijuan - Cañica Alcalide_7,83 km

Bolbaite 6_Casa del obrero-Casa Calores: Una vuelta_11,63 km

Quesa: P.R.-203 Rio Grande-abrigo Voro, 11.2 kms., P.R.-204 Los cuatro rios-Las almas, 14.1 kms., P.R.-205 Cubillas-Rio Fraile, 10.5 kms., P.R.-206 Alambin-Conexión G.R.7, 10.6 kms, S.L.-38 Barranco las Ventanas, 3 kms.

Chella: PR-CV 113 Azagador de Chella a Anna, 7.070 metros. (Manantial del Abrullador-Gorgo del Catalán)

Navarrés: PR-CV 267 Senda-Corral de Bur-Benalí, 18.400 metros

Millares: PR-CV 261 Nacimiento-Castillet-Cámaro, 12.200 metros. (El Hinchidor-Alto del Camaro).

Estubeny: inexistentes

6.7. OFERTA DE ALOJAMIENTO

La oferta de establecimientos de alojamiento de la Canal de Navarrés se caracteriza por cierta diversidad tipológica y por su distribución por la totalidad de los municipios de este territorio valenciano. Hallamos:

- Una casa vacacional en Anna
- 24 casas rurales
- Un hotel en Quesa
- Un camping en Anna, el Camping municipal de La Albufera de Anna
- 2 zonas de acampada en Bicorp y Navarrés
- Unas cabañas de madera en Bicorp
- Un hostel en Anna
- Un albergue en Millares

La distribución de los alojamientos rurales en La Canal es la siguiente:

Anna: 1 hostel (Hostal Mesón Lar Galego) con capacidad para 22 personas y 5 casas rurales (Casa Rural el Carrascal, Casa Rural Fuente de Marzo, Casa Rural La Alameda y Casa Rural Lago de Anna, La Cabaña, la Casa Azul) y un camping municipal de La Albufera de Anna, con 90 parcelas. En el registro de la Agencia Valenciana de Turismo está censada la Casa Santiago, aunque no funciona actualmente.

Bicorp: Zona de acampada y restauración Agroturismo Los Botijos, 5 casas rurales (Casa Rural Barranco Moreno, La Solana, Casa Rural Cazuma, Casa Rural Hongares de Arriba y la casa de los Maestros) y 1 cabaña de madera (Casas de Madera). La Casa Rural la Castellana se encuentra en la actualidad en trámites para su apertura.

Bolbaite: 3 casas rurales (Lera, El Puente y Los Cipreses) con una capacidad que oscila entre 4 y 10 turistas. Casa Serrano y La Polopa aparecen en el registro de la AVT pero no se han identificado.

Chella: 8 casas rurales (Balaguer, Los Chocolates, Los Olivos, La Montaña, Casas de la Cañada del Flaco, El Mirador del Salto, Frigols y La Paraeta).

Navarrés: 3 casas rurales (El Patio, Playamonte y Nahuar Rural) y la zona de acampada en la Ceja del Río Grande. Tienen una capacidad para unas 10-12 personas cada una.

Quesa: Hotel Rural “Las Rochas”, con capacidad para 20 plazas.

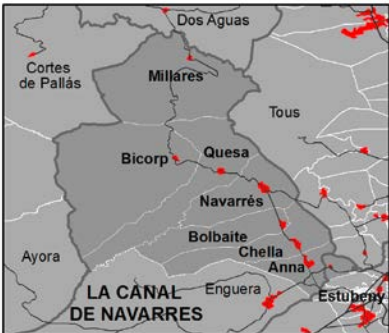
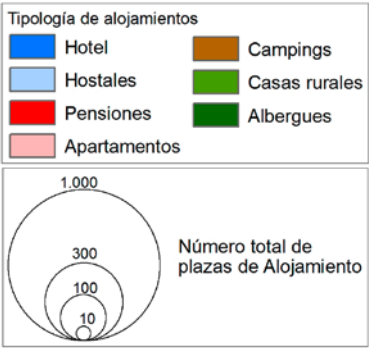
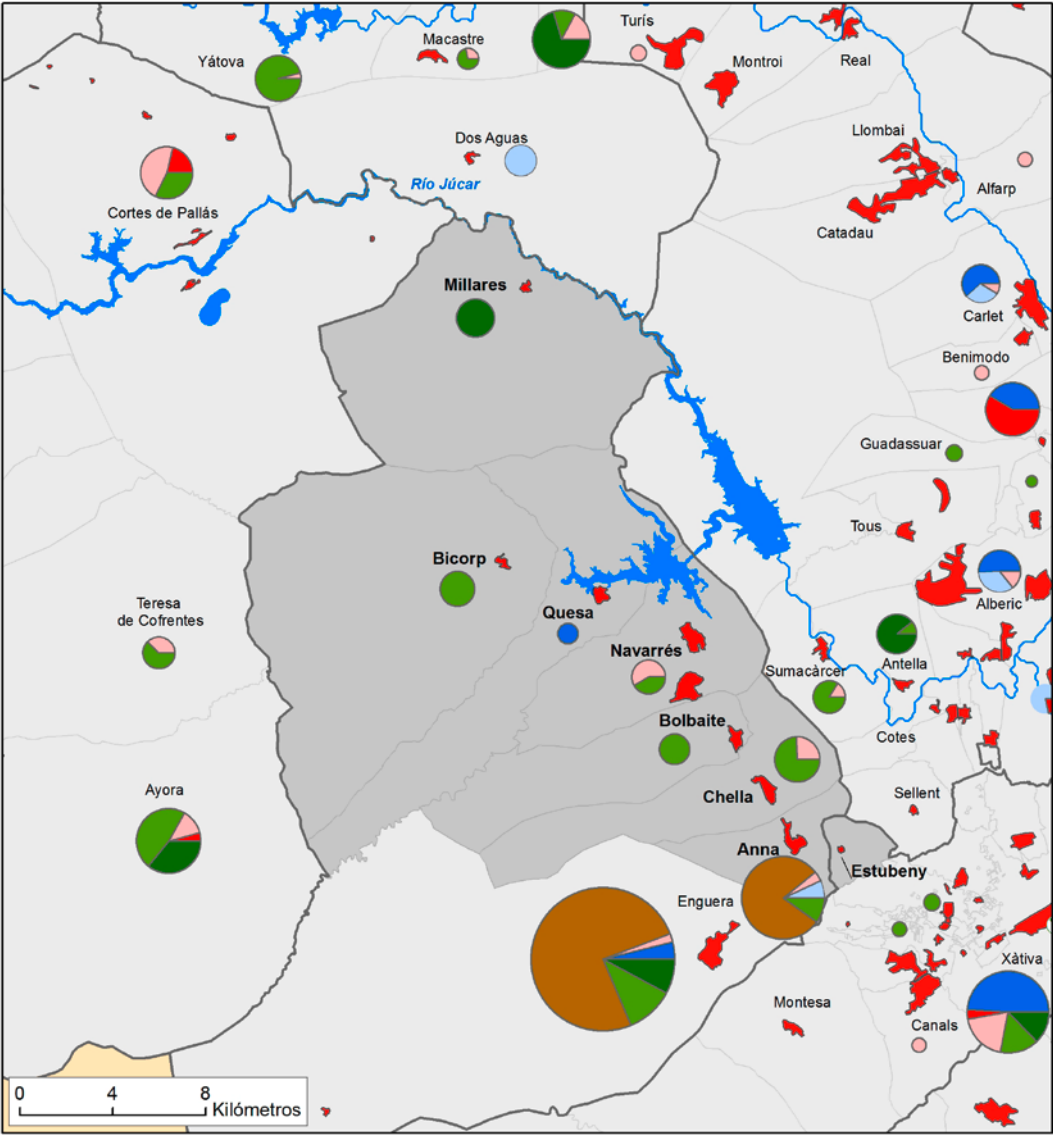
Millares: El Albergue, con capacidad para 45 plazas.

Estubeny: no hay oferta de alojamiento oficial.

De los datos facilitados, podemos concluir que:

- a) Más de la mitad de las plazas de alojamientos se encuentran en la localidad de Anna (54,5%), seguido de Chella con un 16,4%.
- b) Tras éstos el resto de la oferta de la zona se distribuye entre Bicorp (9,5%), Navarrés (9%), Bolbaita (7,3%) y Quesa (3,3%).
- c) Hay una serie de casas rurales sin acreditación en Bicorp (Casa rural Castellana, Casa rural Hongares de arriba y Mirador del Valle), en Navarrés (Casa del Reboljo, Casa Esquilador, Casa del prado y El Rincón del Remedio), en Anna (en Airbnb-F4 Sur de Valencia, Alojamiento rural Casa Los Gorgos y Alojamiento rural, Casa del agua) y en Chella (Ca'l Sueco y en Airbnb Casa rural el Falcó, Casa de vacaciones con piscina privada y visita gratuita y Peaceful Scenic rural Location).

PLAZAS DE ALOJAMIENTO



6.8. OFERTA DE RESTAURACIÓN

Según los datos oficiales consultados en La Canal de Navarrés hay 25 restaurantes, distribuidos de forma concentrada: la mitad se encuentran en Navarrés (46%), seguido de Chella (21%). El resto se distribuyen entre Bolbaite (17%), Anna (13%) y Bicorp (4%). Sólo hay uno en Millares y ninguno en Estubeny.

En cambio, la oferta de restauración mejora sensiblemente si tenemos en cuenta los establecimientos de bares que hallamos en cada municipio. Una vez realizado el necesario trabajo de campo la oferta actual se sintetiza en:

- Anna:** 4 restaurantes, 1 bar y una pizzería.
- Bicorp:** 1 restaurante y 3 bares.
- Bolbaite:** 2 restaurantes y 1 bar.
- Chella:** 8 bares y un restaurante.
- Estubeny:** 1 bar.
- Quesa:** 3 bares.
- Navarrés:** 4 bares y 4 restaurantes.
- Millares:** 6 bares y restaurantes.

En la Canal de Navarrés se producen determinados productos agroalimentarios que mejoran sin duda la oferta gastronómica, un ejemplo más del valor de la territorialidad:

Anna	Aceite de oliva
Bicorp	Miel, aceite, carnes, embutidos selectos y dulces típicos
Bolbaite	La miel (azahar, de romero, de mil flores), el girasol, plantas aromáticas y medicinales, el aceite de oliva y los embutidos.
Chella	Miel y aceite
Estubeny	Naranjas, fresas y gran variedad de frutas y hortalizas.
Quesa	Miel y aceite
Navarrés	Aceite de oliva, miel y derivados de la apicultura.
Millares	Aceite

De la misma manera en La Canal de Navarrés es muy interesante la propuesta gastronómica que nos ofrece este territorio del interior. Destacamos:

BICORP

Existe una gran representación en platos típicos, como son las carnes a la brasa, el gazpacho manchego con carne de caza, el mojete arriero, los griñones, etc. También los arroces forman parte de la costumbre culinaria, especialmente el arroz al horno y el arroz con hierbas aromáticas locales.

QUESA

Sobresalen las comidas típicas como la carne a la brasa, el gazpacho manchego, las gachas, el guisote hecho con pencas, patatas y cerdo, las tortas al horno con embutido y cerdo.

Dulces típicos son los rollicos de anís, los pastelicos de moniato, los rosezones, y el brazo de gitano; el pan bendito que se hace por San Antón. En la comercialización de los productos típicos destacan las carnes y embutidos de Teresa Pla y Carnes Baldó; la pastelería artesanal de Dulces La Abuela; la miel producida por Antonio García; y el aceite de la cooperativa Valsur.

NAVARRÉS

La oferta gastronómica es extensa y variada: el gazpacho manchego, la cazuela de arroz al horno, las gachas, el mojete arriero, el arroz en fesols i nabs, la paella de carne, la carne al jarrón, etc, sin olvidar la larga lista de dulces artesanales, caseros e industriales (pastisos de moniato, oreletes, rosezones de almendra, tortas de chicharrones, turrón de rosas, tortas finas, brazo de gitano, tartas y pasteles, etc).

BOLBAITE

Los platos más típicos son la Olla en pelotas, Arroz en hierbas, Arroz caldós, Paella negra, Arroz de novia, Cazolica en pencas, y el Gazpacho del Caroig y la Gachami-ga, ambos platos típicos de La Canal. Destacan también las tortas de mezcla con longaniza, tocino y costillas de cerdo o de pimiento, tomate, atún y huevo. Entre los

dulces más destacados podemos encontrar los Pastissos de *cacahuet* y *de moniato*, Torticas *abiscochás*, el Brazo de gitano, el Turrón de cacahuet, las Cristinas, Dulces de coco y los Rosegones.

CHELLA

Destaca la especialidad en arroz al horno y arroz caldós, la casolica de pencas, el puchero y el gazpacho del Caroig. Entre la gran variedad de dulces destacan: las torticas de cacahuets y aceite que se hacen por San Blas, y por todos los Santos se hacen Hogazas.

ANNA

Entre los platos típicos de la cocina de Anna, podemos destacar la casuela de arrós al horno, casuela de arrós y nabos, arrós caldoso en nabos y bledas, arrós de novia, longaniza de pascuas, chorizo de ajo, tortas de pimiento y tomate, tortas de tocino y embutido, el ajoarriero, la pericanera, etc. Hay que probar los dulces típicos como las tortas sainosas de Carnaval, el Pan Bendito de San Antonio, o las monas de Pascua.

ESTUBENY

La paella de carne y el arroz al horno son platos típicos de este municipio; de hecho, la festividad llamada “Cassoleta” está dedicada a las cazuelas de arroz al horno con carne, relleno, garbanzos, etc. Destacan los dulces como la Torta de cabello de ángel y nueces, y el Arnadí. La verdura y la fruta son también conocidas por su buena calidad y variedad en la zona.

MILLARES

Merecen un apartado especial los dulces tradicionales, como los rollicos de anís, pastelitos de moniato, rosegones, brazo de gitano, etc, todos ellos de gran tradición.

6.9. OFERTA DE EVENTOS

Un factor a tener en cuenta como elemento de atracción de futuros turistas es el conjunto de eventos que se organizan en La Canal de Navarrés. En la totalidad de los municipios se identifican diversos eventos que parten de entrada con ciertos atractivos. En todas las poblaciones se celebran las fiestas navideñas: Año Nuevo, y la de Reyes Magos.

Destacamos:

ESTUBENY

- San Antonio, el fin de semana después del día 17 de enero, con la tradicional hoguera dedicada al Santo.
- La Cassoleta, que se celebra el fin de semana antes de Pascua, la víspera del Domingo de Ramos, que anuncia el fin de la Cuaresma; se reúnen en el campo para comer cazuelas de arroz al horno (cassoletes).
- El segundo fin de semana del mes de junio, se celebra la festividad de San Onofre, patrón del pueblo. El sábado se prende una hogera, donde más tarde se asará carne y se cenará a su alrededor, continuando con una verbena popular. El domingo salen los Santos ("el pequeño y el grande") en procesión.
- Las fiestas Patronales son a finales de agosto el último fin de semana del mes, excepto si el domingo es 31, caso en el que se adelantan una semana. Se celebra en honor al Santísimo Cristo de la Buena Dicha, la Inmaculada Concepción y la Mare de Deu dels Dolors. Son muy pintorescas las "Despertás" en las que se cantan estrofas relacionadas con la Virgen y los Santos, haciendo paradas en determinadas casas, recorriendo todo el pueblo, y se finaliza cantando dentro de la Iglesia.

ANNA

- Fiesta de San Antón: el 20 de enero se realiza la “quema” de la hoguera y el 21 la “tirá”.
- Fiestas de las Eras, primer lunes de agosto.
- Carrera popular, 15 de agosto.
- Fiesta el día del Cristo, cuarto fin de semana de septiembre.
- La Catalineta, 25 de noviembre.
- Fiesta de la Inmaculada Concepción, 8 de diciembre.

CHELLA

- Fiestas Patronales: 2, 3 y 4 de febrero (La Candelaria, San Blas y el Santísimo Cristo del Refugio.)
- Fallas, 19 de marzo.
- Semana Cultural, primera semana de agosto.
- Fiesta de la Virgen de Gracia, segundo fin de semana de septiembre.
- San Nicolás, 6 de diciembre.
- Fiesta de la Inmaculada Concepción, 8 de diciembre.
- Medio Año Moro, penúltimo fin de semana de enero.
- Año Moro, primer fin de semana de agosto.

BOLBAITE

- Fiesta de San Antón, 16 y 17 de enero.
- Las Fallas, 10 de marzo.
- Fiestas locales, las segundas pascuas, en 2018 será del 7 a 11 de abril.
- En julio, carrera popular.
- Semana Cultural, primera quincena de agosto.
- Fiesta en honor a San Roque, 15 de agosto.
- Santa Bárbara, primer fin de semana de diciembre.

NAVARRÉS

- Carrera popular, última semana de julio- primera de agosto.
- Semana cultural, primera semana de agosto.
- Fiestas locales, 10 y 11 de octubre.

QUESA

- Fiesta La Reserva, 14 de febrero.
- Carrera popular en mayo.
- Fiestas locales, 9 y 11 de agosto (Cristo de la Salud y Santísima Cruz).

BICORP

- Fiesta de Año Nuevo, 1 de enero, y la Fiesta de Reyes Magos.
- Fiestas locales a la Santa Cruz, primer domingo de Mayo.
- Fiestas patronales de San Roque, 16 de agosto.

MILLARES

- San Blas (3 de febrero).
- San Juan (24 de junio).
- Santísimo Cristo de la Salud (6 de agosto).
- Feria Bioaceite y de artesanía del esparto.

6.10. OFERTA FORMATIVA Y EMPRENDIMIENTO

La oferta formativa relacionada con la actividad turística está estructurada en torno a la oferta diseñada por la Mancomunidad de La Canal de Navarrés, que ofrece diversos cursos. Es el caso por ejemplo del curso de Guía Interpretativo, con un gran éxito de asistencia, una muestra de que existe demanda al respecto.

Además hay otra modalidad de oferta diseñada por otros organismos, de la que los empresarios y profesionales del turismo de La Canal se pueden beneficiar, como es la ofrecida por la red de Centros de Turismo (CdT) o Invat.tur en la Agència Valenciana del Turisme.

En cambio, se aprecia un importante déficit en la oferta de cursos formativos relacionados con el emprendimiento. No existen espacios de *coworking* ni eventos de emprendedores. Su importancia radica, no sólo en el hecho de disponer de espacios, sino de las relaciones profesionales que se tejen en torno a estos espacios y las posibilidades de sinergias y transferencia del conocimiento.

6.11. LA NECESIDAD DE EVALUAR Y JERARQUIZAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Tan importante como la identificación de los recursos principales de La Canal de Navarrés, es el establecimiento de la jerarquía según los valores de dichos recursos turísticos. Se ha optado por la consulta de varias fuentes directas e indirectas, y su análisis técnico:

- Entrevistas a actores locales.
- Estudios técnicos existentes del área.
- Información facilitada por la Mancomunidad de La Canal de Navarrés.
- Análisis técnico de los recursos.

El resultado de este análisis múltiple ha permitido la **jerarquización de los recursos** en cuatro niveles, que permiten definir **el grado de explotación actual** de los mismos:

- **Nivel 1.** Nulo, cuando el recurso se encuentra en muy mal estado o desaparecido. Hallamos 6 elementos.
- **Nivel 2.** Patrimonial, cuando dispone de una figura jurídica pero no está explotado turísticamente. Identificados 26 elementos inventariados.
- **Nivel 3.** Natural o cultural, cuando es un recurso de interés, aunque no esté puesto en valor turísticamente. Se identifican 27 elementos.
- **Nivel 4.** Turístico, cuando es producto turístico, y es un atractor turístico. Diferenciamos 18 elementos.

El **potencial turístico** de nuestros recursos y productos turísticos, se define mediante cuatro niveles:

- **Nivel 1.** Nulo, cuando el elemento tiene muy pocas o ninguna posibilidad de recuperación y explotación turística.
- **Nivel 2.** Patrimonio, cuando el elemento tiene interés y está reconocido con una figura legislativa pero sin poner en valor.
- **Nivel 3.** Recurso, cuando tiene interés turístico, pero no está puesto en valor
- **Nivel 4.** Producto, cuando ya funciona de forma efectiva como un producto de atracción turística por sí sólo.

Los elementos que ya son productos turísticos, es decir, que tienen **capacidad de atracción por sí mismos**, se dividen en tres apartados:

- Las **“puertas”**, que son los puntos de acceso al territorio turístico. Localizamos dos museos, que pueden considerarse como espacios que agrupan y organizan la oferta turístico-cultural del territorio turístico.

- Las “**ventanas**”, es decir, elementos que son capaces de atraer visitantes, y por tanto, pueden considerarse como motores del desarrollo turístico del territorio museu de la Canal. Son nueve elementos identificados.
- Los “**hitos**”, que se trata de referentes turísticos relacionados con el territorio, especialmente en la escala municipal, y complementan a los elementos considerados “ventanas”. Son siete productos.

Por tanto, a la hora de desarrollar turísticamente los recursos de La Canal se propone potenciar los productos turísticos y complementarlos con los recursos, naturales o culturales, existentes. La aspiración es convertir esos recursos en nuevos productos turísticos, una vez sean puestos en valor.

Esta metodología permite **concentrar los esfuerzos** en aquellos productos que realmente pueden ser atractivos para los turistas y diferenciar claramente lo que son simples recursos (con un valor cultural o natural innegable pero no turístico) y lo que forma parte del patrimonio más sobresaliente de los municipios.

Por tanto, los productos a destacar en cada municipio son:

	Estubeny	Anna	Chella	Bolbaite	Navarrés	Quesa	Bicorp	Millares
Bienes de Interés Singulares	0	0	0	0	0	0	1	Tambuc
Museos y Colecciones Etnográficas	0	Museo Condes de Cervellón	0	0	1	0	Ecomuseo	0
Yacimientos Arqueológicos	0	0	3	1	Abrigo del Garrofero	Abrigo del Voro	Cuevas de la Araña	
Bienes de Relevancia Local	1	2	2	2	2	2	1	2
Bienes de Interés Cultural		1	0	0	1	1	3	3
Parajes de alto valor paisajístico	3	La Albufera. Los Gorgos	El Mirador del Salto. La Fuente del Abrullador.	Paraje del Río Sellent	Presa Escalona Playamonte y las fuentes	Los Charcos	Río Fraile	3
Parajes naturales municipales	La Cabrentà	0	0	0	Los Chorradores	0	0	0
Senderos Oficiales	GR La Canal	GR La Canal	GR La Canal	GR La Canal	GR La Canal	GR La Canal	GR La Canal	0

LOS 18 PRODUCTOS DEL TERRITORIO TURÍSTICO DE LA CANAL

Para la selección de los principales recursos turísticos de la Canal de Navarrés, se ha contado con la participación de los habitantes de la comarca, mediante encuestas. Destacan por orden de prioridad-importancia:

La Albufera de Anna, los Charcos de Quesa, el Río Fraile en Bicorp, el Río Bolbaite, las Cuevas de la Araña en Bicorp, Playamonte en Navarrés, el Palacio de los Condes de Cervellón, el Salto de Chella, los Chorradores en Navarrés, los Gorgos de Anna y el embalse de Escalona en Navarrés. También se puede añadir La Cabrentà, ya que al estar en Estubeny ha sido nombrado en menos ocasiones, pero igualmente tiene importancia; además es uno de los dos únicos parajes naturales municipales de la zona. Lo mismo sucede con los yacimientos de Tambuc en Millares. Por último, señalamos el Ecomuseo de Bicorp.

La encuesta ha permitido diferenciar otros recursos, más genéricos, que deben ser tenidos en cuenta: las rutas senderistas, el arte rupestre, los espacios naturales, el agua, la gastronomía y los ríos.

