

# Guía de recursos para gestores locales:

## Apuntes metodológicos para la elaboración de documentos de planificación turística de los espacios turísticos de la Comunitat Valenciana

### CONTENIDOS:

1. Objetivos
2. Documentos para la planificación estratégica del desarrollo turístico
3. Diseño de la estrategia.
  - Anexo 1: Ficha de recurso
  - Anexo 2: Ficha de actuación
  - Anexo 3: Fuentes de información para identificar recursos

Documento elaborado en septiembre 2016 por el Servicio de Planificación y Estrategia Turística de la Agència Valenciana del Turisme. Generalitat Valenciana. [www.turisme.gva.es](http://www.turisme.gva.es)



# 1. Objetivos.

El presente documento pretende ser una guía con apuntes metodológicos dirigidos a dinamizar la actividad económica de las entidades locales de la Comunitat Valenciana utilizando como motor el desarrollo turístico y bajo parámetros de sostenibilidad y responsabilidad social, permitiendo un crecimiento durable, continuado en el tiempo y respetuoso con los recursos existentes.

Se recomienda que la planificación del desarrollo turístico del territorio se realice siempre desde una **escala supramunicipal**, dado que la demanda turística no conoce de fronteras locales y durante su estancia visita recursos ubicados en diferentes localidades de su entorno.

Los municipios de la Comunitat Valenciana forman parte de espacios turísticos más amplios con características paisajísticas y culturales semejantes. Para identificar el espacio turístico en el que está ubicada cada localidad se recomienda consultar el **Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana**.



La herramienta principal para poder realizar una planificación estratégica de desarrollo turístico es contar con un **documento guía que recopile aquellas actuaciones a desarrollar en medio-largo plazo con potencial para generar beneficio durable para la sociedad local, favorecer el cuidado de su patrimonio natural y cultural y mejorar su calidad de vida.**

Un documento de planificación estratégica **sirve como orientación pero requiere un importante esfuerzo posterior** para ejecutar todas aquellas actuaciones recomendadas en el plazo indicado y de forma coordinada entre todos los agentes del espacio turístico. **Sin la voluntad de realizar este esfuerzo, un documento de planificación estratégica no tiene sentido.**

La planificación estratégica podrá tener además alguno de los siguientes **objetivos específicos** en función de las particularidades de cada espacio turístico con respecto a sus recursos naturales y culturales (estado de conservación, fragilidad de su biodiversidad y adecuación a su uso turístico), grado de desarrollo de la actividad turística (volumen de visitantes, existencia de empresas turísticas y orientación comercial de las no turísticas), y la problemática particular de cada territorio (despoblación, saturación, descoordinación, accesibilidad, etc.):

- ☐ Identificar los atractivos turísticos con los que cuenta el espacio turístico.
- ☐ Favorecer la creación de empresas turísticas con base en el espacio turístico.
- ☐ Dinamizar la cooperación empresarial entre sectores vinculados con el turismo.
- ☐ Transformar los recursos existentes en nuevos elementos de atracción turística (mejora de accesibilidad, señalización e interpretación, reordenación de usos).

- ☐ Mejorar los servicios municipales dirigidos al turista (información turística en el destino y en Internet, limpieza, seguridad).
- ☐ Mejorar la imagen turística del espacio turístico (creación de una marca, reposicionamiento de marca ya existente).
- ☐ Captar nuevos flujos de visitantes (incrementar el volumen, captar a nuevos segmentos de demanda, redistribuir la afluencia turística durante todo el año).
- ☐ Dinamizar la participación de la población.
- ☐ Reforzar la cooperación y coordinación interdepartamental dentro cada uno de los Ayuntamientos conformantes del espacio turístico para respaldar iniciativas de contenido turístico.

## 2. Documentos para la planificación estratégica del desarrollo turístico.

Existen diferentes tipologías de documentos de planificación estratégica atendiendo a su contenido y alcance. Mientras que un Análisis de recursos puede considerarse el documento inicial, del que parte cualquier planificación estratégica, el plan estratégico para el desarrollo turístico constituye el documento más completo y de mayor alcance.