En este sentido, recomendamos potenciar y desarrollar el nuevo sendero de Gran Recorrido de La Canal como producto turístico de gran valor. Alrededor del mismo se articularán y vertebrarán el resto de senderos que recorren todo el territorio.

Los 18 productos pueden clasificarse en las siguientes tipologías:

- **Yacimientos:** Tambuc en Millares, Cuevas de la Araña en Bicorp, Abrigo del Voro en Quesa y Abrigo del Garrofero en Navarrés.
- **Museos:** Museo Condes de Cervellón en Anna y Ecomuseo de Bicorp.

- **Parajes naturales municipales:** La Cabrentà en Estubeny y Los Chorradores en Navarrés.
- **Parajes de alto valor paisajístico:** La Albufera y los Gorgos de Anna, el Mirador del Salto y la Fuente del Abrullador de Chella, el paraje del Río Sellent en Bolbaite, el Río Fraile en Bicorp, la presa de Escalona, Playamonte y sus fuentes en Navarrés y los Charcos de Quesa.
- **Senderos:** Gran Recorrido La Canal

1.- LA CABRENTÀ (ESTUBENY)

Acceso

Este paraje se sitúa en las inmediaciones del casco urbano de Estubeny, por lo que se accede por el camino de Rona, que surge desde su extremo septentrional.

Descripción

Se localiza en la margen derecha del río Sellent, en una umbría situada al norte del núcleo urbano de Estubeny. Este paraje está compuesto por formaciones kársticas con afloramientos litológicos de travertinos y tobas calcáreas, con estalactitas, estalagmitas, banderas y columnas, que el agua y el tiempo han esculpido. La acción de las aguas subterráneas procedentes del macizo del Caroig hace que existan manantiales, cascadas y surgencias. La Cabrentà constituye un enclave de gran relevancia botánica. Dispone de un bosque húmedo con un destacado valor corológico, único en la Comunidad Valenciana al ser uno de los escasos ejemplos de selva mediterránea, con formaciones vegetales muy tupidas. En su bosque conviven el laurel y el almez, y existe una abundancia de plantas trepadoras como la hiedra y zarzaparrilla, lo que forma una agrupación característica de un clima subtropical. En las comunidades más abundantes, como es el matorral bajo hay numerosos endemismos pertenecientes al género *Thymus* (tomillos y mejoranas), *Satureja* (ajedreas) y *Sideritis* (rabos de gato). En total existen hasta una decena de plantas protegidas por su rareza o por encontrarse en peligro de extinción. Existe un sendero ecológico

habilitado que orienta la visita. En cuanto a la fauna alberga numerosas especies de aves. La Cabrentà fue declarado Paraje Natural Municipal en 2004 y posee una superficie de 1,41 hectáreas.

Contacto

Ayuntamiento de Estubeny. Plaza Corazón de Jesús, 3

Tel: 962 210 013

2.- MUSEO ETNOLÓGICO Y CASTILLO PALACIO DE LOS CONDES DE CERVELLÓN (ANNA)

Acceso

Está situado en el interior del núcleo urbano de Anna, en la Plaza de la Alameda, Nº5.

Descripción

Los orígenes de Anna se localizan en el castillo de origen almohade edificado en el siglo XII. La primera referencia escrita de este edificio está fechada el 2 de septiembre de 1244, en la carta de donación que hace el rey Jaime I a la Villa de Anna y su castillo a la Orden de Santiago. El castillo forma los cimientos del actual Palacio de los Condes de Cervellón. Fue construido por la familia de los Borja a comienzos del siglo XVII, cuando Felipe III otorga el título de Condado a la Villa de Anna y convirtiendo a Fernando Pujades de Borja en el primer conde de Anna. A lo largo del siglo XVII los Pujades de Borja emparentaron con los de Coloma Pérez de Cabrelles, lo que supuso que el título de los Condes de Anna siguiera en la línea de los Duques de Fernán-Núñez, Condes de Cervellón. En 1762 tras la liberación del vasallaje de la Villa de Anna quedará incorporado a la Corona, aunque el título de los Condes de Cervellón se conserva. En 1890 el palacio pasa a manos de los condes de Trénor. En 1987 fue adquirido por el Ayuntamiento de Anna. El edificio está construido con piedra tosca, que es una piedra muy porosa, muy buena para edificar porque es muy resistente y pesa poco. Además de la transformación del castillo almohade en el palacio actual este edificio ha tenido varias remodelaciones significativas: una a finales del siglo

XVII, tras un incendio; otra en 1885, y la última que se realizó entre 2001 y 2007. En la última remodelación se decidió rehabilitar cada estancia en una época distinta. Adosado al palacio se sitúa la Capilla de Santa Ana. En el sótano se ha instalado el Museo Etnológico, además de albergar el aljibe del castillo musulmán y el Museo del Agua. En la actualidad el palacio es visitable y se ha convertido en uno de los principales centros de difusión patrimonial de la comarca y dispone de un espacio para exposiciones permanentes. Ha sido declarado como Bien de Interés Cultural.

Horarios

Cita previa concertada. Existen visitas de forma guiada, contactando con el Ayuntamiento (962210136) y con la Tourist-Info (616551877). Se debe concertar la visita con varios días de antelación.

Contacto

Tlf. Reservas 962 210 136 - 616 551 877

3.- LA ALBUFERA DE ANNA (ANNA)

Acceso

Salimos del núcleo urbano de Anna, por la CV-580, y tomamos la carretera de la Albufera.

Descripción

Está localizado a un kilómetro al Suroeste de Anna. Es un lago de cuyo fondo surgen numerosos “ullals” o manantiales que lo alimentan. Su longitud es de unos 300 m y su anchura alcanza los 180 m, con una profundidad media de unos 3 m. El caudal medio es aproximadamente de 24.000 litros por minutos, aunque oscila según el régimen de precipitaciones. En su entorno se han localizado restos mesolíticos y eneolíticos. Está rodeado por pinos, sauces, chopos y plataneros. En el centro del lago existe un islote creado artificialmente, denominado “El Merendero”, que acoge diversas especies de aves, como garzas, ocas y patos. Además, existen barbos y truchas. Dispone de

un servicio de alquiler de barcas. Las aguas de la Albufera abastecen a la acequia Madre de Anna, que se distribuye en diversos brazaes, uno de los cuales da servicio al Lavadero municipal, situado en las inmediaciones del Castillo Palacio de los Condes de Cervellón. Bonifica unas 500 hectáreas de regadío en la huerta de Anna. La Albufera es el paraje más conocido del municipio, ya que recibe anualmente unos 75.000 visitantes. Dispone de varios establecimientos de restauración. Junto al lago está ubicado el Camping Municipal de Anna, que está abierto todo el año y dispone de 90 parcelas. Está equipado con duchas, agua caliente, aseos y una zona recreativa.

Contacto

Tourist info Anna

Dirección: Oficina Av. Diputación, 19, 46820 Anna, Valencia

Dirección: Oficina en el lago de la Albufera

Teléfono: 616 55 18 77

Camping Municipal Albufera de Anna

Tlf: 962 210 563/ 962 210136

4.- GORGOS DE ANNA (ANNA)

Acceso

Al Gorgo de la Escalera se llega desde el camino que surge desde la intersección de las calles Pintor Molina Ciges y Jesús. Al Gorgo Gaspar se accede por un camino que desciende desde la calle del Nero. Para llegar al Gorgo Catalán, se sale de Anna por el camino de la Fuente y se recorre durante unos 150 metros.

Descripción

Los gorgos son pequeñas pozas que se han ido formando como resultado de saltos de agua. Los distintos manantiales que hallamos desde la Albufera hasta el río Sellent han esculpido un trazado con numerosos saltos de agua y gorgos. Los tres principales gorgos de Anna son:

- El Gorgo de la Escalera. Se localiza al Sur del núcleo urbano de Anna; es un cañón formado por las aguas del río Anna, al cual se accede a través de 136 escalones. El agua se precipita en forma de cascada y antiguamente se aprovechaba para la producción de energía hidroeléctrica mediante una pequeña central. En este paraje el agua recorre unos 200 m con varios niveles de profundidad y posee varias caídas, con un último salto de 25 m.

- El Gorgo Gaspar o del Palet. Está ubicado al Sureste de Anna, a escasos metros de la población. Sus aguas conforman un salto o cascada que antiguamente daba la fuerza motriz a una fábrica textil en el siglo XIX por medio de una noria. Aguas abajo abastecía a otra industria. El agua que llega a este gorgo procede del Azud y es el último tramo de la Acequia Madre, que es un profundo rodeado de una frondosa vegetación.

- El Gorgo Catalán. Se sitúa al Norte de la población, a unos 100 m de la misma. Las aguas que se precipitan por una cascada proceden del manantial de la Fuente Negra. El gorgo forma un estanque de una gran profundidad y está acondicionado para el baño. Dispone de un trampolín.

Entre los senderos locales destaca el denominado Ruta de las 3 Cascadas, que se inicia en el Gorgo Gaspar o del Palet.

5.- EL MIRADOR DEL SALTO (CHELLA)

Acceso

Salimos de Chella por su extremo septentrional, por la calle Mayor, en dirección a la depuradora. El Salto de Chella se sitúa a escasos metros aguas abajo del punto donde el camino atraviesa el río Sellent o de Bolbaite. Para acceder al Mirador del Salto cogemos el camino que surge en dirección Sureste desde la depuradora.

Descripción

El Salto es uno de los lugares más interesantes del municipio de Chella. Se trata de una cascada de 25 metros de altura cuyo paraje ha sido denominado “El Paraíso”, caracterizado por su frondosa vegetación, debido a la humedad existente.

En la base de la catarata, denominada “El Hondo”, se encuentran las ruinas de la antigua central hidroeléctrica que se utilizaba para dotar de luz al pueblo (Fábrica de Luz de Valiente, Ferrando y C^a). Esta central se inauguró en 1909 y dio servicio a Chella, Bolbaite, Cárcer, Alberic, Alginet o Carlet, entre otros municipios. En 1919 fue vendida a Volta S.A., empresa que la desmanteló. Posteriormente albergó un molino durante unos años. En la base también existe un lugar llamado la Cueva de la Lluvia. En esta cueva el agua procedente de la cascada se filtra y cae desde el techo de la misma, por lo que se forman estalactitas y estalagmitas. En la margen izquierda del río Sellent se localiza el denominado Mirador del Salto, desde el cual se puede observar esta formación natural. Aguas abajo existe el conjunto de colinas de las Rochas, formadas por materiales arcillosos y yesos en el Triásico-Keuper y más adelante el río atraviesa varios meandros encajonados llamados la Vuelta de Roses. Recientemente el Ayuntamiento de Chella ha expropiado dos parcelas de 8.700 m² para poder hacer visitable el Salto y habilitar un acceso adecuado al mismo.

6.- FUENTE DEL ABRULLADOR (CHELLA)

Acceso

Está situada a unos 5 km al Oeste del núcleo urbano de Chella. Se accede por el camino del Azagador, que sale desde el km 6,2 de la CV-580. Se toma el camino en dirección Oeste durante unos 2.600 m hasta llegar a la fuente.

Descripción

Esta fuente es una galería drenante localizada en la partida de la Solana del Abrullador, en la margen izquierda del barranco del Abrullador. La bocamina tiene forma rectangular y está perforada directamente en la roca, en las dolomías cenomanienses. En origen se trataba de una fuente a la que posteriormente se excavó una galería para aumentar la dotación de agua que tenía. Se trata de una mina que posee una sección irregular de 217 m de longitud, excavada a mediados del siglo XVIII, aunque fue ampliada y reformada en varias ocasiones. La última reforma se finalizó en 1930. En su construcción se empleó el uso de barrenos y aún se pueden

ver muescas en las paredes y el techo de la captación. Es una galería de dimensiones considerables, con una altura media de 3 m y una anchura media de 2,5 m. En algunos tramos aprovecha la existencia de oquedades naturales. Cerca del techo aún conserva algunas maderas que se empleaban para sujetar los cables eléctricos que dotaban de luz a la galería en las tareas de mantenimiento. Pertenece a la Comunidad de Regantes Partida de las Viñas. De la Fuente del Abrullador surge la acequia Madre, que es el canal principal de riego del municipio de Chella. El agua se emplea para el regadío de hortalizas y frutales en la partida de Las Viñas, en una superficie regable que alcanza las 117 Ha.

7.- PARAJE DEL RÍO SELLENT (BOLBAITE)

Acceso

Se localiza al Norte del núcleo urbano de Bolbaite. El acceso hasta el río Bolbaite se encuentra en la segunda rotonda de entrada al pueblo, desde la CV-580. Existe un grafiti que nos indica el acceso a esta zona. También se puede llegar a pie desde el casco antiguo de Bolbaite y caminar hasta el lago del río.

Descripción

El paraje del río Sellent o río de Bolbaite a su paso por esta población está equipado con todos los servicios y cuenta con rincones y miradores privilegiados. Este río cruza la población de Bolbaite por la mitad, dividiéndola en dos partes: El Lugar y La Peña, que quedan unidas por dos puentes, el Viejo y el Nuevo. En el Puente Viejo se sitúan numerosos patos, ocas y carpas. Aguas arriba se sitúa el denominado Puente de Piedra, donde se localiza un lago natural con aguas cristalinas aptas para el baño. Junto a la misma existen merenderos, con mesas y bancos y una zona recreativa gestionada por el Ayuntamiento y equipada con fuentes, duchas y aseos. Miles de turistas visitan cada año este paraje. En este sector destaca el Gorgo Caracol, que es un conjunto de pozas formada por la acción erosiva del río, que contienen una oquedad excavada en la roca de unos 15 m de profundidad, donde el agua forma estalactitas. Aguas arriba en el río se localiza el Gorgo de la Cadena, que dispone

de varias cascadas y posee en su interior una cueva sumergida de gran interés espeleológico. También está habilitado como zona de baño.

Contacto

Ayuntamiento de Bolbaite

Tel. 962 223 080

8.- LOS CHORRADORES (NAVARRÉS)

Acceso

Tomamos la carretera CV-580 desde Navarrés y en dirección a la localidad de Quesa, a escasos 2 kilómetros, en el margen derecho se encuentra una explanada con paneles informativos habilitada como zona de aparcamiento, desde donde se accede al Paraje.

Descripción

Los Chorradores es un Paraje Natural Municipal, declarado en 2014, que posee 28,95 hectáreas. Se localiza en el tramo medio y bajo del Barranco del Barcal, en el sector septentrional del término de Navarrés. El cauce del barranco presenta desniveles pronunciados y cabalgamientos que se convierten en imponentes saltos de agua. Desde la carretera se desciende hacia el cauce en un tramo del sendero encajado en la roca. El sendero del Chorrador se corresponde con parte de la senda circular denominada Escalona-Chorradores. A la izquierda se sitúa la Fuente Clara y posteriormente la espectacular cascada de El Chorrador, que ha excavado una poza. Siguiendo por el camino se accede al azud de la Badina Migas y a continuación existe otro chorrador a la derecha de menores dimensiones. Unos 400 m después llegamos a la fuente de la Higuera, junto a la que se sitúa un área de descanso. El paraje presenta singularidades paisajísticas como la presencia de un estrato arbóreo desarrollado, con un bosque en galería, y elementos geológicos como tobas y travertinos, además de varias pozas de agua. Junto al barranco existen ejemplares de pino carrasco, almeces, chopos e higueras, bajo las que se establecen especies de umbría como la hiedra. En las zonas más abiertas existen adelfas y tarays. En

cuanto a la fauna existen especies asociadas a zonas de ribera como las ratas de agua (*Arvicola sapidus*), el martín pescador (*Alcedo atthis*) o el cangrejo de río autóctono (*Austropotamobius pallipes*), además de una aves como el pito verde (*Picus viridis*) o la oropéndola (*Oriolus oriolus*). El paraje está acondicionado para su visita y se encuentra señalizado.

Contacto

Ayuntamiento de Navarrés, C/ de la Iglesia, 2 , Tlf: 96 226 60 01
ayuntamiento@navarres.es

9.- PLAYAMONTE (NAVARRÉS)

Acceso

Salimos de Navarrés en dirección Sur, por la CV-580. Posteriormente se coge la CV-584 en dirección Suroeste, para después continuar en dirección Este hasta Playamonte por el camino de la Urbanización Playamonte 1.

Descripción

Playamonte o las Fuentes se localiza unos 3 km al Sur del núcleo urbano de Navarrés. Se trata de un lago artificial rodeado de arena que durante años se utilizó como zona de recreo para el baño y la acampada. En sus inmediaciones existe un pequeño núcleo de población formado por una urbanización. Este espacio ha sido un lugar habitado desde la prehistoria, según los restos arqueológicos encontrados, como algunos útiles musterienses. Este embalse artificial fue realizado por el Consistorio de Navarrés en 1970, para el recreo de los vecinos y de los ocupantes de los chalets que se estaban construyendo. Al extraer las capas superficiales de tierras arcillosas y turbas de la zona pantanosa denominada Prado, surgió un potente nivel de arenas, que fueron aprovechadas para producir una playa alrededor del estanque actual. El lago de Playamonte se abastece por varios nacimientos de agua como son las fuentes del Pescaio, La Loca, la Fuente Negra y la Fuente de los Pastores. Durante años este lugar estuvo abandonado, lo que ha provocado su degradación. En el año 2016 se

ha rehabilitado por parte del Ayuntamiento de Navarrés y se están intentando conseguir los permisos para que se declare como zona de baño. Se quiere instalar una depuradora para garantizar la renovación del agua. Se pretende mejorar este espacio natural con actuaciones destinadas a satisfacer las necesidades turísticas actuales, creando nuevos espacios, como zonas lúdicas para los niños. El objetivo es que se convierta en un centro de atracción para otras futuras construcciones. El paraje está perfectamente equipado con instalaciones como bar, lavabos y un parque infantil.

10.- PRESA DE ESCALONA (NAVARRÉS)

Acceso

Salimos de Navarrés por el extremo nororiental del núcleo urbano, en dirección Norte, por el camino de Escalona hasta el embalse.

Descripción

La Presa de Escalona está localizada en el sector nororiental del término de Navarrés, aunque parte de su perímetro inundable se encuentra en el término de Quesa. Recoge las aguas del río Escalona, afluente del Júcar y es el vaso en el que confluyen las aguas de los ríos Grande, Fraile y Ludey. El embalse es una obra de ingeniería hidráulica edificada en el río Escalona en 1995. Después de la rotura de la presa de Tous en 1982, el embalse de Escalona se concibió como una presa de laminación, para prevenir los daños que una nueva avenida pudiera provocar. Es un tipo de presa de arco de gravedad, con una superficie de 461 Ha. El volumen normal de embalse es de 90 hm³ y un máximo de 143 hm³. El aliviadero es de lámina libre y tiene una capacidad de 9.913,4 m³. La altura desde los cimientos es de 78 m, y la longitud en su coronación es de 335 m. En el embalse se ha realizado un embarcadero, que se emplea para la práctica de actividades náuticas, como la navegación, la pesca o los deportes acuáticos como el piragüismo. En cuanto a los peces predominan los lucios, las luciopercas y las carpas. En las cercanías de la Presa de Escalona existen varias cuevas de interés turístico, por la excelente conservación de sus estalactitas y estalagmitas, como son la Sima de Tous y la Cueva del Barbero.

11.- ABRIGO DEL GARROFERO (NAVARRÉS)

Acceso

Salimos de Navarrés por el Sur, por la CV-580. Posteriormente nos desviamos hacia el Suroeste por la CV-584 hasta la Casa del Garrofero, desde donde se accede al yacimiento.

Descripción

Este abrigo se localiza en un resalte rocoso situado en la margen derecha del río Grande, a 385 m de altura sobre el nivel del mar, frente al Abrigo del Voro, situado en la margen opuesta del río. Forma un abrigo de 14 m de longitud, 4,5 m de altura y 5,5 m de profundidad máxima. En la pared frontal se conservan pinturas rupestres de los estilos Levantino y Esquemático, muy afectadas por coladas. Los motivos levantinos identificados son dos figuras antropomorfas masculinas, una femenina vestida por una amplia falda y cinco zoomorfos. Los temas esquemáticos son cuatro antropomorfos y un circuliforme formado por puntos. Están realizados con un mismo pigmento de color rojo oscuro. Entre las pinturas destaca una escena de caza de una cabra montesa. Se descubrieron en 1972 y en 1998 fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como el resto del Arte Rupestre del Arco Mediterráneo. El abrigo se encuentra vallado y protegido. En 2017 se ha realizado en este abrigo un intento de recuperación de un panel que cuenta con más de 30 pinturas rupestres del Neolítico. Se busca realizar un levantamiento con técnicas fotogramétricas que permitan visitar la cueva online y visualizar cada pintura en 3D. Además se intenta crear una ruta senderista homologada que conectará el yacimiento con Navarrés y con otros elementos patrimoniales del término, como las casas-cuevas. En las inmediaciones del abrigo encontramos restos arqueológicos del Mesolítico, en el denominado Blanquizar del Garrofero.

12.- ABRIGO DEL VORO (QUESA)

Acceso

Desde Quesa se ha de seguir el itinerario de los Charcos, que se encuentran a unos 7 km del mismo. Se sigue por una carretera asfaltada hasta el Área Recreativa, que

dispone de un aparcamiento. Desde ese punto se sigue el PRV-203 en dirección Sur, que nos lleva hasta las pinturas rupestres.

Descripción

Este paraje ha estado poblado por el hombre desde la prehistoria. El Abrigo del Voro se localiza en una de las laderas del río Grande. Son pinturas rupestres que forman parte del conjunto integrado en el Arco Mediterráneo Peninsular y han sido declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Pertenecen al Arte Rupestre Levantino Desde el Área Recreativa de los Charcos de Quesa se llega hasta el abrigo, pasando por el Charco de la Horteta y sus dos cascadas. Después llegamos al Charco del Chorro y seguimos por el cauce del río aguas arriba. El río se cruza en varias ocasiones. El Abrigo del Voro está indicado mediante un cartel y se realiza una subida corta pero intensa hasta el yacimiento. Está protegido mediante una verja metálica. Dispone de varias pinturas, aunque la principal muestra 4 arqueros, armados con arcos y flechas, que están representando una danza. Llevan gorros y plumajes en la cabeza y adornos en los brazos o las piernas. El abrigo contiene unas 70 figuras, con escenas cinegéticas. Estas pinturas se realizaban para contar una historia o como ritos para atraer la suerte en sus próximas cacerías. Su estado de conservación es muy bueno. Están pintadas en el interior del abrigo, al fondo. Estas pinturas se realizaban con productos naturales como óxido de hierro y terrígenos, situados en el entorno de los abrigos.

13.- LOS LAGOS O CHARCOS DE CORBERA (QUESA)

Acceso

Desde el pueblo de Quesa se ha de seguir el itinerario de los Charcos, que se encuentran a unos 7 km del mismo. Se sigue por una carretera asfaltada hasta el Área Recreativa, que dispone de un aparcamiento para poder dejar el coche. También se puede llegar siguiendo un tramo del sendero PR-204 hasta los Charcos de la Horteta.

Descripción

Los Lagos o Charcos de Corbera en Quesa son estanques o pozas naturales situados en el río Grande, también denominado Barranco de Las Ventanas-Los Charcos. Se constituyen por una sucesión de cascadas y gorgos naturales de diferentes tamaños y profundidades. Se han formado por la erosión hídrica fluvial y el paso del tiempo, lo que da lugar a unos paisajes de gran valor estético. Se les asignan nombres populares como Charco de la de la Fuente, de la Bañera, de la Cacerola, del Chorro... Están situadas en el Macizo del Caroig, que destaca por disponer de unas masas forestales con bosques de pinos carrascos y rodenos, carrascas y un sotobosque bien representado con coscoja, aliagas, romero y plantas aromáticas. Existen numerosos senderos que atraviesan el paraje. En verano es un lugar muy turístico, ya que es un espacio idóneo para el baño. Dispone de un Área Recreativa, con aparcamiento, zona de acampada, aseos, zona de juegos infantiles, paelleros, fregaderos, fuente, mesas y bancos. El paraje se encuentra acondicionado para su visita mediante senderos, pasarelas y fuentes. Esto posibilita la realización de actividades de montaña, además de poseer una variada representación de flora y fauna mediterránea. Una de las principales actividades es la de la escalada y las vías ferratas, numerosas en el entorno.