Antes de elegir el documento de planificación más adecuado para un municipio es importante reflexionar sobre el grado de desarrollo de su actividad turística, si el territorio cuenta con unas directrices claras de desarrollo turístico o si por el contrario carece de ellas. Los objetivos específicos que requiere cada destino son los que determinarán el contenido del documento de planificación.

Conviene recordar que es fundamental, previo a realizar cualquier documento de planificación, conocer el contenido de otros documentos de estrategia existentes para el territorio en el que se ubica el municipio. En este sentido, recordamos lo dicho anteriormente: es fundamental tener en cuenta que los municipios no deben planificar su desarrollo turístico de manera aislada o individual, sino **compatible con la del espacio en el que están ubicados**, ya sea este un ámbito geográfico, cultural, una comarca, mancomunidad o espacio turístico.



**El Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana**, publicada por la Agència Valenciana del Turisme, identifica 21 espacios con un modelo turístico diferenciado y recomienda para cada uno de ellos directrices particulares que recomienda ejecutar para favorecer su desarrollo turístico. Todos los documentos pueden descargarse a través del siguiente enlace: [www.turisme.gva.es](http://www.turisme.gva.es) Sección Turisme / Marco Estratégico.

Por otra parte, la **Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana**, publicada por la Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio, incluye diferentes libros monográficos sobre las temáticas de Turismo (Libro 10), Sistema Rural (Libro 5), Litoral (Libro 9), así como 19 ámbitos geográficos que denomina Áreas Funcionales. [www.habitatge.gva.es/estatico/areas/estrategia\\_territorial/index.htm](http://www.habitatge.gva.es/estatico/areas/estrategia_territorial/index.htm)

A continuación se mencionan las principales tipologías de documentos de planificación estratégica utilizadas para guiar el desarrollo turístico de un territorio. Aparecen ordenadas de menor a mayor alcance e incluyen una breve descripción de su contenido y principales características:

☐ **Análisis de recursos/oferta turística:** Identifica y describe los recursos con potencial turístico e incluye orientaciones para mejorar su atractivo turístico.

Implica una exhaustiva descripción de cada uno de los recursos de diferentes tipologías (naturales, paisajísticos, históricos, culturales, monumentales y artísticos, etnológicos, fiestas, folclore, acontecimientos programados y eventos, gastronomía, etc.).

También incluye una enumeración y descripción de la oferta turística existente así como de la oferta complementaria que puede ser utilizada por el turista (comercio, transportes, etc.).

Es importante tener en cuenta la opinión de la población local para identificar los recursos así como para proponer sugerencias que mejoren el atractivo de los mismos.

Su redacción requiere de un profundo conocimiento del municipio, realizar visitas a cada uno de los recursos identificados y tener acceso a fuentes de información para completar la información recavada con las visitas de campo. Toda la información obtenida en cada uno de los recursos suele plasmarse en una Ficha de Recurso (ver Anexo 1).

☐ **Análisis de demanda turística:** Analiza el tipo de turista que visita el territorio, pautas de consumo, preferencias, estacionalidad, satisfacción, actividades realizadas.

Su realización requiere de un sistema de encuestación para el turista o recopilación de información procedente de encuestas realizadas por otros organismos.

☐ **Diagnóstico de situación y estudio de potencialidad turística:** identifica el modelo turístico del territorio y sus ventajas competitivas, así como las dificultades para crecer.

Partiendo del análisis de los recursos/oferta y de su demanda turística, el Diagnóstico de situación requiere ampliar el análisis al resto de elementos que componen el espacio turístico cuyo desarrollo se desea planificar: análisis geográfico, demográfico, socioeconómico, urbanístico, conectividad por carretera, etc.

Asimismo, es necesario analizar (con un menor detalle) los espacios turísticos de alrededor para identificar las ventajas competitivas con respecto al entorno y estudiar cuáles son las tendencias del mercado turístico global.

Toda esta información ayudará a determinar cuál es el modelo turístico más recomendable, cuales son sus productos turísticos principales y complementarios y los segmentos de demanda a los que debe dirigirse. Asimismo es recomendable diagnosticar las posibilidades de crecimiento turístico, determinando cuáles son sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Para este tipo de estudio es importante recavar la opinión de los empresarios turísticos locales así como la población sobre las problemáticas específicas que frenan el crecimiento del municipio, así como el modelo turístico que desean.

☐ **Plan estratégico para el desarrollo turístico:** Incluye el contenido de los documentos de análisis, y diagnóstico y los completa con una estrategia turística a medio o largo plazo que incluye pautas detalladas para ejecutar actuaciones.

Una parte fundamental del Plan es la identificación de estrategias, líneas de trabajo y la descripción de actuaciones que se recomienda ejecutar para alcanzar los objetivos deseados. Para ello se debe describir el contenido de cada actuación, identificar el agente encargado de la misma, los recursos necesarios y momento de su ejecución (ver Capítulo 3).

La redacción de este documento requiere de numerosas actividades de participación en las que la población local (empresariado, asociaciones y colectivos sociales, vecinos, corporación local) pueda participar y expresar su opinión sobre las actuaciones que consideran prioritarias y para recavar su participación en la ejecución de las mismas.

□ **Plan operativos anuales:** Una vez el destino dispone de una estrategia de desarrollo turístico, se recomienda que este revise anualmente las actuaciones que va a ejecutar en los siguientes 12 meses, con detalle del presupuesto disponible, agentes involucrados y un mayor grado de descripción de cómo y cuándo se va a ejecutar cada actividad.

Este documento es especialmente recomendable para aquellos destinos turísticos de elevada actividad turística o que requieren de una estrecha coordinación entre los agentes que ejecutan actividades para el fomento del turismo.

## 3. Diseño de la estrategia.

Un plan estratégico para el desarrollo turístico de un territorio con constituye el final de un proceso de planificación, sino que marca su inicio. Un plan estratégico es una **herramienta que guía la ejecución de las actuaciones** mencionadas en el Plan durante un plazo temporal que suele ser de 5 años. Se recomienda que las actuaciones identificadas durante la redacción del Plan se organicen en Programas (en función de su contenido) y seguidamente en Fases (en función del momento en el que se recomienda su ejecución).

### 3.2 Organización de las actuaciones en programas y líneas de actuación.

En función del objetivo de cada actuación, estas se podrán estructurar en Programas (más generales), y a su vez en Líneas de actuación (objetivos específicos):

1. Se recomienda que **las actuaciones que tienen como objetivo mejorar la oferta turística** se engloben bajo un mismo programa, con un nombre genérico como por ejemplo “Configuración del producto turístico”. Este programa puede tener tantas Líneas como tipos de oferta turística se desean mejorar, por ejemplo:

1	FASES			PROGRAMA1 : CONFIGURACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO
	1	2	3	
1.1	LÍNEA 1.1: Estructuración de la oferta turística actual			
1.1.1	<u>Actuación 1.1.1:</u> Adecuación de oferta alojativa			
.....				
1.2	LÍNEA 1.2: Creación de nueva oferta turística			
1.2.1	<u>Actuación 1.2.1:</u> Creación de oferta de alojamiento			
.....				
1.3	LÍNEA 1.3: Calidad de la oferta turística			
1.3.1	<u>Actuación 1.3.1:</u> Mejora de la calidad en Playas: aplicación de programas de calidad			
.....				
1.4	LÍNEA 1.4: Puesta en valor de recursos turísticos			
1.4.1	<u>Actuación 1.4.1:</u> Plan de interpretación turística			
.....				

2. **Acciones orientadas a la demanda.** El epígrafe “Promoción y comercialización del destino turístico” reúne a todas aquellas medidas propuestas para mejorar los sistemas de información, comunicación, comercialización y proyección de la marca turística del municipio.