Contacto

Área Recreativa de los Charcos
Teléfono 962 256 001.

14.- ECOMUSEO (BICORP)

Acceso

Se localiza en el núcleo urbano de Bicorp, en la calle de San Roque, Nº 11.

Descripción

El Ecomuseo de Bicorp es un Centro de Interpretación y Difusión del Patrimonio. El Ecomuseo está concebido como el instrumento destinado a la conservación, difusión

y puesta en valor del patrimonio local y natural. Ofrece información sobre rutas, visitas guiadas, talleres didácticos, exposiciones y jornadas. El edificio se divide en tres espacios expositivos.

- **Patrimonio Cultural/Histórico** : destaca el Arte Rupestre Levantino y Esquemático, con la Cueva de la Araña y los abrigos del Barranco Moreno, denominados de la Balsa de Calicanto, Charco de la Madera, Era del Bolo, de las Sabinas, de los Gineses, del Lucio o Gavidia, de Tollos I y II, del Barranco Garrofero y del Zuro. Estos abrigos rupestres han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1998. Pertenecen al Arte Rupestre Levantino.
- **Patrimonio Etnográfico**: relacionados con los edificios que poseen funciones económicas en el territorio, como corrales, canteras, molinos... Además se incluyen la agricultura, la apicultura, la gastronomía y el patrimonio inmaterial.
- Sala de exposiciones itinerantes.

Horario

De viernes a domingo de 10 a 14 horas.

Para visitarlo otro día es necesario ponerse en contacto con el Ayuntamiento de Bicorp: 962 269 110

Contacto

Ecomuseo de Bicorp

Tlf. 96 226 94 03

Calle San Roque, 11. Bicorp

info@ecomuseodebicorp.com

15.- CUEVA DE LA ARAÑA (BICORP)

Acceso

Salimos de Bicorp y llegamos al río Cazuma. Desde ahí seguimos por una pista forestal que discurre junto a este cauce fluvial. Posteriormente se continúa ascendiendo

por una amplia pista por una de las cabeceras del Cazuma, el barranco de Hongares, hasta llegar a la cueva. En su trayecto seguimos el sendero homologado PRV-234.

Descripción

Está distribuidas en tres cavidades de escasa profundidad, a modo de abrigos, localizadas en el barranco de Hongares, tributario del río Cazuma, en Bicorp, que albergan restos de pinturas rupestres. Forma una de las mejores muestras del Arte rupestre Levantino, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1998. También han sido declaradas Bien de Interés Cultural. Estas manifestaciones artísticas están enclavadas en un entorno natural de gran valor ecológico, conformado por el Macizo del Caroig, con masas forestales de pino carrasco y pino rodeno, así como zonas de carrascas y fresnos. A su vez dispone de un sotobosque muy denso de coscoja, romero, aliaga, esparto y palmito, entre otros. Estas tres cavidades se descubrieron en 1920 y los motivos pintados se pueden agrupar en los estilos de Arte Esquemático (motivos en zig-zag y antropomorfos) y de Arte Levantino (motivos cinegéticos, entre los que destaca una cacería de cabras montesas, con varios arqueros, y representaciones de ciervos y un toro). Entre sus composiciones destaca la conocida escena de la recolección de la miel. Forma una representación muy cuidada en la que una figura humana situada en el extremo de unas cuerdas de las que se descuelga. Extrae la miel de un panal situado en un pequeño orificio en la roca. Un enjambre de abejas se mueve a su alrededor. Esta escena, pese a su sencillez, constituye el primer documento gráfico en el mundo sobre la recolección de la miel en la prehistoria. Aunque es difícil determinar su origen se calcula que estas pinturas podrían tener entre 7.000 y 8.000 años de antigüedad. La visita a esta cueva tiene su punto de salida e interpretación en el Ecomuseo de Bicorp. Se encuentra vallada para evitar su deterioro.

Horarios

Cita previa concertada

Contacto

46825 Bicorp, Valencia-València (Comunidad Valenciana)

info@ecomuseodebicorp.com

comunitatvalenciana.com/

Tlf.: +34 962 269 403

16.- RÍO FRAILE (BICORP)

Acceso:

Se encuentra al suroeste de Bicorp. Desde el núcleo urbano de esta localidad, en la misma rotonda de entrada a la población, se toma la segunda salida de la misma en dirección a la calle Castellana. Se continúa el camino hacia el Restaurante Río Cazuma, al pasar éste se toma el primer desvío a la izquierda hacia el Camping Los Botijos.

Descripción:

Se trata de un paraje de gran belleza por la vegetación y el agua que acompaña durante todo el camino. Una vez se deja el vehículo hay que caminar unos 15 minutos siguiendo la pista de tierra hasta llegar al cauce del río. El comienzo depende del caudal existente, pero se puede empezar a partir del primer azud que aparece. Se puede dividir el recorrido, que discurre por dentro del mismo Río Fraile, en tres tramos.

Un primer tramo que se puede realizar caminando y donde el agua no cubre prácticamente, con algunas pozas y toboganes naturales.

Un segundo tramo a partir de un desnivel que hay que superar gracias a una cuerda que hay y, desde ahí, se accede un poco más adelante a una segunda cuerda. Este tramo finaliza en un tobogán natural sobre el que hay que deslizarse (existe la posibilidad de salir del agua y descender por el cauce).

Un tercer tramo consiste en un paseo mucho más sencillo por el cauce hasta llegar a la poza final, con un salto de más de 5 metros.

A partir de aquí, a mano derecha sale un camino que llega al restaurante en aproximadamente 45 minutos.

17.- YACIMIENTO DE ICNITAS DEL TAMBÚC (MILLARES)

Acceso

Salimos de Millares en dirección Sur, por la CV-580 y a la altura del kilómetro 32, junto a la rambla del Tambúc, llegamos al aparcamiento habilitado, a escasos metros del yacimiento.

Descripción

El yacimiento de la rambla del Tambúc, se halla en el término de Millares, en lo alto del macizo carbonatado de la Muela de Cortes. Alberga numerosas icnitas de dinosaurios, que poblaron la región hace unos 80 millones de años, en el Cretácico Superior. Presenta las icnitas más recientes (Santoiense-Campaniense) de las halladas en los materiales del sector oriental de la Cuenca Cretácica Ibérica. En esa época la línea de costa de un primitivo mar Mediterráneo estaba cubierta por amplias llanuras litorales con una sedimentación carbonatada marina. Sobre esta llanura intermareal los dinosaurios dejan sus pisadas de su rastro en unos materiales poco consolidados. Al subir la marea los niveles con icnitas son cubiertos parcialmente con nuevos sedimentos, que con el tiempo se endurecieron y transformaron en estratos de rocas compactadas. Finalmente, los procesos de plegamiento y erosión dejan al descubierto esas capas y las icnitas preservadas en superficie afloran en los estratos calizos del lecho de la rambla del Tambúc. Estos yacimientos del Tambúc Este y Tambúc Oeste son los más representativos de la Comunidad Valenciana y disponen de más de 400 icnitas tridáctilas de dinosaurios terópodos y ornitópodos. Las dimensiones y morfologías de las icnitas permiten identificar el tipo de dinosaurio y su tamaño aproximado. Los valores de paso y zancada, y la trayectoria de los rastros, permiten deducir su forma de desplazamiento y la velocidad a la que lo hacían. Este yacimiento fue descubierto en 1995 y ha sido declarado Bien de Interés Cultural, como Zona Paleontológica. Está acondicionado para la visita mediante un itinerario señalizado. Dispone de un área de aparcamiento y de un centro de información con paneles informativos. Este yacimiento ocupa una extensión de unos 6.000 m² de extensión y su estado de conservación es relativamente bueno.

18.- SENDERO DE GRAN RECORRIDO

Acceso:

El sendero comienza en el núcleo urbano de Estubeny, en el cruce entre el carrer de Diputació y el Camino de Ronda y finaliza en el Camping los Botijos de Bicorp, con una variante que llega al Pico Caroig. Se puede acceder por ambos extremos e, incluso, desde cualquier núcleo urbano del territorio de La Canal, ya que pasa por todos ellos.

Descripción:

De reciente creación, es un proyecto que vertebra todo el territorio turístico de La Canal de sureste a noroeste por un camino senderista que atraviesa las localidades de Estubeny, Anna, Chella, Bolbait, Navarrés, Quesa, Bolbait y Bicorp por sus núcleos urbanos y comunicando los principales recursos turísticos de la zona.

Pasa directamente por los productos turísticos de La Cabrentá (Estubeny), el Castillo Palacio de los Condes de Cervellón (Anna), el Salto de Chella (Chella), el Paraje del Río Sellent (Bolbaite), Playamonte y el Los Chorradores (Navarrés), el Ecomuseo y el Río Fraile (Bicorp).

Se trata de un sendero de 70,92 Km de longitud, con un desnivel acumulado en ascenso de 2.462 m y donde la altitud mínima es de 102 m.s.n.m. y la altitud máxima de 1.126 m.s.n.m. (Pico Carocha). El tiempo aproximado de recorrido es de 24 horas 30' a lo largo de cuatro etapas:

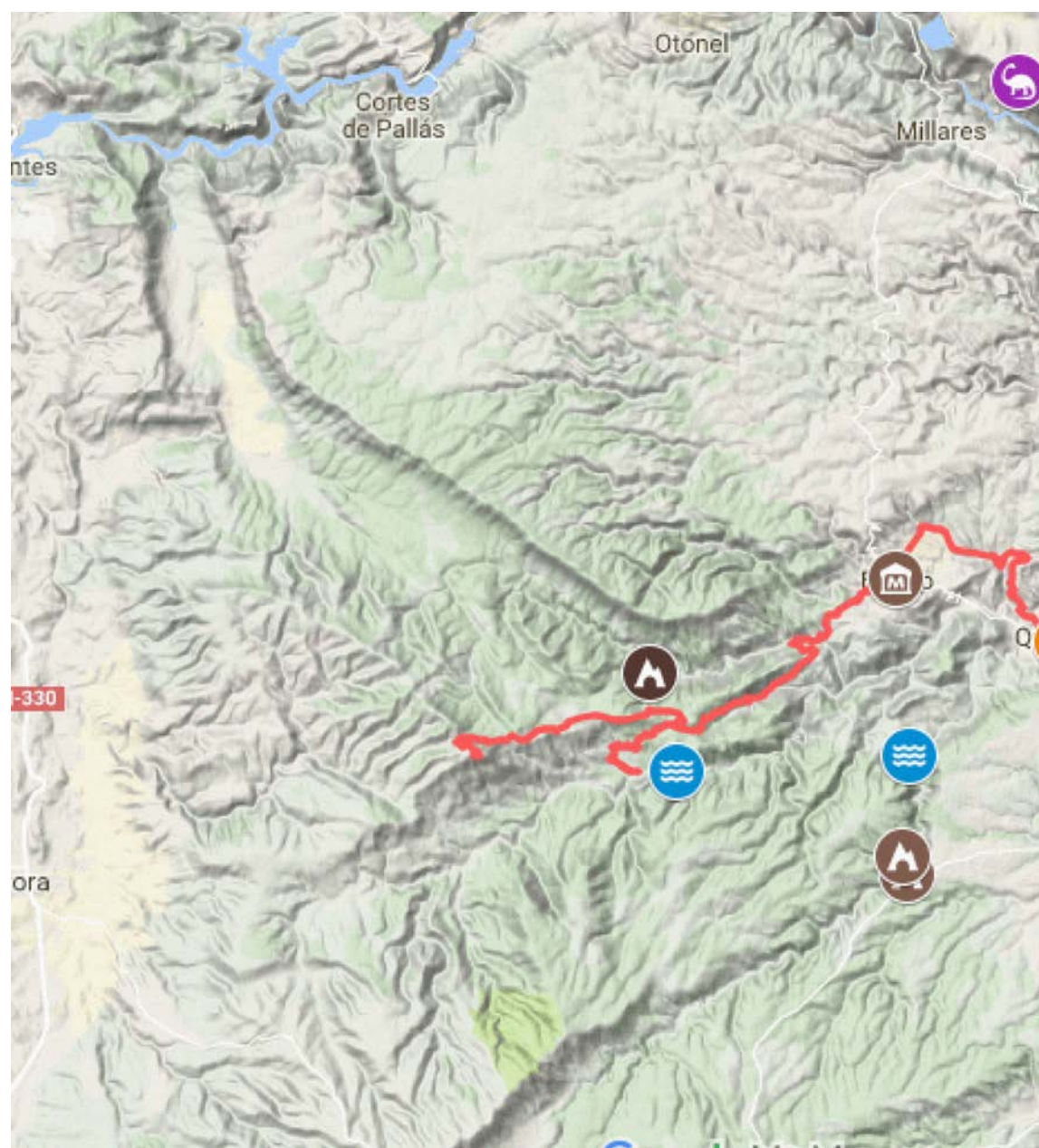
Etapa 1 Estubeny - Navarres

Etapa 2 Navarres - Bicorp

Etapa 3 Bicorp - Campamento Benefetal

Etapa 4 Campamento Benefetal - Pico Caroché

PLAZAS DE ALOJAMIENTO





6.12. EL TERRITORIO-TURÍSTICO DE LA CANAL DE NAVARRÉS. UN ESCENARIO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE INTERIOR VALENCIANO.

Como se ha definido en la introducción el concepto de **Territorio-Turístico** implica que el desarrollo turístico de un espacio otorga protagonismo al territorio, a la construcción social y económica que hallamos en la Canal, y en la estructura territorial derivada de los recursos turísticos presentes. Un Territorio-Turístico precisa de un relato básico, una interpretación del hecho territorial y de una estructura espacial definida, en función de los recursos, hitos e itinerarios temáticos con dimensión turística.

Para el caso de La Canal de Navarrés, se propone la **creación de un Territorio-Turístico**, con los siguientes parámetros:

- Se trata de un territorio cuya configuración espacial es alargada, de norte a sur, de manera que los municipios se organizan en torno a un eje vertebrador que es la carretera CV-580. Asimismo se cuenta con un sendero de Gran Recorrido que discurre por la totalidad de pueblos que componen el territorio.
- Para articular este territorio y facilitar su vertebración es necesario disponer de infraestructuras en las que se pueda focalizar el acceso de los turistas, **las puertas**. En la Canal se dispone al menos de dos “puertas” del futuro Territorio-Turístico:
 - a) En el sector septentrional, desde Millares, se encuentra el Ecomuseo de Bicorp. Se dispone además de la oficina de turismo Tourist-Info de Quesa.
 - b) Al sector meridional se accede por Estubeny y Anna. En este municipio hallamos el Museo Palacio de los Condes de Cervellón, que igualmente dispone de una oficina de turismo.
- El turista puede disponer de una serie de áreas a dónde acudir y disfrutar de los paisajes y la naturaleza, siempre vinculados al agua como elemento de base del relato central de la Canal. Nos referimos a **“ventanas e hitos espaciales”**, que podrían englobarse en el concepto de **“salas de un museo territorial”**:

- Las *salas lago*, zonas de descanso y esparcimiento: la Albufera de Anna, el lago de Playamonte y la Presa de Escalona en Navarrés.
- Las *salas río*, zonas de juegos y actividades: el Río Fraile en Bicorp, el Río Grande en Navarrés y el Río de Bolbaite.
- Las *salas charco*, zonas de baño naturales: los Charcos de Quesa y los Gorgos de Anna.
- La *sala mirador*, área de observación de paisaje, como el Salto en Chella.
- Las *salas de naturaleza*: La Cabrentà en Estubeny y Los Chorradores en Navarrés, ambos declarados parajes naturales municipales.
- Todas las áreas disponen de **corredores naturales** de perfil sostenible que facilitan la conexión entre los diversos espacios diferenciados. Nos referimos a itinerarios oficiales mediante los senderos homologados, que hallamos por la totalidad del territorio. Contamos con un sendero central oficial, el Sendero de Gran Recorrido.
- Los espacios diferenciados, denominados “salas o ventanas”, el turista podrá consumir **gastronomía local**, adquirir productos locales y pernoctar en los diversos alojamientos.
- El Territorio Turístico de la Canal dispondrá de **unos hitos turísticos**, cuyo valor es incuestionable: el Lago de Anna, el Ecomuseo de Bicorp, la Cueva de la Araña, el Palacio de Cervellón de Anna, los paisajes naturales del Macizo del Caroig, y los paisajes del agua, distribuidos por la geografía de la Canal.

El Territorio-Turístico de la Canal facilitará la visita de turistas, de forma parcial o integral, podrá tener experiencias diversas, y se facilitará la creación de paquetes turísticos cuyos relatos básicos procederán de la interpretación del territorio, combinación del pasado, de las condiciones naturales y la ocupación del territorio por las diversas sociedades.

Mediante este concepto de territorio museo el visitante identifica que en la totalidad del territorio hay numerosas opciones de practicar turismo, de **forma total o parcial**. Para ello se diseñarán productos con formato de “**módulo temático**”, de manera que se pueda optar por estancias parciales en función del tiempo disponible.

fase 7^a

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística se define como el conjunto de personas que, de forma individual o colectiva, deciden desplazarse desde su territorio de residencia y ocupación habitual motivados por la posibilidad de conocer y consumir productos, servicios y experiencias o atractivos que no existen en su territorio de origen para cubrir ciertas necesidades

Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico. PUV.

Hermosilla, J. (2017)





La actividad turística se ha diversificado, con lo cual ofrece oportunidades a muchos destinos alternativos a los tradicionales. La competencia entre esos destinos — como en cualquier otro sector de actividad— es cada vez mayor. En la “captura” de visitantes, los destinos compiten fuertemente con otros más o menos cercanos, de manera que la importancia de sus recursos y la calidad de los mismos no siempre aseguran el éxito futuro.

EXPERIENCIAS, SATISFACCIÓN, REPUTACIÓN

Una vez conseguida la visita del turista, debemos lograr que tenga una experiencia memorable. Es decir, es necesario que los visitantes se vayan satisfechos. Ello aumentará las posibilidades de repetición de la visita, creará buenas críticas y generará una imagen y reputación positiva del destino. Pero, ¿conocemos los niveles de satisfacción y lealtad al destino?, ¿conocemos cómo se perciben los elementos de la experiencia del viaje?

Un elemento fundamental para una adecuada gestión turística es la información, a partir de la cual se pueda proponer estrategias y acciones. En este sentido, el objetivo de este apartado es describir y analizar los aspectos asociados a la demanda, motivaciones pre-compra y percepciones e intenciones post compra, a partir de datos primarios obtenidos en un estudio de campo. Para ello se ha optado por analizar el perfil sociodemográfico de una muestra de 201 visitantes de La Canal de Navarrés, así como sus principales motivos de su visita, medio a través del cual conoció el destino, duración, transporte, alojamiento y gasto medio de la visita, actividades realizadas, nivel de interés por los recursos turísticos, nivel de percepción de calidad de diferentes elementos asociados al destino, satisfacción, intención de recomendar y de volver. Adicionalmente se ha tratado una muestra de 230 individuos que no han ido a la Canal de Navarrés, con la finalidad de determinar si la conoce y razones por las cuales no la ha visitado.

7.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.

El universo objeto de estudio fueron individuos residentes en La Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía, Aragón, y Castilla la Mancha. Se seleccionaron estas comunidades por cercanía a la Mancomunidad. El estudio se realizó mediante un panel online con cuestionario estructurado entre los días 30 de octubre al 03 de noviembre de 2017. Primero se realizó un pre-test del cuestionario para validarlo, tanto con personas relacionadas directamente con la Mancomunidad (se envió el cuestionario a los ayuntamientos de los municipios) como con personas con perfil similar al que se iba a aplicar. Una vez validado el cuestionario se procedió a su aplicación en campo. El método de muestreo empleado fue aleatorio estratificado con afijación simple en base al género y edad. Se definió un tamaño muestral de 200 individuos que compartiesen la condición de haber visitado/pernoctado en cualquiera de los municipios que conforman la Canal de Navarrés. Se vigiló mantener la aleatoriedad de la muestra en aras a la obtención de una muestra representativa en función de los principios del muestreo estadístico. La ficha técnica aparece en la Tabla 1. Los datos se trataron con el programa estadístico SPSS v.19.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio.

Universo	Individuos residentes en la Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia, Castilla la Mancha, Aragón
Selección de elementos del Universo	Muestreo aleatorio estratificado con afijación simple en base al género y edad
Muestra final	201 que han visitado la Mancomunidad 230 que no han estado en la Mancomunidad
Nivel de error	±4.31
Método de recogida de la información	Panel Online
Fechas del Trabajo de Campo	30 octubre al 03 de Noviembre de 2017

Fuente: Elaboración Propia

Un análisis breve del perfil sociodemográfico de la muestra que resume la tabla 2 indica que de los 201 encuestados que han visitado la Mancomunidad de La Canal de Navarrés el mayor porcentaje de edad se encuentra en el rango entre 25 y 44 años (el 42%), la muestra está repartida proporcionalmente entre géneros. La nacionalidad es española casi en su totalidad (98,5%), solo un 1,5% tiene nacionalidad diferente (bielorrusa, rusa y uruguaya). Con respecto al lugar de residencia se observa que la mayoría de los turistas proceden de Valencia (47,8%) y los demás se encuentran repartidos entre Alicante, Andalucía y Castilla La Mancha en cuarto lugar, el último lugar lo ocupa Castellón.

Tabla 2. Caracterización demográfica de la muestra

Variable	Frecuencia %		
Género	Femenino	96	47,8
	Masculino	105	52,2
Edad	18 y 24	30	14,9
	25 y 34	40	19,9
	35 y 44	45	22,4
	45 y 54	31	15,4
	55 y 65	35	17,4
	65 o más	20	10,0
Nacionalidad	Española	198	98,5
	Otra	3	1,5
Lugar de residencia	Alicante	31	15,4
	Castellón	11	5,5
	Valencia	96	47,8
	Andalucía	19	9,5
	Aragón	13	6,5
	Castilla La Mancha	18	9,0
	Murcia	13	6,5

Nivel Educativo	Primaria	5	2,5
	Secundaria	39	19,4
	FP/Diplomado	57	28,4
	Universitario	76	37,8
	Master	24	11,9
Nivel ingresos	Menos de 1000 euros	21	10,4
	Entre 1001 1499 euros	53	26,4
	Entre 1500 y 3000 euros	94	46,8
	Entre 3001 y 4000 euros	25	12,4
	Más de 4001 euros	8	4,0
Ocupación	Empleado/a	105	52,2
	Estudiante	24	11,9
	Autónomo/a	23	11,4
	Buscando trabajo	15	7,5
	Jubilado/a	25	12,4
	No trabaja	9	4,5

7.2. CONOCIMIENTO DE LA MANCOMUNIDAD DE LA CANAL DE NAVARRÉS. LA NOTORIEDAD DE LA MARCA

Notoriedad, recuerdo y reconocimiento son medidas habitualmente consideradas en materia de comunicación. Uno de los objetivos del estudio es conocer el grado de conocimiento de la marca de la Mancomunidad: los resultados arrojan que de las 201 personas que la han visitado, el 34,3% no reconocieron el nombre de la Mancomunidad de manera espontánea, mientras que el 65,7% si la reconocieron en primera instancia. El resto, una vez que se le ofrecía el listado de los municipios que configuran la Mancomunidad si que reconocían que habían estado, pero no eran conscientes de la Comunidad a la que pertenecía.