2	FASES			PROGRAMA 2: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL MUNICIPIO COMO DESTINO TURÍSTICO
	1	2	3	
2.1	LÍNEA 2.1: Plan para la imagen y comunicación del producto turístico			
2.1.1	Actuación 2.1.1: Redefinición de la marca turística del municipio			
...				
2.2	LÍNEA 2.2: Folletería, publicaciones y merchandising			
2.2.1	Actuación 2.2.1 Dossier promocional del municipio para temporada baja.			
.....				
2.3	LÍNEA 2.3: Acciones promocionales en destino			
2.3.1	Actuación 2.3.1 Potenciación de la gastronomía local en establecimientos de restauración			
.....				
2.4	LÍNEA 2.4: Promoción en origen			
2.4.1	Actuación 2.4.1 Optimización de asistencia a ferias			
.....				
2.5	LÍNEA 2.5: Utilización nuevas herramientas promocionales			
2.5.1	Actuación 2.5.1. Optimización de web institucional del municipio como herramienta promocional			
.....				

3. **Acciones orientadas a la gestión de la actividad turística.** Las medidas que conforman los “Sistemas de organización y gestión turística” serán aquellas que establezcan cómo debe desarrollarse la actividad turística, así como la supervisión de la puesta en marcha de los proyectos propuestos.

3	FASES	PROGRAMA.3. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO
	1 2 3	
3.1		LÍNEA 3.1. Oficina Gestora del Plan Estratégico
3.1.1		<u>Actuación 3.1.1.</u> Creación de una plaza de técnico en turismo y dotación de medios
.....		
3.2		LÍNEA 3.2 Concienciación social y coordinación público-privada
3.2.1		<u>Actuación 3.2.1.</u> Mantenimiento de una sección en la web del ayuntamiento destinada al Plan Estratégico de Turismo como herramienta vínculo de coordinación y cooperación público-privada
.....		
3.3		LÍNEA 3.3 Fuentes de financiación
3.3.1		<u>Actuación 3.3.1.</u> Base de datos para financiación de proyectos turísticos y su difusión
.....		

4. **Acciones orientadas a la mejora de la calidad de vida del municipio.** Las actuaciones contempladas bajo el epígrafe “Calidad de Vida” estarán destinadas a dinamizar y mejorar el aspecto físico del territorio turístico.

4	FASES	PROGRAMA 4. MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MUNICIPIO
	1 2 3	
4.1		LÍNEA 4.1 Medio Ambiente
4.1.1		<u>Actuación 4.1.1.</u> Fomento del transporte alternativo
.....		
4.2		LÍNEA 4.2 Adecuación urbanística
4.2.1		<u>Actuación 4.2.1.</u> Dotación de elementos de referencia en el paisaje urbano
.....		
4.3		LÍNEA 4.3 Adecuación de servicios públicos
4.3.1		<u>Actuación 4.3.1.</u> Limpieza y seguridad en playas
.....		
4.4		LÍNEA 4.4 Infraestructuras y comunicaciones
4.4.1		Actuación 4.4.1. Mejora de tráfico interno
.....		

## 3.2 Organización de las actuaciones en fases

Una vez identificados los Programas y Líneas se debe atribuir una fase temporal en la que se recomienda la ejecución de cada una de las actuaciones:

- **Fase 1. Preparación:** comprende los 12 primeros meses tras la presentación oficial del Plan.  
Se identificarán los agentes encargados de la coordinación de la ejecución del Plan así como los que liderarán la ejecución de cada una de las actuaciones mencionadas en el Plan.  
Las actuaciones de esta fase se les suele denominar **actuaciones “motor”**, por ser aquellas con reducido coste, que requieran de menos recursos para su puesta en marcha pero que tengan un mayor impacto entre la población e ilusionen a los agentes turísticos que intervienen en ellas.  
Es especialmente recomendable que las actuaciones motor hayan sido seleccionadas de manera consensuada por los agentes turísticos del territorio (a través de dinámicas de participación).  
Asimismo, también se recomienda que cada una de las Líneas identificadas cuente con una actividad motor como mínimo para asegurar el arranque del conjunto de Estrategias contenidas en el Plan.  
Ejemplos de actuaciones que pueden incluirse en esta fase son: redefinición de la imagen de marca turística del territorio, mejora y optimización de la información contenida en los canales de comunicación turística (web turística, oficina de información, etc), mejora de la señalización de los accesos, del estado de alguno de los recursos turísticos principales, coordinación de la agenda de eventos, fomento de la colaboración entre las empresas que prestan servicios turísticos, y búsqueda de financiación para las actuaciones de la fase 2.  
Es importante en esta fase que la ejecución de las actuaciones se complemente con acciones de comunicación sobre la existencia y los avances del Plan.
- **Fase 2: Creación de destino:** años 2 y 3  
Esta fase incluirá aquellas actividades que requieren más recursos para su ejecución o son más complejas de llevar a cabo. Ejemplos de actuaciones que puede incluir esta fase son: captación de nuevos segmentos turísticos, actuaciones para incentivar la repetición de visita, mejora de la puesta en valor turístico del resto de recursos, mejora de la calidad de servicios e instalaciones turísticas, creación de nuevos productos turísticos experienciales, mejora del equipamiento del municipio para uso turístico, creación de nuevas empresas turísticas, etc.  
Se deberá mantener el interés de la población local sobre el Plan mediante actuaciones de comunicación.
- **Fase 3: Consolidación:** años 4 y 5  
Esta fase centrará sus esfuerzos en la sofisticación de la oferta y en la comercialización de todos los productos turísticos creados. Se finalizarán todas las actuaciones propuestas en el Plan y se revisarán y comunicarán, tanto a la población local como a los visitantes, los resultados obtenidos desde su inicio. Finalmente, se deberá realizar una revisión del Plan, redefiniendo objetivos y nuevos retos para asegurar un continuo y óptimo desarrollo turístico del destino.



### 3.3 Descripción de las actuaciones: Fichas.

Los cuatro Programas estratégicos (Desarrollo de Producto Turístico; Promoción y Comercialización, Gestión Turística y Mejora de la Calidad de Vida) se subdividen en Líneas de Actuación y Acciones previstas. Estas últimas se detallan mediante fichas donde se ofrece una breve descripción de las mismas, se citan los organismos implicados en su ejecución, se indica una orientación al presupuesto requerido para su financiación, así como el calendario de ejecución y, finalmente, se estructuran según el grado de prioridad de la medida y la envergadura de la misma (ver Anexo 2).

En algunos casos el desarrollo de las actuaciones requiere un elevado grado de cooperación o dependencia con respecto a otras administraciones, por lo que la responsabilidad del Ayuntamiento o de la concejalía correspondiente, en determinados casos no será tanto la ejecución de las medidas propuestas como la mediación para que puedan realizarse.

Con objeto de obtener una **aproximación a las necesidades presupuestarias** para ejecutar cada una de las actuaciones es recomendable establecer una escala de niveles de inversión:

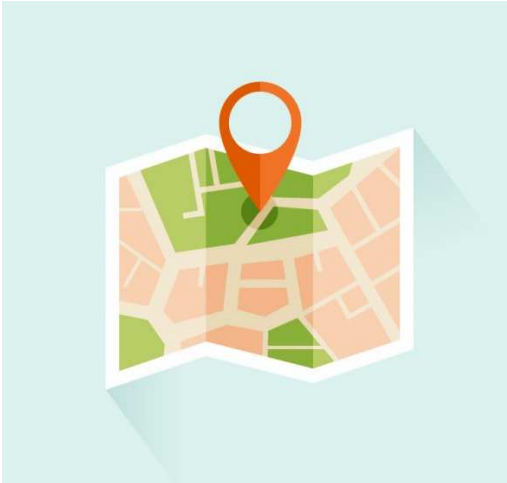
1. Sin contenido económico o contenido económico muy bajo. Menos de 600 €
2. Exigencias presupuestarias bajas. Entre 600 y 6.000 €
3. Exigencias presupuestarias medias. Entre 6.000 y 60.000 €
4. Exigencias presupuestarias medio-altas. Entre 60.000 € y 300.000 €
5. Exigencias presupuestarias altas. Más de 300.000 €

En lo que respecta a la **priorización y plazo de ejecución**, se debe establecer en las fichas la fase a la que corresponde (Fase 1, 2 o 3 conforme al apartado relativo a las Fases del Plan). De esta forma se diferencia entre aquellas medidas que deben tener una ejecución inmediata –las correspondientes a Actuaciones Motor incluidas en la Fase 1, de aquellas que pueden aplicarse a corto-medio plazo, correspondientes a la Fase 2, y de las aplicables a medio-largo plazo referidas a la Fase 3.