Por otro lado, del panel contratado, 230 personas afirmaron no haber estado en La Canal de Navarrés. Las características de esta muestra fueron: 52,4% mujeres y 47,6% hombres, con un 48,5% de 55 años o más. Residentes un 20% en Andalucía, 14% en Castilla la Mancha, 16,3% y Alicante (gráfico 1)

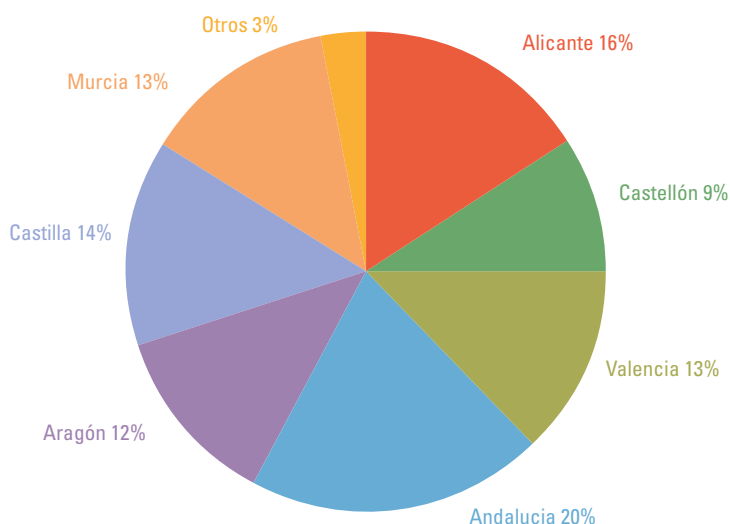


Gráfico 1. Lugar de residencia.

A esta muestra se le preguntó si habían oído alguna vez la referencia de esta Mancomunidad: los resultados revelan que el 63,5% (148 personas) nunca ha escuchado sobre La Canal de Navarrés y el 36,5% (82 personas) si, pero nunca la ha visitado. De ese porcentaje que han escuchado se quiso profundizar en las causas por las cuales no se han sentido motivados a realizar la visita: los resultados arrojan que la principal causa es falta de tiempo, seguida por la distancia y entre otras causas mencionadas sugieren que han decidido visitar otros lugares y no tiene suficiente información sobre el destino (tabla 3 y gráfico 2).

Tabla 3. Razones por las cuales no ha visitado La Canal de Navarrés.

Razones	Frecuencia	%
Accesibilidad	10	12
La información que tengo no me motiva suficiente	12	15
Falta tiempo	32	39
Distancia	22	27
Otros	6	7
Total	82	100

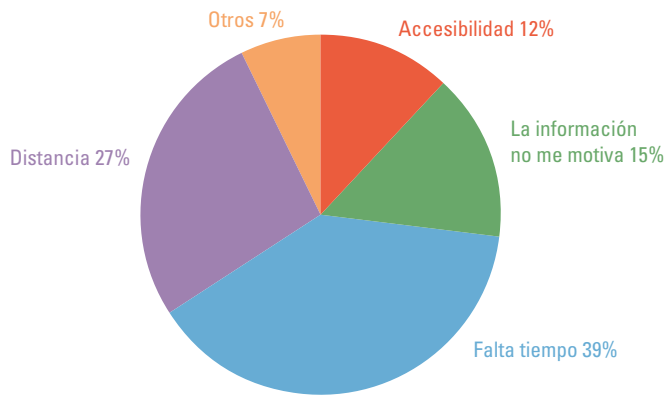


Gráfico 2. Razones por las cuales no ha visitado La Canal de Navarrés.

7.3. CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS PERCIBIDOS DE LA VISITA

De la muestra definitiva de personas que han visitado la Mancomunidad (201) se les solicitó que seleccionaran el destino de aquel viaje más memorable y en base a este viaje valoraran todas las respuestas siguientes. En la tabla 4 y gráfico 3 se evidencia que los municipios más visitados han sido Anna (31,3%) y Navarrés (30,3%) y en tercer lugar Chella (13,9%).

Tabla 4. Destino del viaje

Municipio	Frecuencia	%
Anna	63	31,3
Bolbaite	3	1,5
Chella	28	13,9
Bicorp	8	4,0
Estubeny	4	2,0
Navarrés	61	30,3
Quesa	11	5,5
Millares	23	11,4
Total	201	100

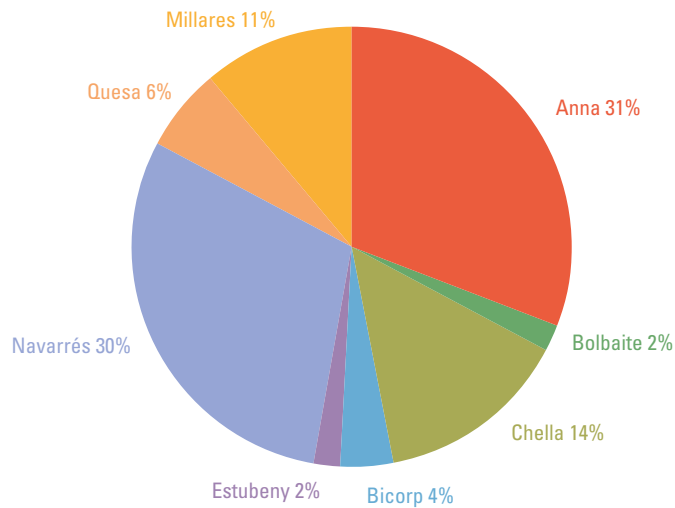


Gráfico 3. Destino del viaje

Con respecto al momento en el cuál se realizó la visita, tenemos que en su mayoría se realizaron en el año 2016 y en el 2013 o antes, ver tabla 5

Tabla 5. Año del viaje

Año	Frecuencia	%
< 2013	44	21,9
2014	27	13,4
2015	40	19,9
2016	56	27,9
2017	34	16,9
Total	201	100

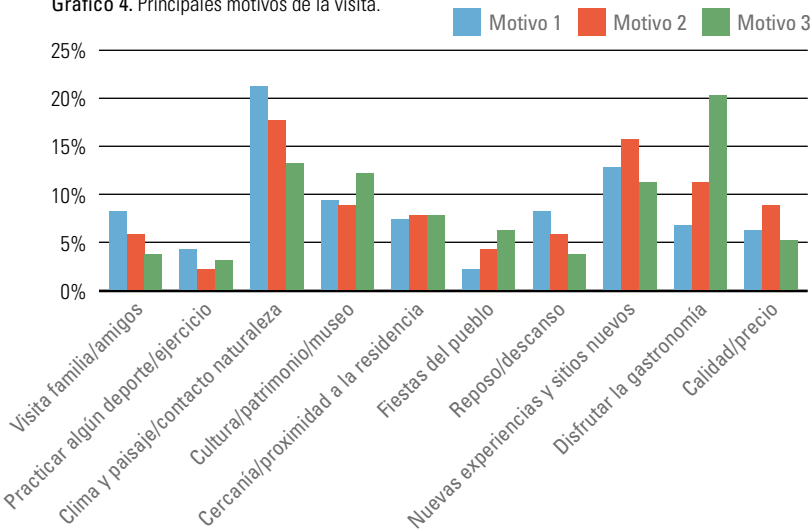
7.4. MOTIVOS DE LA VISITA

Se solicitó a la muestra que eligiera los 3 motivos principales de su visita. En primer lugar, el motivo más mencionado fue *las características del paisaje/contacto con la naturaleza* seguido de *reposo y descanso*. En segundo lugar, *el contacto con la naturaleza* se mantuvo como el más elegido seguido por *tener nuevas experiencias*. Y por último el tercer motivo fue *disfrutar de la gastronomía*. Vale destacar que el motivo relacionado al aspecto *cultura/patrimonio/museo* también obtuvo un porcentaje destacable, como se aprecia en la tabla 6 y el gráfico 4.

Tabla 6. Motivos de la visita.

Motivos	Motivo 1		Motivo 2		Motivo 3	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Visita familia/amigos	18	9	13	6,5	9	4,5
Practicar algún deporte/ ejercicio	10	5	6	3	8	4
Clima y paisaje/contacto naturaleza	44	21,7	37	18,3	28	13,9
Cultural/patrimonio/museo	20	10	19	9,5	26	12,9
Cercanía/proximidad a la residencia	16	8	17	8,5	17	8,5
Fiestas del pueblo	6	3	10	5	14	7
Reposo/descanso	31	15,4	23	11,4	21	10,4
Nuevas experiencias y sitios nuevos	27	13,4	33	16,4	24	11,9
Disfrutar la gastronomía	15	7,5	24	11,9	42	20,9
Calidad/precio	14	7	19	9,5	12	6
Total	201	100	201	100	201	100

Gráfico 4. Principales motivos de la visita.

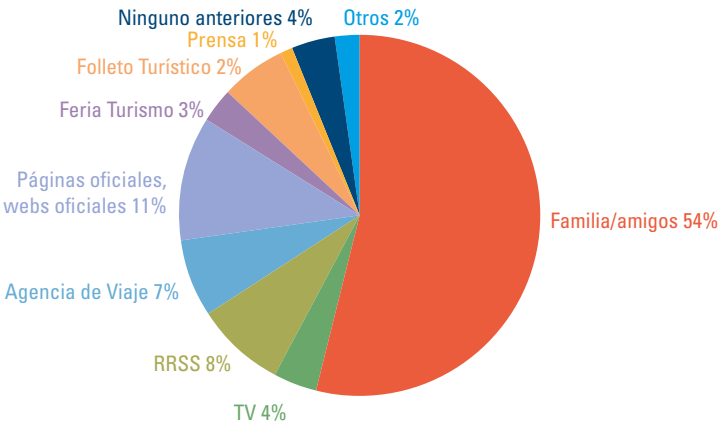


Otro dato importante a tener en cuenta es a través de qué medio conoció el destino. Tal y como se aprecia en la Tabla 7 y el gráfico 5 el medio más frecuente ha sido a través del boca-oreja de familiares y amigos y la web, en tercer lugar redes sociales. En el apartado “otros” se mencionaron: por trabajo y webs de alojamiento rural.

Tabla 7. Medios por los cuáles conoció el destino

Medio	Frecuencia	%
Familia/amigos	109	54,2
TV	9	4,5
RRSS	16	8,0
Agencia de Viaje	15	7,5
Páginas oficiales, web oficiales	22	10,9
Feria Turismo	5	2,5
Folleto Turístico	12	6,0
Prensa	1	0,5
Ninguno anteriores	9	4,5
Otros	3	1,5

Gráfico 5. Medios por los cuáles conoció el destino



7.5. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

De la muestra estudiada el 65,7% (132) son considerados turistas ya que pernoctaron una noche o más en el destino, el 34,3 % (69) fueron visitantes que pasaron el día. La duración del viaje como lo muestra la tabla 8 tuvo una media de duración de 4,64 días, con un mínimo de 1, un máximo de 90 y una desviación estándar 9,5, un 69,1% estuvieron entre 1 y 3 noches y un 4,5% una semana.

Tabla 8. Duración del viaje - turistas.

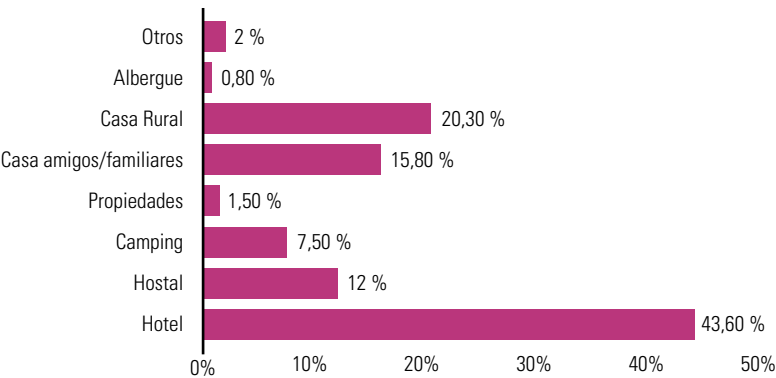
Noches	Frecuencia	%
1	8	6,0
2	41	30,8
3	43	32,3
4	12	9,0
5	14	10,5
6	2	1,5
7	6	4,5
10	1	0,8
14	1	0,8
15	1	0,8
32	1	0,8
60	1	0,8
90	1	0,8
Total	132	100

El alojamiento preferido para pernoctar han sido alojamientos comerciales: hotel (43,6%) seguido por la casa rural (20,3%) y, en la categoría de los alojamientos no comerciales: casa de familiares/amigos (15,8%) y en el apartado "otros" se ha mencionado pensión y alquiler anual de propiedad (tabla 9 y gráfico 6).

Tabla 9. Alojamiento.

Tipo alojamiento	Frecuencia	%
Hotel	58	43,6
Hostal	16	12
Camping	10	7,5
Propiedad	2	1,5
Casa amigos/familiares	21	15,8
Casa Rural	27	20,3
Albergue	1	0,8
Otros	2	2

Gráfico 6. Alojamiento.



El gasto medio diario durante la visita fue analizado en dos términos: los turistas (que pernoctaron) tuvieron una media de gasto de 175 euros al día; un 19,6% de la muestra manifestó que su gasto osciló entre 100-120 euros. Y los visitantes que sólo fueron ida y vuelta tienen una media de 53 euros el día, un 31% entre 20-30 euros.

El medio de transporte más utilizado para llegar al destino es el coche (87,5%) y en segundo lugar la moto (5,5%).

Tabla 10. Medio de transporte utilizado

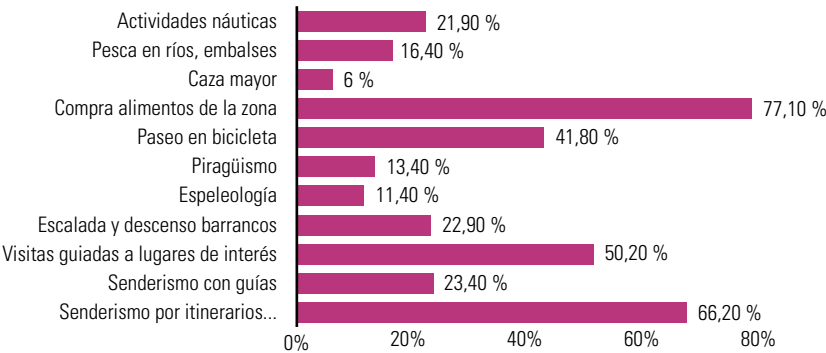
Medio	Frecuencia	%
Coche	176	87,5
Moto	11	5,5
Autobús turístico	8	4
Tren	6	3
Bici	0	0
Total	201	100

En relación a las actividades que han practicado durante la visita destacan: compra de productos alimenticios en la zona, senderismo por itinerarios marcados y visitas guiadas por sitios de interés. Los menos mencionados: caza, espeleología y piragüismo.

Tabla 11. Actividades practicadas durante el viaje

Actividades	Frecuencia	%
Senderismo por itinerarios marcados	133	66,2
Senderismo con guías	47	23,4
Visitas guiadas a lugares de interés	101	50,2
Escalada y descenso barrancos	46	22,9
Espeleología	23	11,4
Piragüismo	27	13,4
Paseo en bicicleta	84	41,8
Compra alimentos de la zona	155	77,1
Caza mayor	12	6
Pesca en ríos, embalses	33	16,4
Actividades náuticas	44	21,9

Gráfico 7. Actividades practicadas durante el viaje

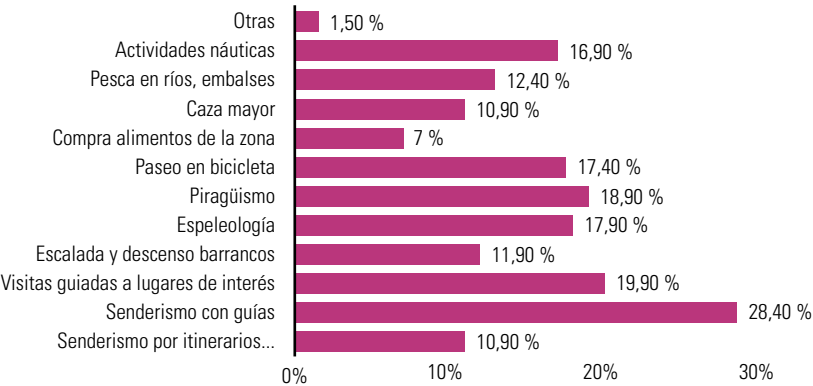


Profundizando en las actividades, se quiso conocer sobre aquéllas en las que tu-
viera interés de haber practicado durante su visita, pero que no realizó por falta de
información, accesibilidad, equipos, etc. Las más mencionadas fueron: senderismo
y visitas guiadas seguidas por piragüismo, espeleología y paseo en bicicleta.
También se mencionaron en otras: paseo a caballo (Tabla 12 y gráfico 8).

Tabla 12. Actividades practicadas durante el viaje

Actividades	Frecuencia	%
Senderismo por itinerarios marcados	22	10,9
Senderismo con guías	57	28,4
Visitas guiadas a lugares de interés	40	19,9
Escalada y descenso barrancos	24	11,9
Espeleología	36	17,9
Piragüismo	38	18,9
Paseo en bicicleta	35	17,4
Compra alimentos de la zona	14	7
Caza mayor	22	10,9
Pesca en ríos, embalses	26	12,9
Actividades náuticas	34	16,9
Otras	3	1,5

Gráfico 8. Actividades practicadas durante el viaje



7.6. VALORACIÓN DEL VIAJE POST-COMPRA

Con respecto al nivel de interés de los recursos de la Mancomunidad en una escala Likert del 1 al 5, se pudo apreciar que en líneas generales los recursos tienen un alto interés por parte de los encuestados con una media de 3,9. Los más valorados han sido las vistas panorámicas de montaña y la gastronomía, por encima de 4, como se observa en la tabla 13.

Tabla 13. Nivel de interés de estos recursos

Recursos	Med	Desv Stand	Min	Max
Ríos, lagos, embalses	3,93	1,136	1	5
Panorámicas paisajísticas y vistas de montaña	4,14	1,030	1	5
Bosques y riqueza forestal	4,04	1,026	1	5
Prados y valles	3,91	1,037	1	5
Monumentos arquitectónicos, histórico-artísticos	3,75	1,157	1	5
Fiestas locales y folklore	3,52	1,132	1	5
Gastronomía	4,07	0,948	1	5

Otro aspecto analizado ha sido la valoración de aquellos aspectos tanto tangibles (señalización, transporte, internet) como aquellos intangibles (servicio al cliente, hospitalidad, seguridad) del destino que apreciaron durante su viaje. En la tabla 14 se reporta -en una escala Likert del 1 al 5- el nivel de satisfacción para cada uno de los aspectos señalados, siendo 1 el menos satisfactorio y 5 muy satisfactorio.

Tabla 14. Valoración elementos del destino

Elementos a valorar del destino	Med	Desv Stand	Min	Max
Señalización turística	3,93	,992	1	5
Señalización viaria	3,93	,903	1	5
Señalización parking	4,02	,907	1	5
Accesibilidad, comunicaciones, carreteras	3,95	,937	1	5
Aparcamiento	3,59	1,081	1	5
Transporte público	4,15	,886	1	5
Alojamiento	4,21	,894	1	5
Atención al cliente	4,25	,885	1	5
Hospitalidad y trato de los residentes	4,36	,867	1	5
Seguridad ciudadana	4,16	,852	1	5
Relación calidad-precio servicios turísticos	4,21	,840	1	5
Conservación del patrimonio	4,10	,843	1	5
Entorno urbano	4,43	,790	1	5
Entorno natural	3,94	,941	1	5
Puntos de información	4,01	,916	1	5
Información en internet	4,01	,919	1	5
Visitas guiadas	4,15	,804	1	5
Restaurantes-bares	3,92	,937	1	5
Acceso a internet-wifi	3,93	,992	2	5

Del análisis se desprende que aquellos aspectos con mayor nivel de satisfacción son: entorno urbano, hospitalidad de los residentes, relación calidad-precio servicios turísticos y alojamiento. Los elementos con una valoración más baja (que sin embargo se aproximan a la media de 4) son: aparcamiento, acceso a wifi, restaurantes /bares y señalizaciones.

7.7. NIVELES DE SATISFACCIÓN E INTENCIONES DE LEALTAD AL DESTINO

Finalmente se reportan los niveles de satisfacción, intención de volver y recomendar el destino (lealtad). Se aprecia en la tabla 15. Para todos los indicadores, valores por encima de 3,95, siendo los más altos la intención de recomendar en su entorno y en general la satisfacción con la visita. El indicador que ha obtenido una valoración más baja con respecto a los demás ítems (media 3,96) es la intención de recomendar a través de las redes sociales. La media de los indicadores de satisfacción es de 4,12 y la de intenciones de lealtad 4,11.

Tabla 15. Satisfacción-intención de volver y recomendar el destino.

Indicadores	Med	Desv Stand	Min	Max
Ha sido acertada la decisión de venir a este lugar	4,12	0,969	1	5
La experiencia ha sido como yo esperaba	4,09	0,936	1	5
En general estoy satisfecho con la experiencia de la visita	4,15	0,973	1	5
Recomendaría este lugar a alguien que me pida consejo	4,23	0,860	1	5
Recomendaría el destino en las redes sociales	3,96	1,029	1	5
Animaría a amigos y familiares a probar la experiencia de mi visita	4,13	0,924	1	5
Me gustaría volver a visitar este destino	4,11	0,996	1	5
Me gustaría repetir para realizar otras actividades en este destino o en aquellos que conforman la Canal de Navarrés	3,99	1,015	1	5

7.8. CONCLUSIONES

La demanda turística de una localidad concreta se deriva de un proceso de decisión por parte del consumidor que se hizo con antelación. Cada turista cuando elige su destino turístico puede escoger entre diferentes opciones por lo que en función de sus preferencias personales y de otras variables más objetivas, valorará las diferentes alternativas. El estudio considera la importancia de factores importantes para la determinación de la demanda, entre ellos la oferta turística. De los resultados obtenidos destacan factores importantes en la caracterización de la demanda de esta Mancomunidad del interior de la provincia de Valencia.

De los resultados analizados se pueden extraer las principales conclusiones:

- Si bien es cierto que un 65,7% de las personas que han visitado la Mancomunidad reconocieron el nombre de La Canal de Navarrés de manera espontánea, existe un 34% que no reconoce el nombre de marca y a nivel general un % considerable que nunca ha escuchado sobre ella, con lo cual se debe trabajar aspectos de la identidad de marca del destino que consoliden y logren aumentar la notoriedad de la misma y logren una notoriedad vinculada a un territorio común.
- El hecho que otras ciudades como Alicante, Aragón y Castilla La Mancha que están más lejos que Castellón visiten más La Canal que el mismo Castellón, nos lleva a reflexionar, analizar las causas y proponer acciones para rescatar esa zona como mercado emisor de turistas.
- La calidad de la información y hacer accesible al destino, es decir, la presencia de infraestructuras que reduzcan el tiempo y el coste del viaje son elementos que sin duda facilitan y motivan su elección.
- La Mancomunidad atrae a sus visitantes principalmente por el contacto con la naturaleza y el entorno y por buscar un lugar de reposo y descanso, destacar estos argumentos junto con la oferta de actividades complementarias (gastronomía, deportes de la naturaleza y actividades culturales) en el eje de comunicación y comercialización de los productos turísticos es importante.