A continuación se presenta un cuadro resumen que refleja los diferentes componentes de que consta una ficha de planificación.

1	PROGRAMA				
1.1	LÍNEA DE ACTUACIÓN				
1.1.1	Actuación				
A	Descripción				
B	Identificación de los agentes implicados				
C	Aproximación presupuestaria				
D.	Calendario previsto de ejecución				
FASE 1 (MOTOR)		FASE 2	FASE 2	FASE 3	FASE 3

# Anexo 1: Ficha de recurso (ejemplo)

I. IDENTIFICACIÓN DEL RECURSO: NOMBRE		
	NOMBRE	<input type="text"/>
	Código	<input type="text"/>
	LOCALIZACIÓN	
	Calle	<input type="text"/>
	Municipio	<input type="text"/>
	Comarca	<input type="text"/>
	Provincia	<input type="text"/>
	Zona turística	<input type="text"/>
Circuito	<input type="text"/>	
II. CATEGORÍA		
Categoría	<input type="text"/>	Tipo <input type="text"/>
Subtipo	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>		
III. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO		
Protección	<input type="text"/>	Epoca <input type="text"/>
Estad Conserv.	<input type="text"/>	Estilo <input type="text"/>
		Rehabilitado <input type="checkbox"/>
<input type="text"/>		
IV. CONFIGURACIÓN DEL PRODUCTO		
Existencia de recursos similares en el término	<input type="checkbox"/>	Producto turístico asociado:
Concentración espacial de recursos del mismo subtipo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Educativo-escolar
		<input type="checkbox"/> Cultural
		<input type="checkbox"/> Deportivo
		<input type="checkbox"/> Cercanía
<input type="text"/>		

## VI. ACCESIBILIDAD: ALJIBES

Accesible ☐

☐ Permiso sin petición previa  
☐ Permiso con petición previa

☐ Gratuita  
☐ Pago de entrada  
☐ Otros

Estacionalidad  ☐

☐ Verano  
☐ Semana Santa  
☐ Puentes

☐ Fines de semana  
☐ Todo el año  
☐ Otros

## VII. INTERPRETACIÓN

Interpretación  ☐

☐ Guía turístico  
☐ Paneles interpretativos  
☐ Folletos  
☐ Folletos

☐ Pantallas táctiles  
☐ Auriculares  
☐ Animación  
☐ Otros

## VIII. INFRAESTRUCTURAS ASOCIADAS

Infraestructuras asociadas ☐

☐ Alojamiento  
☐ Restaurante  
☐ Cafetería

☐ Quiosco  
☐ Souvenirs  
☐ Otros

## IX. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Comunicación  ☐

☐ Folletos  
☐ Guías turísticas

☐ Página web  
☐ Otros

Comercialización  ☐

☐ Agencias de viajes  
☐ Ag. Receptivo  
☐ Empresas de servicios

☐ Central reservas  
☐ Asoc./ Entidades públ.  
☐ Otros

## X. EXPLOTACIÓN TURÍSTICA

Grado de explotación actual

Grado de explotación potencial

Actuaciones necesarias para la puesta en valor turístico (Corresponden a fichas de actuación)