- Siendo el boca-oreja el medio principal por el que se conoce este destino, el lograr una satisfacción alta de la experiencia influirá en la intención de recomendarlo. Otro aspecto a tomar en cuenta es que muchas veces esa experiencia positiva no se comparte, con lo cual es importante hacer disponibles y accesibles las vías para compartir la experiencia y motivar a través de concursos por ejemplo para compartir vía RRSS fotos, vídeos y comentarios. Tener información actualizada y contenidos de valor para el turista en las páginas oficiales de los distintos municipios, así como webs es también un elemento clave para dar a conocer los recursos y productos turísticos de la zona.
- Entre las opiniones de los encuestados se percibe que necesitan más información con respecto al senderismo con guías y rutas guiadas, en total un 48% manifiesta no haberlas realizado por falta de información, también pasa lo mismo con la espeleología y paseo en bici. Estos resultados evidencian la intención y deseo de los que visitan la Mancomunidad de realizar este tipo de actividades pero que en muchos casos no se realiza por falta de información y facilidades.
- En cuanto a la valoración de elementos tangibles e intangibles de la experiencia cabe destacar que los mejores valorados han sido entre los elementos tangibles el entorno urbano y el alojamiento seguido por los siguientes elementos intangibles: hospitalidad y trato de los residentes, atención al cliente y relación calidad-precio. Es importante destacar que sin duda los elementos intangibles tienen un papel fundamental en la valoración de la experiencia, con lo cual potenciarlos, aunque es más difícil que los intangibles, añadirá un valor memorable y diferenciador.
- Los niveles de satisfacción y lealtad superan en casi todos los casos un promedio de 4, esto quiere decir que una vez que vienen por primera vez quedan satisfechos y les gustaría volver y recomendar el destino. La clave en muchos casos es lograr que ese primer contacto se logre y conozcan, ya que una vez que lo han hecho las percepciones son positivas.
- El disponer de estos datos es de ayuda en el planteamiento de políticas públicas de apoyo a la actividad turística, ya que permiten elaborar estrategias más adecuadas al perfil (y las preferencias) de los turistas para promover destinos.

7.9. DEMANDA SEGÚN LAS ENCUESTAS TOURIST INFO

La publicación institucional *Perfil del Turista Usuario de la Red Tourist Info* analiza el perfil y motivación de los usuarios de la Red Tourist Info. Los datos reflejados corresponden a las encuestas recibidas desde las oficinas de Tourist Info, en el caso de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés, hay dos oficinas situadas en Anna y Quesa. Los datos obtenidos mediante las encuestas a los usuarios de esas oficinas no pueden ser considerados de un nivel estadístico de representatividad suficiente para extrapolarlo al conjunto de la demanda. Sin embargo, son datos secundarios que complementan el conocimiento de la demanda turística.

En **Anna** se obtuvieron 177 encuestas (54 durante el verano del 2010 y 83 durante el verano 2009) y en **Quesa**, se obtuvieron 14 en el verano del 2015. A continuación, se resumen algunos resultados que sirven de manera cronológica para conocer las características y percepciones del turista hace varios años y con los cuales se puede ver si el perfil actual coincide.

- a) En el caso de **Quesa**, la valoración del municipio en una escala del 1 al 100 obtuvo una media de 84,5. El 50% pernoctó en el municipio. El 78,6% no era la primera vez que lo visitaba. El 64% se alojó en vivienda de su propiedad y el 21,4% en casa de amigos, el 14% restante en hotel y casa rural. Llegaron en coche la mayoría. Disfrutan su estancia el 50% en familia, el 21% con amigos y el 7% en pareja. El 64% ha utilizado internet para preparar su visita buscando en su mayoría información sobre el destino y en menor % (18%) para hacer reservas, el 35% restante no lo ha utilizado. El 43% ha visitado la página web del municipio y las principales fuentes de las cuales ha recibido información del destino han sido: 37% de amigos, 16% folletos turísticos, 11% tanto internet como agencias de viaje. El 50% manifiesta no conocer la programación de las actividades festivas y culturales de esta localidad. Entre los principales motivos del viaje se encuentran la búsqueda

de naturaleza (24%), espacios de descanso (21%), la oferta de ocio y fiestas (11%), y disponer vivienda en propiedad (9%), o la visita a amigos (9%) y gastronomía (11%). Las principales actividades que se han realizado: visita a espacios naturales (33%), fiestas locales (15%), visitas culturales y deportivas (12%) y degustaciones y centros de ocio (9%). La intención de volver es de un 86%. Y la información que le gustaría tener, pero no ha tenido acceso, se centra en rutas, oferta turística y planos.

b) Para **Anna** la valoración del municipio en una escala del 1 al 100 se situó en una media de 84,5. Los principales datos arrojaron que han pernoctado un 64% (137) de los cuales un 33% utilizó alojamiento no comercial: propiedad y casa de amigos, en segundo lugar, camping. El principal medio por el cual obtienen información son los amigos con un 37% e internet con un 29%. El 60% no realiza reserva por internet. Las principales actividades que realizaron están relacionadas con la naturaleza y paseos (31%) seguido por actividades deportivas, degustaciones y visita a museos. El 58% dice conocer la programación de actividades festivas y culturales. El viaje lo disfrutaron principalmente en familia (39%), en pareja (27%) y con amigos (26%). Los principales motivos por los que visita Anna es por descanso y contacto con la naturaleza (24%), cercanía, clima y actividades culturales. Un 86% manifiestan tener intención de volver.



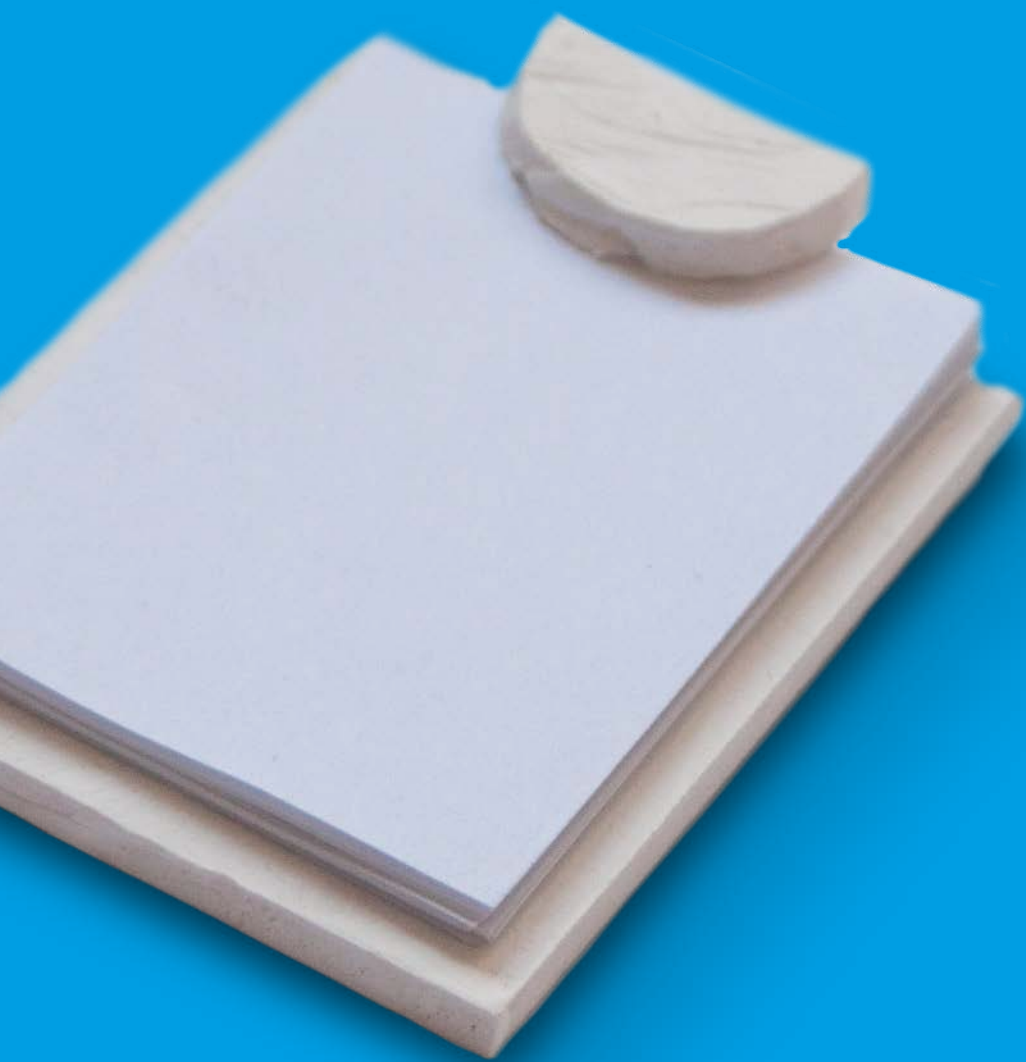
fase 8^a

DIAGNÓSTICO, MATRIZ DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA Y CREACIÓN DE PRODUCTOS. ANÁLISIS C.A.M.E.

La información obtenida del análisis externo e interno y las evaluaciones que se han ido generando por parte del equipo responsable del PDTT han de concretarse al máximo estableciendo las amenazas y oportunidades que genera el entorno y los puntos fuertes y débiles del territorio en ese contexto.

Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico. PUV.

Hermosilla, J. (2017)



El diagnóstico de la situación turística de la Canal de Navarrés ha requerido de todas las variables utilizadas en los análisis previos:

- El análisis de la percepción de la demanda turística
- El análisis de la percepción de los habitantes
- El análisis de las entrevistas a tomadores de decisiones
- El análisis de los documentos existentes
- La consulta a los técnicos de este estudio

De la participación de esos actores sociales se ha extraído una matriz de potencialidad turística y de creación de productos que permite establecer la base de estrategias al posicionamiento de La Canal de Navarrés para los próximos años.

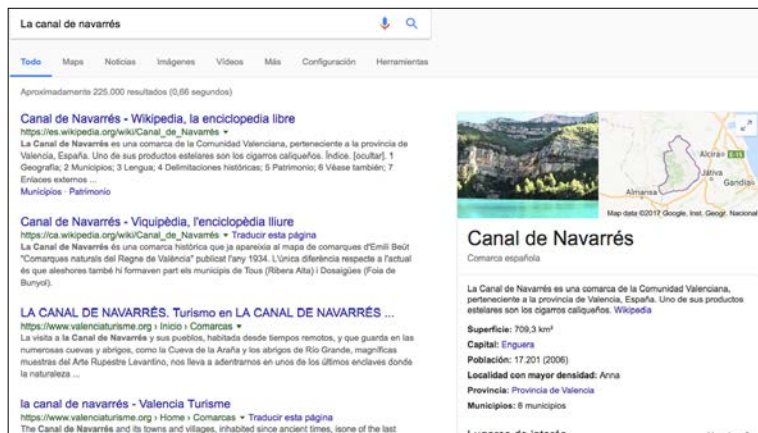
8.1. ANÁLISIS DE LAS TIC'S APLICADAS AL TURISMO

ANÁLISIS ONLINE: LA CANAL DE NAVARRÉS EN INTERNET

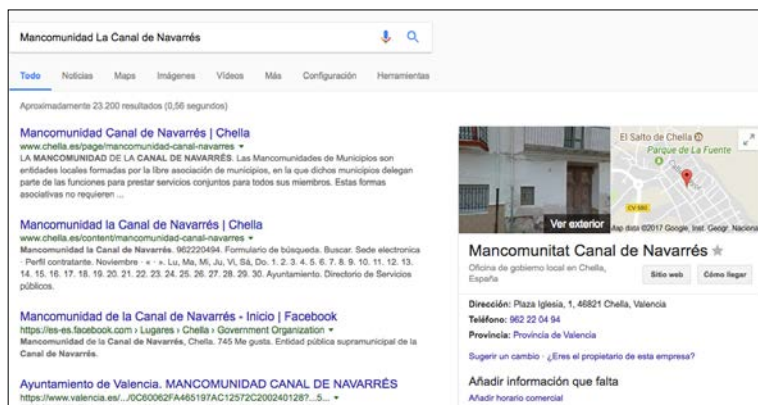
Previamente al desarrollo de este punto es interesante realizar un análisis de la presencia online del territorio de la Macomunidad de La Canal de Navarrés en Internet, ya que se ha demostrado como un punto de acceso esencial por parte de un turista, cada vez más conectado, al territorio. En este sentido, se ha analizado cómo aparece en los principales buscadores y herramientas de comunicación online.

Buscadores:

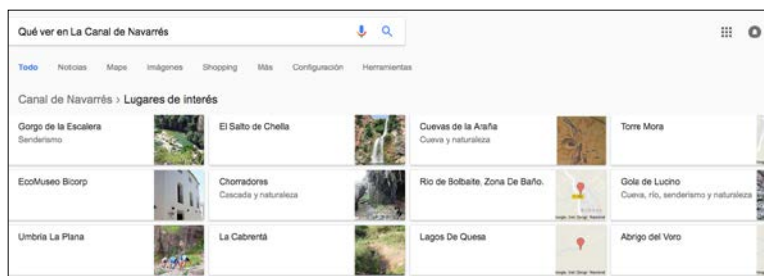
Google: al buscar "La Canal de Navarrés" en Google los dos primeros resultados son de la Wikipedia y los dos siguientes corresponden a la web de la Diputación de València. A partir de ahí el resto de resultados son de webs como Escapada Rural, Minube, Idealista Valencia Bonita o Club Rural.



En cambio, si buscamos “Mancomunidad La Canal de Navarrés” los dos primeros resultados corresponden a la web del ayuntamiento de Chella, ya que se domicilia allí la sede de la Mancomunidad, seguido del canal de Facebook, la página del Ayuntamiento de València y la página oficial de la organización.



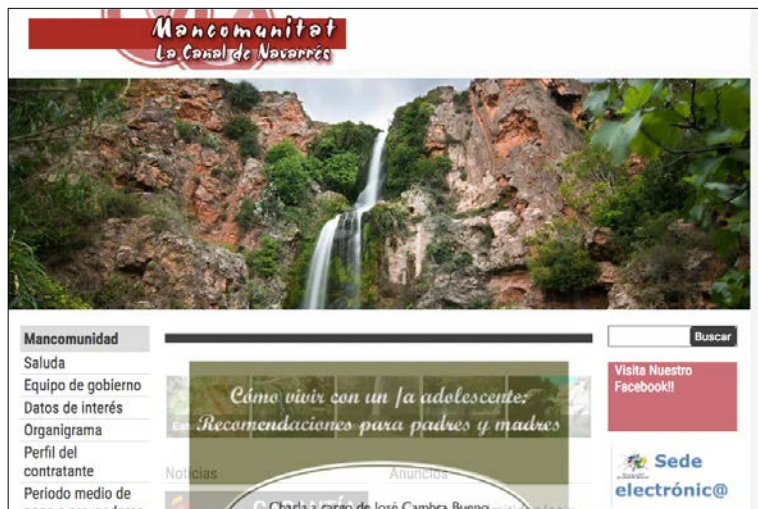
Al escribir “Visitar La Canal de Navarrés” en Google los primeros resultados son los destinos populares recomendados por Google, entre los que destacan Enguera, Chella, Bolbaite y Bicorp. Después destaca la web de la Diputación de València y el resto de entradas de portales turísticos como Minube y Clubrural o blogs como Valencia Bonita o Mimaletayyo.



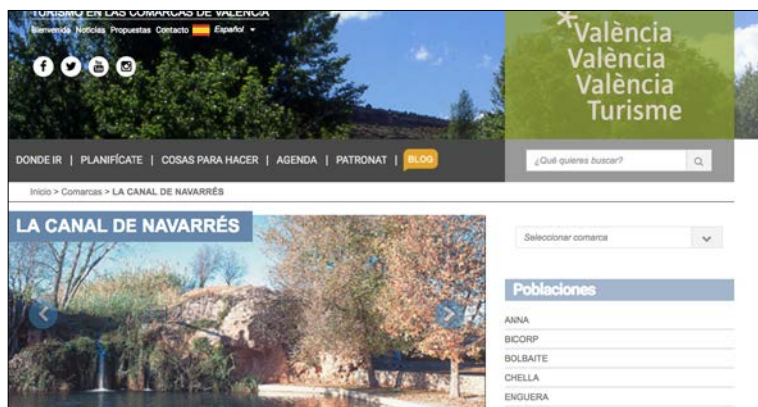
PORTALES INSTITUCIONALES

Otra forma de obtener información sobre La Canal es a través de los portales institucionales, es decir, aquellos espacios web públicos, vinculados con el turismo, y en el que aparece información relevante sobre los municipios, rutas y recursos existentes.

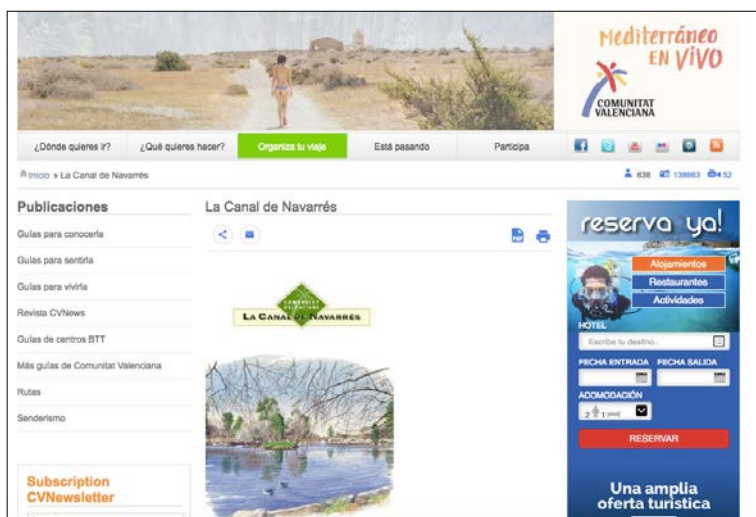
Mancomunitat La Canal de Navarrés (<http://www.lacanaldeNavarres.es/>). Se trata del portal oficial de la Mancomunitat de La Canal de Navarrés, en el que hay información específica de la zona. Hay que indicar que se ha elaborado una web turística de la Mancomunidad que estará operativa a partir del año 2018 y con la que, el turista, podrá informarse de cara a desarrollar su actividad turística. Este aspecto es sumamente importante, ya que la web institucional tiene como objetivo atender al ciudadano en un espacio digital y la web turística va dirigida al turista. Por tanto, ambas son complementarias, pero deben ser completamente independientes, ya que están dirigidas a segmentos de la población distintos y tienen objetivos distintos.



València Turisme (Diputación de València) <https://www.valenciaturisme.org/es/comarca/la-canal-de-navarres/>. Se trata del portal turístico del Área de Turismo de la Diputación de València, en el que se describen las potencialidades turísticas de La Canal. Una vez se haya desarrollado el presente proyecto sería importante realizar una revisión de los contenidos de la misma y facilitarle a la diputación aquellos que se consideren más importantes, de cara a homogeneizar la información turística de La Canal.



Comunitat Valenciana (<http://comunitatvalenciana.com/viaje/publicaciones/70180/la-canal-de-navarres>). Se trata del portal turístico de la Agència Valenciana del Turisme, en la que también hay información turística de la zona, pero también debe ser revisada y actualizada a partir de la información suministrada por La Canal. Destaca la existencia de una guía editada hace muchos años, por lo que tiene un interés más histórico que turístico.



<http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/rural/ademuz/la-canal-de-navarres>



PORTALES TURÍSTICOS

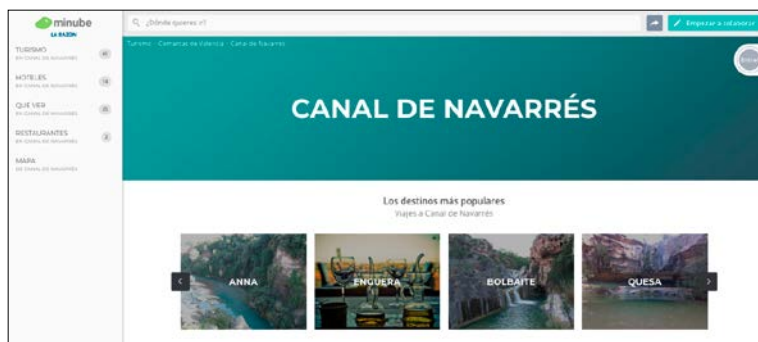
Existen una serie de portales turísticos destinados a fomentar las visitas turísticas a los destinos, incluyendo la posibilidad de realizar reservas de medios de transporte, alojamientos, restaurantes e incluso actividades complementarias. De los portales existentes se han analizado dos de los más importantes: Tripadvisor y Minube.

Tripadvisor: se trata de un portal que nació como una web de reputación online, en la que el viajero opinaba sobre su viaje y esto impactaba directamente sobre otros viajeros a la hora de realizar un viaje en el mismo destino. Pero desde hace un tiempo este portal también trabaja en el resto de fases de viaje del turista, desde la fase anterior (inspiración, planificación y reserva) hasta en la fase del viaje en sí misma (información y experiencias).



Minube: (https://www.minube.com/viajesa/comarcas_de_valencia/canal_de_navarrés).

Al contrario que el portal anterior, Minube nació como herramienta para el proceso de inspiración del turista y como una comunidad de viajeros que compartían sus experiencias, pero ha evolucionado hacia el resto de fases e igualmente cubre todas las necesidades de un turista.



Escapada Rural: <https://www.escapadarural.com/que-hacer/la-canal-de-navarres>. Es otro de los portales más utilizados por el viajero rural y de gran interés porque permite una segmentación de la demanda por la tipología de turismo rural.



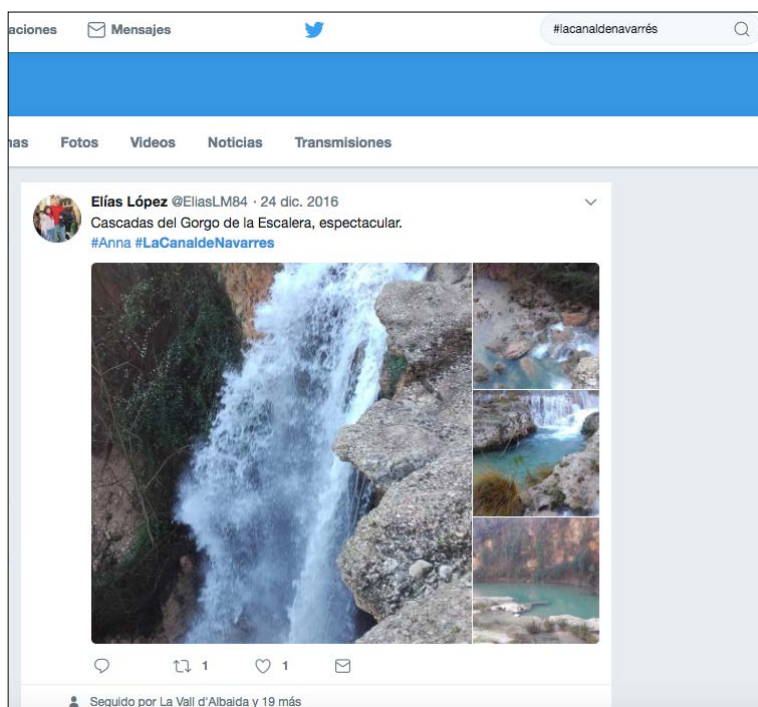
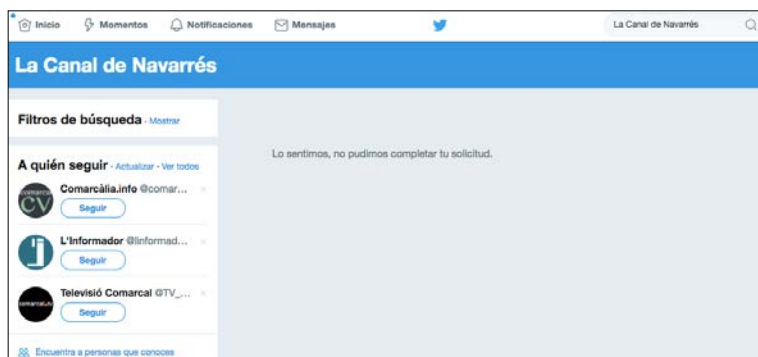
Redes sociales

Las redes sociales (en realidad medios sociales) son las herramientas de comunicación online que conectan al turista con el destino y, a su vez, con el resto de viajeros. Se ha realizado una primera aproximación para conocer el grado de implantación que tiene La Canal en las mismas.

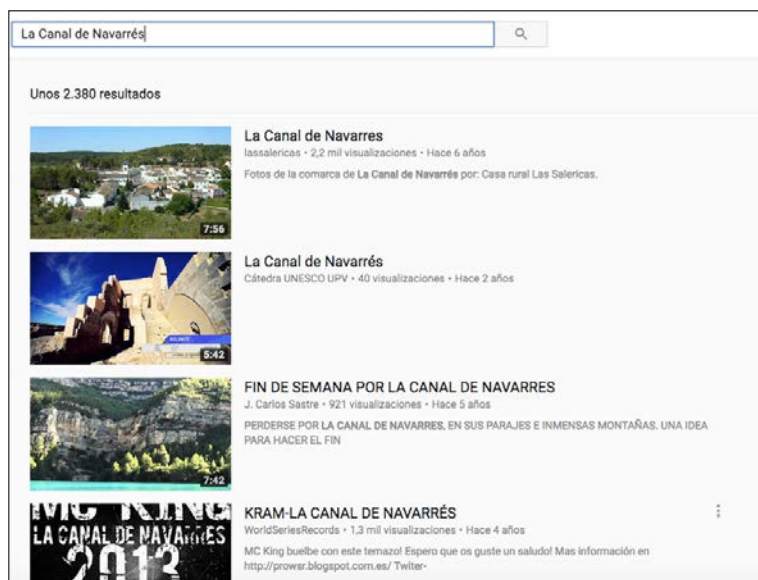
Facebook: al localizar “La Canal de Navarrés” en el buscador de Facebook aparece en primer lugar la página oficial de la Mancomunidad y algunos perfiles personales en torno a asociaciones y agrupaciones. Estas últimas están mal definidas porque deberían ser páginas o comunidades, pero en ningún caso perfiles personales, algo que contradice las leyes de uso de Facebook.



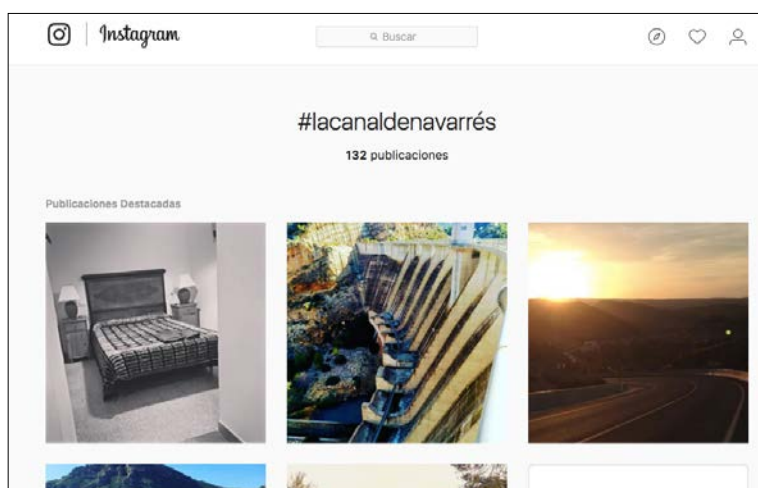
Twitter: en cuanto a Twitter, al poner “La Canal de Navarrés” no aparece ninguna referencia explícita, en cambio, al usar el hashtag #lacanaldenavarrés, sí que aparecen tuits e imágenes de usuarios hablando de su disfrute turístico en la zona.



Youtube: al poner “La Canal de Navarrés” en Youtube aparecen diversos videos pero ninguno es institucional de la Mancomunidad o los municipios, sino que son de una casa rural, de la Cátedra UNESCO o de usuarios particulares.



Instagram: en este medio social tampoco hay ningún perfil específico de La Canal de Navarrés, pero sí que hay 132 publicaciones de usuarios con el hashtag #lacanaldenavarrés.





Esto es lo que hemos encontrado para la canal de navarrés. ¿Prefieres buscar **La Canal de Navarrés**?

Todos los Pines

Tus Pines

Gente

Tableros



El gorgo de la escalera, Valencia



Burgal - Burgal, Navarra



CASTLES OF SPAIN - Construido por Hugo de Conques entre 1305...



Google Image Result for ...



new Orleans Strickland Rd [St Charles] Rivermont...



55 Canal Et Whit, Navarra, OH 44602



Click to view larger image



This lot is only steps away from the main road...



Wikipedia (https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_Navarr%C3%A9s): es una enciclopedia colaborativa y abierta con información de todo el mundo, en este caso hay datos y referencias a La Canal de Navarrés como una comarca valenciana, así como a cada uno de los municipios que la compone.

8.2. DAFO SEGÚN LOS FOCUS GROUP MUNICIPALES

FORTALEZAS

- Elaboración de visitas de autobuses a la almazara tradicional.
- Se realizan excursiones con agencias de viajes desde el Ecomuseo.
- Hay gente que viene adrede a la comarca.
- Existen bastantes excursiones de colegios.
- Existencia de senderismo, bici, escalada.
- Hay un polideportivo con zona caravanas.
- El paisaje como recurso turístico: casa rural junto al Pico Caroig, curso del CEFIRE.
- En la época de setas la zona se llena.
- Existencia de ganadería extensiva con cabras blancas (autóctonas).
- El CEFIRE ha ido a la Mancomunidad para preparar itinerarios formativos.
- El recurso del lavadero musulmán.

- Existencia de fuentes naturales.
- Vienen autobuses y colegios de fuera.
- El clima es un recurso muy favorable porque no hace frío.
- Hay mucha agua durante todo el año.
- Se está creando la Asociación de Caroig Rural.
- La Ruta de la tapa tiene mucho éxito a nivel interno.
- Los turistas preguntan por ver otros recursos.
- La gente se sorprende y pregunta ¿Y esto tenéis aquí en Anna?
- El lago actúa como un elemento de nostalgia.
- En invierno también hay gente.
- Todo el mundo se va satisfecho.
- Preguntan qué más se puede hacer.
- Gente que va rodando casas rurales.

DEBILIDADES

- Problemática de desarrollo de un producto rupestre por falta de guías.
- No hay catálogos de patrimonio.
- No hay restauración específica dirigida al turista.
- Algunas casas rurales no se conocen entre ellas.
- El turismo es a tiempo parcial, un complemento a la economía.
- Necesidad de pasar de un sitio de visitar a un sitio de vacaciones.
- Problemas de señalización.
- Potenciar guías locales.
- Formación de personal para desarrollar el turismo, a la gente le falta interpretación.
- El problema de que la gente no les conoce.
- Depende de que haya agua.
- Guías turísticos.

OPORTUNIDADES

- Concienciación interna para integrar a la población local en el desarrollo turístico.
- El uso del habla particular de La Canal como recurso inmaterial.

- Importancia de disponer de parques para los niños.
- Necesidad de fomentar el atractivo al pueblo.
- No hay establecidos paquetes turísticos.
- La Reserva Nacional de Caza tiene un gran potencial.
- Se podría hacer una Ruta de las casas cueva.
- Uso del geocaching con información de la zona.
- La empresa Turiart trabaja con la cooperativa para el desarrollo de productos turísticos agroalimentarios.
- El año 2018 se cumplen 20 años de la declaración de las cuevas como Arte Rupestre Levantino.
- Se identifica un potencial en el desarrollo de paquete turísticos educativos.
- Hacer una ruta turística por el pueblo.
- Se organizan algunos Trails/triatlón.
- Restaurantes y casas rurales como oficinas de turismo.

AMENAZAS

- Se han dado quejas por atención al cliente en comercios.
- Viene gente pero se quiere que dicha afluencia sea sostenible.
- Hay problemas con el uso del suelo en el Río.
- En el Río Fraile hay excursionismo pero la gente no pasa por el pueblo y no consumen.
- Necesidad de fomentar, limpiar y señalizar La Cabretá.
- Falta señalización en carreteras.
- Los ciclistas hacen ruta pero no pasan por aquí.
- Necesidad de controlar el turismo.
- Concienciación a la gente mayor que no quieren turismo.
- El turismo ha de ser sostenible.
- Demasiada gente en el río por Facebook.
- Mucha gente del pueblo se queja.
- Falta sensibilización de bares, panaderías y carnicerías.
- Hay gente que pasa el día y luego se vuelven a dormir.

8.3. DAFO SEGÚN LAS ENCUESTAS MUNICIPALES

FORTALEZAS

- 1ª Promoción turística conjunta de los municipios y trabajo en común entre municipios (Proyecto Mancomunidad).
- 2ª Iniciativas conjuntas en oferta turística, mejora la transferencia de información entre los municipios, oferta de cursos de formación y servicios comunes y conjuntos para los municipios.
- 3ª Contratación personal Tourist Info para los municipios, creación de una imagen de marca, formación de guías turísticos, herramienta de cohesión entre municipios, marketing en los planos turísticos, mayor capacidad de actuar conjuntamente, mayor publicidad y difusión de la oferta turística, oferta de un producto integral y completo de la zona, presencia de informadores turísticos temporales, presencia de un ADL de información turística, recursos turísticos suficientes para crear un producto y ser un centro de información de la Mancomunidad.

DEBILIDADES

- 1ª Mayor publicidad y difusión de la oferta turística.
- 2ª Son necesarias más actividades de promoción turística, debería fomentar la unidad de acción conjunta de los municipios, falta una mayor unión de los municipios, que no haya un Tourist Info en cada municipio, desconocimiento de la Mancomunidad y sus actividades y falta de difusión de las actividades de la Mancomunidad.
- 3ª Difuminar los pueblos, centrarse de forma desequilibrada más en unos pueblos que en otros, distanciamiento de las poblaciones, dispersión de los recursos, ausencia de un Plan Estratégico Mancomunidad Canal de Navarrés, falta de partidas presupuestarias para el turismo, falta de formación turística específica, falta coordinación entre las instituciones, falta una identidad (imagen de marca), concienciación a la población del turismo como actividad complementaria, falta

capacidad para crear un turismo de calidad, organización de más actividades conjuntas entre municipios, falta poner en valor los recursos turísticos territoriales, rivalidad entre los pueblos, falta generar un producto conjunto turístico para la zona, Anna y la Mancomunidad deben asesorar al resto de municipios en turismo, ausencia hasta ahora de un proyecto común, más información turística en otros idiomas que no sean valencià o castellano, la Mancomunidad no fomenta ni promociona las casas rurales, dar más y mejores servicios a las casas rurales (bolsa de trabajo para limpieza y mantenimiento), que no haya una continuidad de los informadores turísticos, falta de promoción turística desde las Oficinas de Turismo, mejora de las páginas web de turismo, falta de interés hasta ahora de la Mancomunidad en temas de turismo y la página de Facebook tiene que ser una fan page (no personal).

8.4. FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES DE LA MANCOMUNIDAD

FORTALEZAS

- 1ª: Espacios naturales, Rutas senderistas, Agua, Gastronomía, Montaña, Arte rupestre, Tranquilidad, Diversidad de recursos y Paisajes.
- 2ª: Turismo rural, Actividades deportivas (acuáticas, carreras), Buena gente, Rutas culturales, Alojamientos, Casas rurales, Cercanía entre los municipios, Gorgos, Pueblos con encanto, Restauración y Ríos.
- 3ª: Albufera de Anna, Buena red de carreteras y comunicaciones, Costumbres, Cuevas y abrigos, Desconocimiento del territorio, Fiestas, Fortalezas medievales, Fuentes y barrancos, Núcleos urbanos históricos, Patrimonio arquitectónico, Playamonte, Productos típicos, Río Bolbaite, Zona rural, Buenos contenidos de turismo en las redes sociales, Ecomuseo Bicorp, Embalse de Escalona, Exposiciones Semana Cultural, Futura señalización de los senderos, Hospitalidad, Mejora de los servicios por parte de la Mancomunidad, Museos, Paneles informativos y Precios bajos.

DEBILIDADES

- 1ª: Infraestructuras de comunicaciones y carreteras deficientes, desconocimiento del territorio (dentro y fuera de la zona), escasez de transporte público (frecuencia) y falta de alojamientos
- 2ª: Falta de mantenimiento del entorno, ausencia de emprendedores, deficiente acondicionamiento y accesibilidad de caminos y sendas, deficiente señalización viaria, escasez en la oferta de restauración, escasa oferta de servicios, falta una adecuada explotación de los recursos, falta de infraestructuras y falta de señalización en los espacios naturales
- 3ª: Aislamiento de los municipios (escondidos, apartados), Arreglo de calles, Descenso de la población, Escasa información cultural, Escasa promoción de las fiestas en territorios colindantes, Escaso apoyo institucional, Falta de infraestructura hotelera, Falta de productos turísticos propios de la Canal, Falta de señalización en las rutas senderistas, Falta de un carril-bici entre los municipios, Falta de un turismo de todo el año. Es estacional, diario o de fin de semana, Falta una oferta turística de actividades organizadas, Faltan museos y turismo cultural, Impactos medioambientales (incendios, suciedad, barranquismo, motocross, mountain bike), Limpieza de los caminos, Limpieza de maleza en los barrancos, Mayor número de senderos habilitados, Mejora de los senderos, Oferta de ocio para jóvenes muy limitada, Pérdida de las raíces del lugar, Se favorece el turismo barato que deja pocos ingresos y Se forman guías turísticos, pero no se generan empresarios.

fase 9^a

DISEÑO DEL PLAN
ESTRATÉGICO TERRITORIAL
DEL TURISMO DE LA CANAL
DE NAVARRÉS.

LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS
DEL “TERRITORIO TURÍSTICO”.



9.1. PROGRAMA DE DISEÑO ORGANIZATIVO. GOBERNANZA

Coste total: 45.000 €

Objetivo: desarrollar un protocolo que permita desarrollar una gobernanza efectiva sobre turismo desde la Mancomunidad.

LÍNEA 1. CREACIÓN DEL COMITÉ DE DIRECCIÓN EJECUTIVA

INICIATIVA 1.1. ELECCIÓN DE LOS COMPONENTES DEL COMITÉ.

Acción: III Foro de Turismo de la Canal de Navarrés

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de miembros elegidos.

Descripción: una de las tareas necesarias es la elección de los componentes del comité con tres tipos de representación:

- a. Sector público: representantes de los técnicos y tomadores de decisiones de los ayuntamientos y de la Mancomunidad.
- b. Sector privado: representantes de las empresas de turismo
- c. Sector asociativo: participantes de los foros Ciudadanos y representantes de asociaciones de la zona.

Para su selección se invitará a participar en el II Foro y se irá conformando un comité equilibrado entre estos tres sectores, de modo que se nombren los miembros en el III Foro.

INICIATIVA 1.2. DESIGNACIÓN DE TAREAS Y RESPONSABILIDADES.

Acción: III Foro de Turismo de la Canal de Navarrés

Ejecución: enero 2018

Indicadores: -

Descripción: una vez definidos los miembros del comité se designarán tareas y responsabilidades para cada uno de ellos, de manera que las acciones sean efectivas. Siempre habrá dos personas asignadas para cada tarea, para asegurar el desarrollo de la misma.

LÍNEA 2. COORDINACIÓN CON OTROS DESTINOS, ADMINISTRACIONES Y ENTIDADES

INICIATIVA 2.1. PARTICIPACIÓN EN OTROS FOROS O MESAS DE TURISMO.

Acción: Listado de foros de turismo y propuesta de presentación

Ejecución: febrero 2018

Indicadores: Número de asistencia y participación

Descripción: uno de los aspectos básicos es la asistencia a otros foros o mesas de turismo externos a la zona, de modo que se den a conocer las acciones turísticas que se están desarrollando. En este sentido, será necesario realizar un listado de foros de turismo a los que se puede acudir. Antes de ello, se realizará una ficha descriptiva de las propuestas que La Canal puede aportar a dichos foros, entre las que se proponen: el Plan Estratégico de Turismo, el nuevo Sendero de Gran Recorrido, la nueva página web, los estudios de demanda, etc.

INICIATIVA 2.2. COLABORACIÓN CON OTRAS ADMINISTRACIONES Y AGENTES DEL TERRITORIO.

Acción: Listado de organizaciones y personas de contacto

Ejecución: febrero 2018

Indicadores: Número de reuniones y convenios

Descripción: la colaboración con otras administraciones y agentes del territorio es algo esencial para el desarrollo del destino. Por ello, se realizará un listado de aquellas organizaciones y personas de contacto con las que hacer efectiva dicha colaboración. Se preparará una carta de presentación personalizada por parte de la Mancomunidad y que proponga acciones concretas para hacer efectiva dicha colaboración.

LÍNEA 3. FINANCIACIÓN Y REGULACIÓN

INICIATIVA 3.1. BÚSQUEDA DE VÍAS DE FINANCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PLAN.

Acción: Análisis de ayudas y subvenciones existentes

Ejecución: febrero 2018

Indicadores: Número de subvenciones y población afectada

Descripción: a través de la Agente de Empleo y Desarrollo Local de la Mancomunidad se hará un seguimiento de todas aquellas subvenciones que sean potenciales para el turismo de La Canal, tanto a nivel autonómico como estatal y europeo. Todas las solicitudes deberán estar alineadas con este Plan, de manera que se contextualicen a través de una estrategia y aporten un valor.

INICIATIVA 3.2. IMPULSO DE LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA.

Acción: Reuniones bimensuales con la iniciativa privada

Ejecución: marzo 2018

Indicadores: Número de reuniones y encuentros

Descripción: la clave del desarrollo del destino turístico es una equilibrada relación público-privada. Para ello es necesario que se desarrollen reuniones para hacer un seguimiento del desarrollo del destino. Deberán ser encuentros informales, en los que la iniciativa pública comparta los proyectos desarrollados y la iniciativa pública aporte propuestas de cara al futuro.

INICIATIVA 3.3. IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE NORMATIVA QUE AFECTE AL SECTOR.

Acción: Elaborar un resumen de la normativa turística

Ejecución: febrero 2018

Indicadores: Número de normas existentes

Descripción: la nueva Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana va a modificar el desarrollo normativo del turismo a partir del año 2018. Es necesario analizarla, elaborar un documento resumen que se facilite a todos los

actores sociales y hacer una jornada explicativa a todos los agentes locales interesados porque les afecte directa o indirectamente.

LÍNEA 4. EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA ESTRATEGIA

INICIATIVA 4.1. MANTENER LA INFORMACIÓN DEL PLAN ACTUALIZADA.

Acción: Sistema de actualización del Plan mediante la aplicación de indicadores

Ejecución: marzo 2018

Indicadores: Número de actualizaciones

Descripción: el plan es un documento vivo, dinámico, por lo que tiene que estar constantemente evolucionando. Por ello, los cambios que se produzcan en cada uno de los apartados del plan, serán actualizados de forma continua (por ejemplo, la incorporación de nuevos productos turísticos o el desarrollo de acciones de marketing online).

INICIATIVA 4.2. ELABORAR LOS INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y CONTROLAR EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO.

Acción: Sistema de indicadores del plan

Ejecución: abril 2018

Indicadores: -

Descripción: este plan se plasmará en una hoja de cálculo donde se pongan, mensualmente, las métricas de cada acción, de manera que se lleve un control sobre las mismas, no sólo desde el punto de vista cuantitativo contando el número de acciones, sino desde el punto de vista cualitativo identificando en qué se ha trabajado mes a mes.

LÍNEA 5. DISEÑO ORGANIZATIVO

INICIATIVA 5.1. MEJORA DE LOS CANALES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Acción: Apertura y dinamización de canales online

Ejecución: mayo 2018

Indicadores: número de seguidores en redes sociales

Descripción: las redes sociales son herramientas fundamentales para la promoción de los destinos turísticos. Hay que abrir canales de comunicación online tanto de conversación (Facebook, Twitter o Google Plus), como de contenidos (Instagram, Pinterest, Youtube, etc) y de geolocalización (Google My Business). Pero, además, hay que dinamizarlos para establecer una relación directa con los turistas y generar una comunidad alrededor de la marca del destino. Por último, todo debe ser medido a través de indicadores para evaluar la efectividad de dichas acciones.

INICIATIVA 5.2. ORGANIZACIÓN, COMISIONADO DE LA EXPOSICIÓN PINTURAS RUPESTRES

Acción: XX Aniversario de las pinturas rupestres

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de asistentes

Descripción: el XX Aniversario de las pinturas rupestres debe ser celebrado como corresponde. Es la "excusa" ideal para dar a conocer todos los recursos del arte rupestre levantino en la zona. Por ello, se plantean dos tipos de acciones: una central, basada en el desarrollo de una jornada científica para reivindicar el valor de estos recursos. Otra descentralizada, tematizando todas las acciones turísticas del año 2018 bajo el paraguas de esta celebración, haciendo que en todas las comunicaciones se dé a conocer (al estilo de la celebración de la Ruta del Quijote o la celebración del Camino del Cid).

INICIATIVA 5.3. MEJORA DE LA PAGINA WEB

Acción: mejora de la página web

Ejecución: mayo 2018

Indicadores: número de mejoras realizadas

Descripción: la página web actual es de la Mancomunidad y ofrece numerosos servicios de todo tipo. Es necesario desarrollar una web turística centrada directamente en la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos de La Canal. Para ello se tendrán que tener en cuenta aspectos relacionados con el diseño web, la usabilidad, la integración con redes sociales, la analítica, la venta de experiencias, la geolocalización, etc.

INICIATIVA 5.4. OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Acción: personal para la dinamización de las oficinas de turismo

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de visitantes

Descripción: las oficinas turísticas son los elementos básicos para recibir a los turistas y mostrarles todas las posibilidades de disfrute del mismo. Deben convertirse en el elemento vertebrador de la información turística del destino y para ello tienen que tener las condiciones adecuadas. Por ello, se requiere un plan de acciones que dote de dinamismo al sector turístico de forma continua y de personal adecuado para su gestión.

INICIATIVA 5.5. PLAN DE SEÑALIZACIÓN: VÍAS DE COMUNICACIÓN PRINCIPALES (ACCESOS), VÍAS DE COMUNICACIÓN INTERIORES (ACCESOS ENTRE MUNICIPIOS DEL DESTINO TURÍSTICO).

Acción: Plan de señalización viaria

Ejecución: enero 2018

Indicadores: Número de nuevas señales

Descripción: se han identificado problemas de señalización a dos niveles: por una parte, de las vías de acceso principales a los municipios. Es necesario que haya una señalización en las vías principales al menos de los 14 productos turísticos a desarrollar. Por otra parte, señalar igualmente los alojamientos para que los turistas los encuentren de forma clara y para que potencie que otros turistas potenciales puedan acceder a contratar sus servicios.

LÍNEA 6. MEJORA DE LOS RECURSOS HUMANOS DEL SECTOR TURÍSTICO

INICIATIVA 6.1. ESTUDIO DE LAS NECESIDADES FORMATIVAS A NIVEL LOCAL

Acción: Estudio de necesidades formativas

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de cursos propuestos y personas formadas

Descripción: la formación continua es una de las claves del desarrollo turístico del destino. Se deben identificar las necesidades formativas de las empresas y profesionales de turismo del territorio para ofrecer cursos que se adecúen a sus necesidades reales.

INICIATIVA 6.2. FORMACIÓN DE GUÍAS TURÍSTICOS

Acción: Cursos de formación específico de guías turísticos

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de personas formadas

Descripción: uno de los aspectos que deben mejorar es que se disponga de profesionales capaces de interpretar los recursos turísticos y acompañar a los visitantes a las rutas turísticas. Se trata de tener guías turísticos formados para mostrar el destino e incluso para indicar qué se puede visitar o cómo combinar los recursos para optimizar dichas visitas.