## XI. AUTOR Y MODIFICACIONES

Fecha análisis

Modificaciones

Observaciones

Bibliografía

Otras fuentes

## Anexo 2: Ficha de actuación (ejemplo)

1	PROGRAMA: CONFIGURACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO
1.4	LÍNEA: PUESTA EN VALOR DE RECURSOS TURÍSTICOS
1.4.3	ACTUACIÓN: Adecuación de recursos urbanos
A	Descripción
<p>En ocasiones, la proximidad y la observación cotidiana de nuestro entorno genera desinterés y resta importancia al patrimonio que nos rodea. Este patrimonio no ha de necesariamente monumental o artísticamente relevante para ser considerado recurso turístico. Pequeñas singularidades, construcciones populares, calles con historia, zonas verdes... son recursos que conforman la personalidad del destino y complementan el producto turístico final.</p> <p><b>Acciones directas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Adecuación de luminarias y adaptación de intensidad y colores de la iluminación pública, además de un Plan de iluminación de recursos urbanos singulares</li><li>• Apoyo de la escuela taller en la recuperación estética de zonas de referencia</li><li>• Adecuación de parcelas urbanas no utilizadas actualmente</li><li>• Concurso de embellecimiento de calles y fachadas y Adecuación de laterales vistos de edificaciones con alturas diferentes (Murales, pintura)</li><li>• Eliminación de elementos que provoquen contaminación estética (Carteles publicitarios no adaptados, cajas de registro, antenas, aire acondicionado, cableado aéreo ...).</li></ul> <p><b>Acciones promocionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Campaña de sensibilización social sobre señas de identidad locales y recursos urbanos</li><li>• Campaña de promoción de acciones de paisajismo (públicas y privadas)</li></ul> <p><b>Acciones de futuro</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recuperación, conservación y puesta en valor de los recursos urbanos</li><li>• Promoción económica de núcleos de construcción tradicional (Hostelería, comercio, instalaciones municipales...)</li></ul> <p><b>Acciones de control, normalización y tematización</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Localización de hechos históricos, tradicionales y curiosos en diferentes puntos de la población, para la posterior adecuación de imagen, promoción y tematización.</li><li>• Adecuación de normativa estética municipal (colores, materiales, vanos, cubiertas...) y normalización de los estándares de limpiezas en calles y fachadas</li><li>• Tipificación según zonas del mobiliario urbano, adecuándolo a la imagen final a desarrollar</li><li>• Normalización de rutas turísticas (Cartelería, señalética, colores, temática).</li></ul>	
B	Identificación de los agentes implicados
<p>Ayuntamiento (Urbanismo, Cultura, Escuela Taller). Generalitat (Turismo, Patrimonio...) asociaciones culturales y de vecinos. Propietarios de construcciones singulares</p>	
C	Aproximación presupuestaria
<p>€ € € La mayor parte del gasto público irá encaminada a la campaña de sensibilización, que tendrá como objetivo esencial promover las acciones de conservación y embellecimiento</p>	
D.	Calendario previsto de ejecución

## Anexo 3: Fuentes de información para identificar recursos

### RECURSOS DE PATRIMONIO CULTURAL

**RECURSOS DE PATRIMONIO CULTURAL VALENCIANO:** Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano y otros inventarios sectoriales. Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. Generalitat Valenciana. [www.cult.gva.es/dgpa/inventario\\_c.html](http://www.cult.gva.es/dgpa/inventario_c.html)

- Bic, Conjuntos históricos, Bienes de relevancia local, Arqueología, Etnología, Inmaterial, Muebles, Arquitectura, Campanas

**BIBLIOTECA Y FOTOTECA DEL PATRIMONIO CULTURAL VALENCIANO:** SPAI Catàleg Bibliogràfic d'Accés Públic. Dirección General de Patrimonio Cultural Valenciano. Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. Generalitat Valenciana. [www.ceice.gva.es/web/patrimonio-cultural-y-museos/biblioteca-y-fototeca-de-patrimonio-cultural](http://www.ceice.gva.es/web/patrimonio-cultural-y-museos/biblioteca-y-fototeca-de-patrimonio-cultural)

#### BIENES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD UNESCO:

- Patrimonio Cultural Material: UNESCO. <http://whc.unesco.org/en/list/>
- Patrimonio Cultural Inmaterial: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte [www.mecd.gob.es/patrimoniolnmaterial/presentacion.html](http://www.mecd.gob.es/patrimoniolnmaterial/presentacion.html)

**ITINERARIO CULTURAL EUROPEO:** Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

[www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/patrimoniour/itinerarios-culturales-europeos/itinerarios.html](http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/patrimoniour/itinerarios-culturales-europeos/itinerarios.html)