9.2. PROGRAMA DE CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

Coste total: 80.000 €

LÍNEA 1. ESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL AL POSICIONAMIENTO DEFINIDO

INICIATIVA 1.1. ADECUACIÓN DE OFERTA ALOJAMIENTO

Acción: Regularización de alojamientos ilegales y optimizar los legales

Ejecución: abril 2018

Indicadores: Número de alojamientos regulados

Descripción: los alojamientos ilegales deben disponer de información actualizada y un servicio de asesoramiento, mientras que los alojamientos legales deben ser

identificados y formados para lograr convertir esa oferta ilegal en legal por el beneficio de todos. Para ello, se contactará y asesorará, de forma individualizada, a cada alojamiento a través de la Mancomunidad.

INICIATIVA 1.2. PLAN DE INTERPRETACIÓN Y SEÑALIZACIÓN DE LOS RECURSOS E HITOS TURÍSTICOS.

Acción: Plan de tematización de rutas de La Canal

Ejecución: abril 2018

Indicadores: Número de rutas tematizadas y puestas en valor

Descripción: la Canal dispone de numerosas rutas turísticas homologadas y de una gran ruta que vertebral todos los municipios, el sendero de Gran Recorrido. Pero estas rutas son caminos senderistas o cicloturistas que no cuentan una historia, a los que le falta el elemento emocional. Por ello, es necesario tematizar el sendero GR para que hable de los recursos de La Canal y que de este derive, a su vez, otra serie de senderos dirigidos concretamente a unos segmentos concretos en función del tema del que traten cada uno de ellos.

LÍNEA 2. MEJORA Y CREACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

INICIATIVA 2.1. CICLOTURISMO

Acción: desarrollo de rutas cicloturistas

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de kilómetros creados

Descripción: el cicloturismo es una de las actividades con más potencial de La Canal por las características de su territorio. Aunque existen algunas rutas cicloturistas es necesario desarrollar una red que las vertebral, adecuando e integran las existentes con unas nuevas. Se trabajará en el ámbito del cicloturismo de montaña y también el de alforjas, atendiendo así a diversos tipos de público.

INICIATIVA 2.2. AUMENTO DE LA OFERTA DE EVENTOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS. EVENTOS DE PRESTIGIO RECONOCIDO.

Acción: Listado de eventos e incorporación en paquetes turísticos

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de eventos

Descripción: todos los meses se generan eventos en la zona. Una vez identificados, es necesario comunicarlos para que sean conocidos. Para ello, hay que disponer de canales donde mostrar los eventos mensuales y también los más relevantes que se celebran cada año. Sobre todo, se utilizarán las redes sociales, el email y los alojamientos para que el turista sepa, en todo momento, qué evento hay en la zona que vale la pena conocer. Esto, además de favorecer la información turística, favorece la movilidad del turista por la zona.

INICIATIVA 2.3. POTENCIACIÓN DEL EXCURSIONISMO: SENDEROS HOMOLOGADOS Y SIN HOMOLOGAR. REVISIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN DE LOS SENDEROS HOMOLOGADOS.

Acción: Plan de revisión y homologación de senderos

Ejecución: enero 2018

Indicadores: Número de kilómetros revisados y/o homologados

Descripción: hay numerosos senderos en la zona. No se recomienda señalar más senderos, pero sí mejorar los ya existentes. En este sentido, habrá que revisar todos los senderos e identificar los aspectos a mejorar y, por otra parte, habrá que tematizarlos para que sean experiencias que inviten al turista a recorrerlos alrededor de un tema o una historia concreta.

INICIATIVA 2.4. CREACIÓN DE OFERTA DE ALOJAMIENTO: NUEVAS FÓRMULAS.

Acción: Campaña de difusión de todas las formas de alojamiento legales

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de personas alcanzadas

Descripción: la aparición de nuevas formas de alojamientos ilegales y legales hace necesario una campaña de concienciación sobre las ventajas de los alojamientos

legales. Para ello se informará, a través de la Mancomunidad y los municipios, a todos los ciudadanos y a los que dispongan de estas tipologías, de la necesidad de cumplir la legislación en beneficio de todos.

INICIATIVA 2.5. “PASEOS URBANOS”: VISITA A LOS BARRIOS ANTIGUOS DE CADA MUNICIPIO.

Acción: Formación de guías locales urbanos

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de personas formadas

Descripción: cada municipio dispone de un casco antiguo y/o recursos que pueden ser visitados. Pero más allá de poder verlos, es necesario que sean interpretados, que se cuente el porqué de esa trama urbano, el cómo eran antiguamente. Aquí surge un déficit importante, personas y/o profesionales que sean capaces de dicha interpretación. Por ello, se elaborarán cursos de formación para guías locales urbanos en los que se les enseñe a hacer esta interpretación.

LÍNEA 3. PUESTA EN VALOR DE RECURSOS TURÍSTICOS

INICIATIVA 3.1. PLAN DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA

Acción: Elaboración de materiales de interpretación por producto

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de productos interpretados

Descripción: se han definido 14 productos turísticos sobre los que se basa el concepto de Territorio Museo. Es necesario darles una homogeneidad, dotarles de un contenido que siga los mismos criterios y que se agrupen en torno a la marca turística, ofreciendo una imagen organizada y cohesionada que transmita los valores turísticos del destino.

INICIATIVA 3.2. ADECUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL DESTINO TURÍSTICO: ADECUACIÓN DE ESPACIOS NATURALES, ILUMINACIÓN DE RECURSOS EMBLEMÁTICOS, PLAN DE SENDEROS, MUSEOS, EDIFICIOS...

Acción: Plan de renovación y adecuación de los recursos turísticos

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de recursos adecuados

Descripción: hay que desarrollar un análisis de los productos turísticos seleccionados para identificar aquellos aspectos en los que sea necesario actuar, para mejorar sus infraestructuras y el consumo de las mismas por parte de los visitantes y turistas.

INICIATIVA 3.3. PLAN DE MEJORA DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO: DISEÑO DE “MENÚS” COMUNES, QUE RECOJAN LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL LOCAL, REFERENCIA A LA “RUTA GASTRONÓMICA”; PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN.

Acción: Campaña de promoción de la gastronomía local

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de platos típicos en menús

Descripción: en La Canal existe una gastronomía muy importante y especial, ya que es local y diferencial con respecto a otros territorios. Pero no existe una oferta de la misma a los turistas en bares y restaurantes. Por ello, habrá que diseñar menús que fomenten el consumo de productos locales (de kilómetro 0) y que permitan generar, en un futuro, rutas gastronómicas y que ésta se convierta en un elemento atractor y vertebrador del turismo de la zona.

9.3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Coste total: 55.000 €

LÍNEA 1. CREAR MARCA

INICIATIVA 1.1. DECLARACIÓN, DE UNA FORMA MÁS O MENOS INSTITUCIONAL, DE QUE EL DESTINO ES UN LUGAR TURÍSTICO.

Acción: Carta por el turismo de La Canal: firma conjunta

Ejecución: enero 2018

Indicadores: -

Descripción: no se trata tan sólo de haber elaborado un plan estratégico, sino de darlo a conocer. En este sentido, es muy importante la visualización de dicho plan y la plasmación en una declaración institucional que indique que La Canal apuesta por ser un territorio turístico y las acciones que se van a desarrollar por parte de la Mancomunidad para lograrlo.

INICIATIVA 1.2. CREACIÓN DE UNA MARCA GRÁFICA SÓLO EN EL CASO DE QUE SE VAYA A PONER EN MARCHA UNA POLÍTICA TURÍSTICA BASADA EN ELLA.

Acción: Elaboración y aprobación de la marca turística

Ejecución: enero 2018

Indicadores: -

Descripción: la marca es elemento gráfico que va a permitir visibilizar el territorio turístico de La Canal. Por ello, se ha de desarrollar una marca turística que recoja de forma visual los atributos del destino y lo transmita a los turistas, siendo utilizada a partir de su aprobación en todas y cada una de las comunicaciones en materia turística de la Mancomunidad.

INICIATIVA 1.3. ELECCIÓN DE UN NOMBRE O MARCA DEL DESTINO QUE SEA CAPAZ DE COMUNICAR ATRIBUTOS DEL DESTINO.

Acción: Elaboración y aprobación de la marca turística

Ejecución: enero 2018

Indicadores: -

Descripción: paralelamente a la construcción de la marca se elaborará un nombre que defina al espacio turístico a promocionar. Debe ser diferente a otras marcas turísticas, ser capaz de atraer, ser compartida por todos los actores dado que, la marca debe perdurar sin modificaciones, ser estable y, al mismo tiempo se debe hacer partícipe a la ciudadanía.

INICIATIVA 1.4 REDACCIÓN DEL STORYTELLING.

Acción: Elaboración y aprobación de la marca turística

Ejecución: enero 2018

Indicadores: -

Descripción: el último aspecto a desarrollar a la hora de la creación de una marca turística es redactar un relato que identifique y transmita los valores y objetivos del territorio, es decir, el mensaje. Esta parte debe ser el hilo conductor de la propuesta de valor del turismo del territorio y la configuración de los productos debe estar alineada con dicha propuesta.

LÍNEA 2. USO DE LA MARCA

INICIATIVA 2.1. CREACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA MARCA.

Acción: Manual de Identidad Corporativa de la marca

Ejecución: enero 2018

Indicadores: -

Descripción: para una adecuada implantación y desarrollo de la marca turística es necesario elaborar la creación del Manual de Identidad Corporativa de la marca, definir los criterios para la utilización de la marca a través de protocolos y establecer una estructura de marcas en función de las marcas ya existentes en el territorio.

LÍNEA 3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

INICIATIVA 3.1. ELABORACIÓN DE MATERIAL

Acción: Folletos, fotografías y videos

Ejecución: abril 2018

Indicadores: número de materiales elaborados (folletos, fotografías, videos, etc)

Descripción: el aspecto promocional es básico para dar a conocer el destino. Por ello, es necesario elaborar material físico o visual con el que apoyarse para la promoción del destino (catálogos, cartelería, videos...), tanto en formatos offline como en contenidos online. Dicho material debe servir como base para la promoción del destino en todos los ámbitos.

INICIATIVA 3.2. ACCIONES DE COMUNICACIÓN DIRIGIDAS A PRENSA ESPECIALIZADA, BLOGGERS, GUÍAS A TRAVÉS DE JORNADAS PROFESIONALES O VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN.

Acción: Famtrip y blogtrip

Ejecución: mayo 2018

Indicadores: número de famtrips y blogtrips realizados

Descripción: a pesar de que Internet permite desintermediar a la hora de transmitir la información de destino, sigue siendo esencial contar con profesionales que generen y transmitan esa información de manera profesional. Por ello es básico realizar acciones de comunicación con famtrips y blogtrips, pero siempre teniendo en cuenta el objetivo que se persigue y segmentando muy bien a la demanda a la que se dirigirá el mensaje, lo que a su vez redundará en seleccionar adecuadamente a los participantes en estas acciones y transmisores de dicho mensaje.

INICIATIVA 3.3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA ATRAER VIAJEROS NACIONALES Y/O INTERNACIONALES A TRAVÉS DE CANALES DE INTERMEDIACIÓN FORMALES E INFORMALES

Acción: Mailing y contacto con touroperadores

Ejecución: mayo 2018

Indicadores: número de contactos realizados

Descripción: los canales de intermediación que comercializan los paquetes turísticos más importantes siguen siendo las agencias de viajes, por lo que es necesario contactar con touroperadores especializados para que vendan los productos de La Canal. Pero también hay otras formas de atraer viajeros, mediante técnicas como el inbound marketing o el email marketing, en el que se logra atraer a turistas interesados en el destino y hacerles comprar los servicios y productos. Para todo ello, es fundamental generar una base de datos cualificada y segmentada de turistas actuales y potenciales a los que atraer y, posteriormente, fidelizar.

INICIATIVA 3.4. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LOS TERRITORIOS DE ORIGEN O EN ESAS ÁREAS TURÍSTICAS PRÓXIMAS ORIENTADOS SELECTIVAMENTE A CLIENTES POTENCIALES.

Acción: Ferias locales de Alicante y Murcia

Ejecución: mayo 2018

Indicadores: número de ferias a las que se ha asistido

Descripción: una vez conocidas las áreas potenciales generadoras de visitantes a la zona, hay que organizar eventos y acciones directas en esos mismos territorios para dar a conocer el destino y conseguir atraer más turistas. Dichas acciones pueden ser desde asistencia a ferias, muestras de productos, selección de influencers del destino de origen, etc.

INICIATIVA 3.5. COORDINACIÓN CON OTROS TERRITORIOS.

Acción: Contactos con provincias de Alicante, Murcia y Valencia

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de contactos realizados

Descripción: el destino turístico se encuentra enmarcado, a su vez, en un territorio mayor. Por ello, es importante desarrollar relaciones con otros territorios, estableciendo mecanismos para garantizar una coordinación en acciones de promoción y comunicación. Dichos territorios se organizan en función de su escala: autonómico, provincial, comarcales y locales. Los contactos deberán realizarse de forma insti-

tucional, pero también de forma personalizada y siempre aportando acciones de colaboración constructivas y proactivas.

INICIATIVA 3.6. SENSIBILIZACIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL

Acción: Acciones de sensibilización a la población local

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de ciudadanos afectados

Descripción: tal y como se ha identificado, existen algunos sectores de la población, en algunos municipios concretos, donde se detecta que el turismo genera molestias, sobre todo derivado del uso intensivo de algunos recursos. Para modificar esta percepción, es necesario realizar acciones de sensibilización de la población local, mostrando que el turismo sostenible es una actividad muy positiva, que genera numerosos beneficios en el territorio.

9.4. PROGRAMA DE DESARROLLO E INNOVACIÓN

Coste total: 30.000 €

LÍNEA 1. EMPRENDIMIENTO Y COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL

INICIATIVA 1.1. SENSIBILIZAR Y FAVORECER EL EMPRENDIMIENTO

Acción: Servicio de asesoramiento a emprendedores

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de proyectos asesorados

Descripción: el emprendimiento es uno de los elementos básicos del desarrollo socioeconómico de los territorios. Favorecer que haya iniciativas empresariales y profesionales debe ser potenciado por parte de la Mancomunidad, mediante información, apoyo técnico y financiero a proyectos emprendedores. Además, es necesario

ser proactivo, de manera que se identifiquen ámbitos donde se pueda emprender, por ejemplo, en las guías e interpretación turística.

INICIATIVA 1.2. FOMENTO DE LA COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS DEL SECTOR

Acción: Establecimiento de convenios de colaboración

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de empresas atendidas

Descripción: otro de los aspectos esenciales en el desarrollo socioeconómico es la cooperación entre empresas. El conocimiento de lo que hace cada una en su sector, unido a la creación de sinergias y propuestas conjuntas, como por ejemplo la elaboración de paquetes turísticos o compras en el comercio local, permite identificar posibles colaboraciones y mejorar las oportunidades de innovación y diversificación de la oferta.

LÍNEA 2. MEJORA DE LA CALIDAD

INICIATIVA 2.1. IMPULSO A LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD.

Acción: Campaña de implantación de los sistemas de calidad

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de empresas certificadas

Descripción: los destinos no pueden competir en precio ante los turistas, siempre deben aportar un valor añadido y competir en términos de calidad y expectativas. Por ello, debe potenciarse la implantación de sistemas de gestión de calidad en el destino, como por ejemplo a través del SICTED, el proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SET), con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

INICIATIVA 2.2. IMPULSO A LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.

Acción: Campaña de implantación de los sistemas de gestión medioambiental

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de empresas certificadas

Descripción: otro de los aspectos esenciales a la hora de competir, y más tratándose de un destino que se basa en la sostenibilidad de sus recursos, es a través de una correcta gestión medioambiental. Para ello, es necesario potenciar entre la administración pública y las empresas privadas el impulso a la implantación de sistemas de gestión medioambiental que hagan real dicha sostenibilidad.

LÍNEA 3. PROPUESTA FORMATIVA

INICIATIVA 3.1. FORMACIÓN ORIENTADA A LA MEJORA DEL NIVEL DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.

Acción: Cursos de formación de atención al cliente

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de alumnos atendidos

Descripción: el turismo son personas y es básico el atenderlas correctamente. Para ello, uno de los aspectos cruciales en cualquier estrategia, es la atención al cliente. Debe realizarse formación continua a todos los técnicos, empresarios y trabajadores sobre la atención al cliente a fin de lograr una excelencia en el trato humano, lo que derivará en una óptima percepción del turista sobre el destino y una fidelización y prescripción posterior.

INICIATIVA 3.2. FOMENTO DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS Y PROFESIONALIZACIÓN.

Acción: Cursos de formación de idiomas

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de alumnos atendidos

Descripción: otro de los aspectos a tener en cuenta es la formación en idiomas, ya que una gran parte de los turistas actuales proviene de otros países y, potencialmente, hay un gran mercado al que recurrir. Además, dicha formación debe ser específica sobre el sector turístico, ya que tiene unas particularidades concretas.

INICIATIVA 3.3. DESARROLLAR ACUERDOS CON INSTITUCIONES FORMATIVAS PARA CUBRIR LAS NECESIDADES FORMATIVAS DEL SECTOR.

Acción: Convenios de colaboración institucional

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de convenios firmados

Descripción: vinculado a los otros dos aspectos, es necesario desarrollar acuerdos con instituciones formativas para cubrir las necesidades formativas del sector. Dichos acuerdos deben permitir ampliar la oferta formativa (en cantidad y en calidad) del destino y reducir el coste que le pueda suponer a la

LÍNEA 4. PLAN DE ADECUACIÓN DE LA NORMATIVA RELACIONADA CON EL SECTOR TURÍSTICO

INICIATIVA 4.1. PLAN DE “MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA”. INCORPORACIÓN DE LA NORMATIVA DE LA AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO.

Acción: Ordenanza de productos turísticos

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de ordenanzas desarrolladas

Descripción: la única forma de gestionar y controlar el consumo de los productos turísticos del destino es mediante la elaboración de ordenanzas municipales. Se fomentarán dichas ordenanzas en aquellos productos que no dispongan de éstas, identificando los puntos críticos que deben ser abordados.

INICIATIVA 4.2. PLAN DE MEJORA Y ACONDICIONAMIENTO DE LA NORMATIVA URBANÍSTICA RELACIONADA CON LOS DESTINOS TURÍSTICOS.

Acción: Estudio y propuestas de mejora urbanística en materia de turismo

Ejecución: enero 2018

Indicadores: número de propuestas realizadas y ejecutadas

Descripción: no se han identificado problemas reseñables en la normativa urbanística en materia de turismo, pero ello no implica que no deba tenerse en cuenta de cara a futuros desarrollos, no tanto a escala general, sino en espacios concretos donde se vaya a implantar una actividad turística.

LÍNEA 5. PLAN DE MEJORA DE LOS RECURSOS EXISTENTES

INICIATIVA 5.1. ADAPTACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Acción: Señalización turística

Ejecución: enero 2018

Indicadores: Número de nuevas señales

Descripción: la señalización de los recursos turísticos es clave para una adecuada información turística en La Canal. Es necesario la reposición de señalización deteriorada, así como la adecuación a nuevas realidades (accesibilidad, códigos QR, etc). Por otra parte, también hay que señalar e interpretar nuevos recursos que se ponen en valor.

9.5. LA GESTIÓN DEL PROCESO: ASIGNACIÓN DE RESPONSABLES Y PERIODIFICACIÓN

Tal y como se ha especificado en la primera línea de actuación, la gestión del proceso de implantación de las acciones derivadas de este Plan Estratégico, que forma parte del proceso de gobernanza del destino, se realizará por parte de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés, como entidad vertebradora del desarrollo turístico del destino.

En una primera etapa, la responsabilidad de la coordinación se realizará a través de la Agente de Empleo y Desarrollo Local (AEDL) de la Mancomunidad, pero para su adecuado desarrollo dicha profesional deberá centrar su actividad en el turismo de forma completa, puesto que un proyecto de estas características lo requiere.

Posteriormente, se irá ampliando el grupo de trabajo mediante el apoyo de otros profesionales del sector turístico, de modo que se genere un grupo de trabajo al que asignar responsabilidades sobre las acciones que han sido periodificadas.



fase 10^a

DISEÑO DE INDICADORES DE SEGUIMIENTO DEL PLAN



Para cada una de las acciones integradas en las líneas de actuación previamente descritas, se ha generado un indicador cuantitativo que permite medir su evolución. Se ha establecido, igualmente, una tabla estadística, facilitada a continuación. Se recomienda utilizar una tabla en formato Excel para indicar mensualmente el estado de estas acciones, de manera que se pueda medir su evolución y tomar decisiones para mejorarlas de forma continua.

PLAN DE ACTUACIONES TURISMO LA CANAL DE NAVARRÉS

		Acción prioritaria	Indicadores
10.1. Programa			
Diseño Organizativo. Gobernanza	Crear y poner en funcionamiento un sistema de gobernanza turística que implique a todos los actores sociales del territorio		
Línea 1. Creación del Comité de Dirección Ejecutiva	Iniciativa 1.1. Elección de los componentes del comité.	III Foro de Turismo de la Canal de Navarra	-
	Iniciativa 1.2. Designación de tareas y responsabilidades.	III Foro de Turismo de la Canal de Navarra	-
Línea 2. Coordinación con otros destinos, administraciones y entidades	Iniciativa 2.1. Participación en otros foros o mesas de turismo.	Listado de foros de turismo y propuesta de presentación	Número de asistencia y participación
	Iniciativa 2.2. Colaboración con otras administraciones y agentes del territorio.	Listado de organizaciones y personas de contacto	Número de reuniones y convenios
Línea 3. Financiación y regulación	Iniciativa 3.1. Búsqueda de vías de financiación para el desarrollo del plan.	Análisis de ayudas y subvenciones existentes	Número de subvenciones y población afectada

	Iniciativa 3.2. Impulso de la colaboración público-privada.	Reuniones bimensuales con la iniciativa privada	Número de reuniones y encuentros
	Iniciativa 3.3. Identificación, análisis y valoración de normativa que afecte al sector.	Elaborar un resumen de la normativa turística	Número de normas existentes
Línea 4. Evaluación y control de la estrategia	Iniciativa 4.1. Mantener la información del plan actualizada.	Sistema de actualización del Plan en base a indicadores	Número de actualizaciones
	Iniciativa 4.2. Elaborar los indicadores de seguimiento y controlar el nivel de cumplimiento.	Sistema de indicadores del plan	-
Línea 5. Diseño organizativo	Iniciativa 5.1. Mejora de los canales de información turística	Central de reservas, big data, redes sociales	Nº de canales de comunicación online abiertos
	Iniciativa 5.2. Organización, comisionado de la exposición pinturas rupestres		Nº visitantes
	Iniciativa 5.3. Mejora de la pagina web		Nº mejoras realizadas
	Iniciativa 5.4. Oficinas de Información Turística	Plan comarcal de dinamización de las oficinas de turismo	Nº acciones desarrolladas
	Iniciativa 5.5. Plan de señalización: vías de comunicación principales (accesos), vías de comunicación interiores (accesos entre municipios del destino turístico).	Plan de señalización	Nº kilómetros nuevos señalizados
Línea 6. Mejora de los recursos humanos del sector turístico	Iniciativa 6.1. Estudio de las necesidades formativas a nivel local	Estudio de necesidades formativas	Nº de usuarios potenciales de las acciones formativas

	Iniciativa 6.2. Formación de guías turísticas	Cursos de formación específico de guías turísticas	Nº horas impartidas
10.2. Programa de Creación de Productos Turísticos.	Poner en valor los productos turísticos existentes y crear nuevos productos		
Línea 1. Estructuración de la oferta turística actual al posicionamiento definido			
	Iniciativa 1.1. Adecuación de oferta alojamiento	Regularización de alojamientos ilegales y optimizar los legales	Número de alojamientos regulados
	Iniciativa 1.2. Plan de Interpretación y señalización de los recursos e hitos turísticos.	Plan de tematización de rutas de La Canal	Número de rutas tematizadas y puestas en valor
Línea 2. Mejora y creación de la oferta turística			
	Iniciativa 2.1. Cicloturismo	Desarrollo de rutas cicloturísticas	Número de organizaciones afectadas
	Iniciativa 2.3. Aumento de la oferta de eventos y productos turísticos. Eventos de prestigio reconocido.	Listado de eventos e incorporación en paquetes turísticos	Número de eventos
	Iniciativa 2.4. Potenciación del excursionismo: senderos homologados y sin homologar. Revisión de la señalización de los senderos homologados.	Plan de revisión y homologación de senderos	Número de kilómetros revisados y/o homologados
	Iniciativa 2.5. Creación de oferta de alojamiento: nuevas fórmulas.	Campaña de difusión de todas las formas de alojamiento legales	Número de personas alcanzadas
	Iniciativa 2.6. "Paseos urbanos": Visita a los barrios antiguos de cada municipio.	Rutas semanales en cada pueblo	Número de personas formadas

Línea 3. Puesta en valor de recursos turísticos	Iniciativa 3.1. Plan de interpretación turística	Elaboración de materiales de interpretación por producto	Número de productos intepretados
	Iniciativa 3.2. Adecuación de Recursos Turísticos del destino turístico: adecuación de espacios naturales, iluminación de recursos emblemáticos, plan de senderos, museos, edificios...	Adaptación de los recursos turísticos mediante audioguías	Número de recursos adecuados
10.3. Programa de Promoción y Comercialización	Iniciativa 3.3. Plan de Mejora de la Oferta de Restauración del destino turístico: diseño de "Menús" comunes, que recojan la gastronomía tradicional local, referencia a la "Ruta Gastronómica Comarcal"; Plan de Mejora de la Calidad de los establecimientos de restauración.	Campaña de promoción de la gastronomía local	Número de platos típicos en menús
	Establecer estrategias y dinámica de promoción de los productos turísticos		
Línea 1. Crear marca	y de comercialización que implique a todo el destinos turístico		
	Iniciativa 1.1. Declaración, de una forma más o menos institucional, de que el destino es un lugar turístico.	Carta por el turismo de La Canal: firma conjunta	-
	Iniciativa 1.2. Creación de una marca gráfica sólo en el caso de que se vaya a poner en marcha una política turística basada en ella.	Elaboración y aprobación de la marca turística	-

	Iniciativa 1.3. Elección de un nombre que sea capaz de comunicar atributos del destino, debe ser diferente a otras marcas turísticas, ser capaz de atraer, ser compartida por todos los actores dado que, la marca debe perdurar sin modificaciones, ser estable y, al mismo tiempo se debe hacer partícipe a la ciudadanía.	Elaboración y aprobación de la marca turística	-
	Iniciativa 1.4 Redacción del storytelling o relato que identifique y transmita los valores y objetivos del territorio, es decir, el mensaje.	Elaboración y aprobación de la marca turística	-
Línea 2. Uso de la marca	Iniciativa 2.1. Creación del Manual de Identidad Corporativa de la marca.	Manual de Identidad Corporativa de la marca	-
Línea 3. Acciones de comunicación	Iniciativa 3.1. Elaboración de material físico o visual con el que apoyarse para la promoción del destino (catálogos, cartelería, videos...).	Folletos, fotografías y videos	Número de materiales elaborados (folletos, fotografías, videos, etc)
	Iniciativa 3.2. Acciones de comunicación dirigidas a prensa especializada, bloggers	Famtrip y blogtrip	Número de famtrips y blogtrips realizados
	Iniciativa 3.3. Acciones de comunicación para atraer viajeros nacionales y/o internacionales a través de canales de intermediación formales e informales	Mailing y contacto con touroperadores	Número de contactos realizados
	Iniciativa 3.4. Organización de eventos en los territorios de origen o en esas áreas turísticas próximas orientados selectivamente a clientes potenciales.	Ferias locales de Alicante, Murcia y Valencia	Número de ferias a las que se ha asistido

	Iniciativa 3.5. Fomento de las Redes Sociales para realizar acciones y campañas.	Apertura y dinamización de canales online	Número de seguidores en redes sociales
	Iniciativa 3.6. Gerencia. Coordinación con otros territorios estableciendo mecanismos para garantizar una coordinación en acciones de promoción y comunicación.	Contactos con provincias de Alicante, Murcia y Valencia	Número de contactos realizados
	Iniciativa 3.7. Sensibilización a la población local	Acciones de sensibilización a la población local a través de actividades de recuperación de tradiciones, históricas y eventos	Número de ciudadanos afectados
10.4. Programa de desarrollo e innovación	Elaborar y desarrollar un programa de innovación continua y formación		
	permanente con el objetivo de llegar a la excelencia del destino		
Línea 1. Emprendimiento y cooperación interempresarial	Iniciativa 1.1. Sensibilizar y favorecer el emprendimiento mediante información, apoyo técnico y financiero a proyectos emprendedores.	Servicio de asesoramiento a emprendedores	Número de proyectos asesorados
	Iniciativa 1.2. Fomento de la cooperación entre empresas del sector para identificar posibles colaboraciones y mejorar las oportunidades de innovación y diversificación de la oferta.	Establecimiento de convenios de colaboración	Número de empresas atendidas
Línea 2. Mejora de la calidad	Iniciativa 2.1. Impulso a la implantación de sistemas de gestión de calidad.	Campaña de implantación de los sistemas de calidad	Número de empresas certificadas

	Iniciativa 2.2. Impulso a la implantación de sistemas de gestión medioambiental.	Campaña de implantación de los sistemas de gestión medioambiental	Número de empresas certificadas
Línea 3. Propuesta formativa.	Iniciativa 3.1. Formación orientada a la mejora del nivel de atención y servicio al cliente.	Cursos de formación de atención al cliente	Número de alumnos atendidos
	Iniciativa 3.2. Fomento de la formación en idiomas y profesionalización.	Cursos de formación de idiomas	Número de alumnos atendidos
	Iniciativa 3.3. Desarrollar acuerdos con instituciones formativas para cubrir las necesidades formativas del sector.	Convenios de colaboración institucional	Número de convenios firmados
Línea 4. Plan de adecuación de la normativa relacionada con el sector turístico	Iniciativa 6.1. Plan de “Municipios Turísticos de la Comunidad Valenciana”. Incorporación de la normativa de la Agencia Valenciana de Turismo.	Ordenanza de productos turísticos, coordinación de actividades formativas	Número de ordenanzas elaboradas
	Iniciativa 6.2. Plan de Mejora y Acondicionamiento de la Normativa Urbanística relacionada con los destinos turísticos.	Estudio y propuestas de mejora urbanística en materia de turismo	Nº mejoras planteadas
Línea 5. Plan de mejora de los recursos existentes	Iniciativa 6.3. Adaptación de los recursos turísticos	Señalización turística	Nº recursos nuevos señalizados



FUENTES BIBLIOGRÁFICAS



- Agencia Valenciana de Turisme (2017) Evolución de la Actividad Turística Provincia de Valencia. Generalitat Valenciana.
- Agencia Valenciana de Turisme (2017) Estadísticas de Turismo de la Comunidad Valenciana. Generalitat Valenciana
- Deloitte (2017) Expectativas 2017, The Experience Revolution, Travel, Hospitality, Leisure & Transport.
- Hermosilla, J.; Nácher, J.; Martínez, C.; Fansa, G. y Iranzo, E. (2017). *Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico*, Universidad de Valencia, 170 págs.
- Ivars, J. (2016). *El turismo rural en España: ¿de la ilusión al desencanto?*, Publicaciones Universidad de Alicante,
- Observatorio del Turismo Rural (2013) El turismo rural en la Comunidad Valenciana.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2017) Plan del Turismo Español Horizonte 2020, 141 págs
- Pérez-Cabañero, C., Cervera-Taulet, A., Schlesinger, W. (2017). *Analysis of the impact of length of stay on the quality of service experience, satisfaction and loyalty*, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14 (2), 253-268.
- Schlesinger, W.; Cervera, A.; Pérez-Cabañero, C. (2017) *Contrasting quality of service experience for northern and southern Mediterranean tourists*, *EuroMed Journal of Business*. 10(3), 327 - 337
- Instituto Nacional de Estadística (2016). Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos.



ANEXOS





ORDEN DEL DÍA I FORO CIUDADANO DE TURISMO DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Fecha: Martes 14 de noviembre, a las 19:30

Lugar: Auditorio de Bolbaite

Convocan: Mancomunitat La Canal de Navarrés y Universitat de València

Presentación

Enmarcado dentro de las acciones de participación ciudadana del Plan Estratégico de Turismo que está desarrollando la Mancomunitat mediante el concurso de la Universitat de València. El acto tiene como objetivo principal informar sobre el Plan Estratégico de Turismo, y en particular sobre los primeros resultados del Plan. Se persigue además recoger la opinión de los vecinos y vecinas de La Canal, especialmente de quienes están relacionados con el sector turístico.

Programa

- 1.- Presentación de la Mancomunitat de La Canal: necesidad de organizar el turismo comarcal
- 2.- Presentación de la Universitat de València: organismo encargado del Plan Estratégico de Turismo de la Canal
- 3.- Actuaciones hasta el momento
 - 3.1- Estudio del territorio
 - 3.2- Estudio de la oferta turística: análisis de recursos y de potenciales productos
 - 3.3- Estudio de la demanda turística: trabajo de campo y análisis de tendencias
 - 3.4- Análisis de los actores sociales
 - 3.5- Participación:
Trabajos realizados: reunión inicial de alcaldes, entrevistas a alcaldes y reunión en cada municipio.
Día de hoy: constitución del Foro Ciudadano
Próximamente: encuestas a residentes, reuniones con agentes turísticos y II Foro Ciudadano antes 19 de diciembre de 2017

- 4.- Encuesta a asistentes: se pasará la encuesta a residentes para disponer de más información y hacerles partícipes
- 5.- Imagen turística: se está trabajando sobre el concepto de “La Canal”. Consulta abierta para opiniones de cara al diseño de la marca que se presentará en el II Foro.
- 6.- Ruegos y preguntas

ORDEN DEL DÍA II FORO CIUDADANO DE TURISMO DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Fecha: miércoles 10 de enero de 2018, a las 19:00

Lugar: Ayuntamiento de Navarra

Convocan: Mancomunitat La Canal de Navarra y Universitat de València

Presentación

Enmarcado dentro de las acciones de participación ciudadana del Plan Estratégico de Turismo que está desarrollando la Mancomunitat mediante el concurso de la Universitat de València. El acto tiene como objetivo principal informar sobre los primeros resultados del Plan Estratégico de Turismo y el Plan de Actuaciones 2018 a desarrollar por parte de la Mancomunidad.

Programa

Presentación

- 1.- Resultados del Plan Estratégico de la Canal de Navarra
 - 1.1- Fase I: sensibilización y comunicación
 - 1.2- Fase II: Grupo de trabajo dinámico. El Foro Ciudadano y otras fórmulas de participación.
 - 1.3- Fase III: Análisis de las tendencias turísticas. De la globalización al concepto “glocal”
 - 1.4- Fase IV: análisis del contexto socioeconómico

- 1.5- Fase V: análisis urbanístico relacionado con la actividad turística
- 1.6- Fase VI: análisis de los recursos y productos turísticos de La Canal de Navarrés
- 1.7- Fase VII: análisis de la demanda turística
- 1.8- Fase VIII: diagnóstico, matriz de potencialidad turística y creación de productos
- 1.9- Fase IX: Posicionamiento estratégico. Análisis C.A.M.E.
- 1.10- Fase X: Diseño del Plan. Las líneas estratégicas del Plan Director.
- 1.11- Fase XI: Diseño de indicadores de seguimiento del Plan
- 2.- Pasos a seguir en el 2018
- 3.- Ruegos y preguntas

MODELO DE ENTREVISTAS A LÍDERES DE LA CANAL DE NAVARRÉS

IDENTIFICACIÓN DEL “TURISTA MODELO” DEL TERRITORIO DE REFERENCIA

- 1. ¿Conoce la existencia de flujos de visitantes, excursionistas y turistas al territorio?
- 2. ¿En qué condición personal y/o profesional es conocedor y cuáles son, por tanto, sus fuentes de información?
- 3. Causas de los desplazamientos ¿Puede establecer la naturaleza de estos flujos en lo que respecta a los atractivos del territorio que son el motivo principal de la visita?
- 4. Origen de los turistas ¿Cuáles son los principales territorios de origen de los visitantes?
- 5. ¿Puede aproximar la duración media de la estancia del turista?
- 6. ¿Hay alguna estacionalidad en la llegada, se concentran en algún momento del año las visitas?

OFERTA TURÍSTICA Y COMPORTAMIENTO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL TURISTA

7. Tipología de alojamiento ¿Cuál es la modalidad principal del alojamiento? ¿En hoteles, hostales, campings, casas rurales o en viviendas alquiladas o propias?
8. Perfil del turista ¿Se trata de turismo joven de ocio en grupos pequeños o numerosos, de turismo familiar de ocio, de turismo profesional?
9. Poder adquisitivo ¿Cuál diría que es el nivel socioeconómico de los turistas: alto, medio, bajo?
10. Nivel de consumo ¿Puede realizar una aproximación a las principales actividades y compras realizadas por los visitantes?
11. Tendencias ¿Se detecta cierta evolución en la cantidad / el volumen y características de los turistas?

EFFECTOS EN LA ECONOMÍA LOCAL Y REACCIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL

12. ¿Cómo diría que es la relación de la población local con el visitante, de indiferencia, de aceptación positiva, de rechazo?
13. ¿La población activa -que busca empleo o lo tiene- obtiene ingresos relativamente importantes de las visitas?
14. ¿Qué opinan del excursionismo y del turismo la población inactiva y la población que no vende al visitante y que no deriva beneficios monetarios?
15. ¿Observa una relación positiva entre los jóvenes y la llegada de visitantes?
¿Piensa que la actitud de los jóvenes es más favorable que los adultos y los más mayores?
16. ¿Piensa que el turismo puede ser entendido por la población local como una oportunidad para crear negocios y pequeñas empresas?
17. ¿Observa opciones en alguna actividad concreta, en algún atractivo local destacado para activar un posible posicionamiento turístico?
18. En resumen, ¿podría decirse que hay o no “predisposición turística” en el territorio?

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y ENTORNO TERRITORIAL

19. Puede que la coordinación entre distintas localidades con sus atractivos y recursos sí que permita atraer visitantes. En este sentido, ¿hay alguna relación con municipios próximos en lo que a visitantes se refiere?
20. ¿Existen atractivos cerca en otras localidades que ya generen llegadas de visitantes?
21. ¿Puede pensarse en la posibilidad de complementar iniciativas con esos otros municipios relativamente próximos?
22. ¿En qué áreas de actividad observaría mayores oportunidades y por qué?

EL TERRITORIO COMO DESTINO TURÍSTICO

23. Destino turístico ¿Cree usted que su municipio(s) puede convertirse en un destino turístico? ¿Por qué?
24. Factores ¿Qué haría falta para que el turismo se convirtiese en una actividad económica destacada en su municipio?
25. Escenario futuro ¿La actividad turística tiene posibilidades reales para convertirse en un sector básico de la economía local?

ENCUESTA A RESIDENTES LA CANAL DE NAVARRÉS

No hay una respuesta correcta e incorrecta, solo aquella que refleje su opinión, los datos son de carácter anónimo

MUNICIPIO

Los siguientes planteamientos están relacionados con sus percepciones acerca del turismo y su impacto en su municipio. Por favor seleccione con una X el número que mejor refleja su opinión en términos de acuerdo/desacuerdo, donde: 1 es “total desacuerdo” y 5 es “total acuerdo”.

1	Siento que me beneficio del turismo directa o indirectamente	1	2	3	4	5
2	Creo que el municipio se beneficia de desarrollos turísticos	1	2	3	4	5
3	Creo que la actividad turística causa problemas en el municipio	1	2	3	4	5

Indique, por orden de importancia:

4. Según su opinión ¿cuáles son los tres principales recursos turísticos de su municipio?

- 1.-
- 2.-
- 3.-

5. Según su opinión ¿cuáles son los tres principales recursos turísticos de La Canal de Navarrés?

- 1.-
- 2.-
- 3.-

Con respecto a tu MUNICIPIO ¿cuáles consideras son sus principales fortalezas y debilidades turísticas?

FORTALEZAS	DEBILIDADES

Con respecto a la MANCOMUNIDAD ¿cuáles consideras son sus principales fortalezas y debilidades turísticas?

FORTALEZAS	DEBILIDADES

Marque con una X los siguientes datos:

Género	Ocupación	Educación
☐ Femenino	☐ Empleado	☐ Universitaria
☐ Masculino	☐ Autónomo	☐ FP/Diplomado
	☐ No pertenece sector turístico	☐ Primaria-Bachiller
Edad	☐ No trabaja	
	☐ Pertenece al sector turístico	
	☐ Desempleado	

MODELO ENCUESTA TURISTAS DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Le agradeceríamos su colaboración en esta encuesta acerca del perfil del turista en el interior de la Comunidad Valenciana. La información facilitada será tratada de forma colectiva y con total confidencialidad. Gracias.

Pregunta filtro: **P0** Ha visitado la Mancomunidad de **La Canal de Navarrés**?

Sino está claro qué municipios/lugares se encuentran en La Canal de Navarrés a continuación se presenta un listado de los mismos y de algunos lugares turísticos. En caso de haber visitado alguno(s) seleccione aquellos en los que haya estado.

Anna (Lago Anna-Albufera, Castillo de los Condes, Ermita del Santísimo Cristo)	
Bolbaite (río Bolbaite, río Sellent, Castillo-palacio de los Cabanilles)	
Chella (Mirador del Salto, aguas termales)	
Bicorp (Cueva de la Araña, Ecomuseo, río Fraile, muela de Bicorp, Barranco Moreno)	
Estubeny (La Cabrentà)	
Navarrés (Playamonte, Paraje Natural Chorradores, Ermita del Santísimo Cristo, Embalse Escalona)	
Quesa (Ruta de las fuentes, Lagos de Corbera, Abrigo de Voro)	
Millares	

P0_1r9 _> No he estado y no he escuchado

P0_1r10 No he estado pero si he escuchado

Si es NO

P0_2 Conoce o ha escuchado acerca de alguno de estos lugares mencionados? Si es SI... razones por las cuales NO lo ha visitado

- Accesibilidad
- La información que tengo no me motiva lo suficiente
- Falta de tiempo
- Distancia
- Ninguna en particular

En caso de haber estado en varios continúe todas las preguntas del cuestionario en relación a su **visita/pernoctación más memorable**, seleccione el o los municipio(s) de esa visita en particular:

Anna	
Bolbaite	
Chella	
Bicorp	
Estubeny	
Navarrés	
Quesa	
Millares	

1. Seleccione los tres principales motivos de su visita en orden de importancia

P1R1 Visita familia/amigos		R2 Practicar algún deporte/ejercicio	
R3 Clima y paisaje/contacto naturaleza		R4 Cultural/patrimonio/museo	
R5 Cercanía/proximidad a la residencia		R6 Fiestas del pueblo	
R7 Reposo/descanso		R8 Nuevas experiencias y sitios nuevos	
R9 Disfrutar la gastronomía		R10 Calidad/precio	
R11 Otras			

2. Indique el medio principal que le sugirió la idea de acudir a este destino (sólo uno)

Familia/amigos	TV	
Redes Sociales: facebook, Instagram, Twitter	Agencia de viaje	
Páginas web oficiales, turísticas, blogs	Feria de Turismo	
Folleto turístico	No me han informado	
Prensa		
Otro: especifique		

3. Indique la duración de su visita

4. Número de días: __ Solo visita sin pernoctación ____

5. En caso de haber pernoctado, ¿Dónde se ha alojado?

Hotel	Casa amigos	
Hostal	Casa Rural	
Camping	Albergue	
Propiedad	Otro	

6. Indique el gasto medio diario durante su visita: _____

7. Medio de transporte utilizado para venir al destino:

Coche	
Moto	
Autobus turístico	
Tren	
Bici	

8. ¿En relación a cada una de estas actividades mencione SI o NO en caso de que la haya practicado durante su visita? Marque una respuesta para cada opción:

Senderismo por itinerarios marcados		Senderismo con guías	
Visitas guiadas a lugares de interés		Escalada y descenso barrancos	
Espeleología		Piragüismo	
Paseo en bicicleta		Compra alimentos de la zona	
Caza mayor		Pesca en ríos, embalses	
Otro		Actividades náuticas	

9. En relación a las actividades anteriores que no practicó, seleccione únicamente aquellas que hubiera realizado de tener información y equipo más accesible (múltiple).

Senderismo por itinerarios marcados		Senderismo con guías	
Visitas guiadas a lugares de interés		Escalada y descenso barrancos	
Espeleología		Piragüismo	
Paseo en bicicleta		Compra alimentos de la zona	
Caza mayor		Pesca en ríos, embalses	
Otras			

10. En relación al nivel de interés por los recursos de la comarca/provincia que ha visitado, indique por favor, valorándolos del 1 “ausencia total de interés” y el valor 5 “gran interés y expectación” si es indiferente o neutro un 3.

	1	2	3	4	5
Ríos, lagos, embalses					
Panorámicas paisajísticas y vistas de montaña					
Bosques y riqueza forestal					
Prados y valles					
Monumentos arquitectónicos, histórico-artísticos					
Fiestas locales y folklore					
Gastronomía					

11. Para cada uno de estos elementos indique el grado de satisfacción durante su visita (*aquellos que no haya utilizado indicar **No Aplica***). Siendo 1 nada satisfecho y 5 totalmente satisfecho.

	1	2	3	4	5	NA
Señalización turística						
Señalización viaria						
Señalización parking						
Carretera y comunicaciones						
Aparcamiento						
Transporte público						
Accesibilidad						
Alojamiento						
Atención al cliente						
Hospitalidad y trato de los residentes						
Seguridad ciudadana						
Relación calidad-precio servicios turísticos						
Conservación del patrimonio						
Entorno urbano						
Entorno natural						
Puntos de información						
Información en internet						
Visitas guiadas						
Restaurantes-bares						
Acceso a internet-wifi						

12. Para cada uno de estas afirmaciones indique el grado de acuerdo/desacuerdo en relación con la experiencia durante su visita. Siendo 1 total desacuerdo y 5

totalmente de acuerdo.

	1	2	3	4	5
Ha sido acertada la decisión de venir a este lugar					
La experiencia ha sido como yo esperaba					
En general estoy satisfecho con la experiencia de la visita					
Recomendaría este lugar a alguien que me pida consejo					
Recomendaría el destino en las redes sociales					
Animaría a amigos y familiares a probar la experiencia de mi visita					
Me gustaría volver a visitar este destino					
Me gustaría repetir para realizar otras actividades en este destino o en aquellos que conforman la Canal de Navarrés					

Datos demográficos

D1 Género:

D2 Edad: _____

1= 18 y 24

2 25 y 34

3, 35 y 44

4 45 y 54

5 55 y 65

6 65 o más

1. Femenino		2. Masculino	
-------------	--	--------------	--

Su nacionalidad es...

1. Española		Otra, especifique:	
-------------	--	--------------------	--

Su lugar de residencia es...

3 Valencia		2 Castellón	
1 Alicante		4 Andalucía	
5 Aragon		6 Castilla La Mancha	
7 Murcia		8 Otro	

Nivel educativo alcanzado: Nivel mensual de ingresos/hogar:

		Menos de 1000 euros	
1.Educación primaria		Entre 1001 1499 euros	
2.Educación secundaria		Entre 1500 y 3000 euros	
3.Estudios universitarios		Entre 3001 y 4000 euros	
4.Máster/Doctorado		Más de 4001 euros	

Ocupación:

Empleado/a	
Estudiante	
Autónomo/a	
Sin trabajo	
Jubilado/a	

Gracias!