**MUSEOS:** Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. Generalitat Valenciana. [www.ceice.gva.es/web/patrimonio-cultural-y-museos/museos-y-colecciones-reconocidas](http://www.ceice.gva.es/web/patrimonio-cultural-y-museos/museos-y-colecciones-reconocidas)

**EVENTOS CELEBRADOS EN 2015:** WINSITUR: Sistema de Información Turística de la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme. Generalitat Valenciana [www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/touristinfo.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/touristinfo.html)

**FIESTAS Y PUBLICACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA:** Listado de fiestas de interés turístico de la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme. Generalitat Valenciana. [www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/declaracion\\_interes\\_tur/declaracion\\_interes.html?tam=](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/declaracion_interes_tur/declaracion_interes.html?tam=)

#### EJES Y RUTAS CULTURALES:

- Informe de Turismo Cultural. Agència Valenciana del Turisme: [www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio\\_mercado/informes\\_producto/estudios\\_productos.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio_mercado/informes_producto/estudios_productos.html)
- Ruta de la Seda: Agència Valenciana del Turisme <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia>

- Arte Rupestre del Arco Mediterráneo: <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/arte-rupestre-levantino>
- Consorcio Camino del Cid: [www.caminodelcid.org](http://www.caminodelcid.org)
- Asociación Via Vicentius Valentiae: <http://viavicentius.blogspot.com.es>
- Rutas Jaume I: [www.rutasjaumei.com](http://www.rutasjaumei.com)
- Camino de Santiago de Levante: [www.vieiragrino.com/camino/camino.asp](http://www.vieiragrino.com/camino/camino.asp)
- Ruta Histórica Vía Augusta: [www.habitatge.gva.es/web/carreteras/via-augusta](http://www.habitatge.gva.es/web/carreteras/via-augusta)
- Ruta Europea del Modernismo: [www.coupdefouet.eu/en/index.php](http://www.coupdefouet.eu/en/index.php)
- Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana. Objetivo 05 Sistema Rural, Objetivo 10 Turismo y Objetivo 13 Patrimonio Cultural. Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio. Generalitat Valenciana.  
[www.habitatge.gva.es/estatico/areas/estrategia\\_territorial/index.htm](http://www.habitatge.gva.es/estatico/areas/estrategia_territorial/index.htm)

## RECURSOS DE PATRIMONIO NATURAL

### PLAYAS:

- Playas y calas de la Comunitat Valenciana, Red Webcam, Naturistas, Accesibles, Certificación de Calidad. <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/playas>
- Bandera Azul: ADEAC [www.adeac.es/bandera\\_azul](http://www.adeac.es/bandera_azul)

**ESPACIOS DE INTERÉS NATURAL.** Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural. Generalitat Valenciana. [www.agroambient.gva.es/web/medio-natural](http://www.agroambient.gva.es/web/medio-natural)

- Parques Naturales, Red Natura 2000: LIC, ZEPA, Microrreservas, Paisajes protegidos, Parajes naturales municipales, Monumentos naturales, Montes
- Vida Silvestre: Banco de datos de biodiversidad y Buscador y Visor cartográfico  
<http://bdb.cma.gva.es/web/acciones.aspx?url=http://bdb.cma.gva.es/arborm.htm&logo=http://bdb.cma.gva.es/bdb.jpg&an=http://bdb.cma.gva.es/bdb2.jpg&gana=UA-16710898-11/>
- Reservas de fauna: Listado y Cartografía [www.agroambient.gva.es/web/biodiversidad/reservas-de-fauna](http://www.agroambient.gva.es/web/biodiversidad/reservas-de-fauna)

**RUTAS DE PARCS NATURALS DE LA GENERALITAT:** Parcs Naturals. Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural. Generalitat Valenciana.  
[www.parquesnaturales.gva.es](http://www.parquesnaturales.gva.es)

**SENDEROS, ÁREAS DE ESCALADA Y REFUGIOS:** Federació d'Esports de Muntanya i Escalada de la Comunitat Valenciana. [www.femecv.com](http://www.femecv.com)

**RUTAS ECUESTRES:** Real Federación Hípica Española. Turismo ecuestre España [www.turismo-ecuestre.es/html/index.html](http://www.turismo-ecuestre.es/html/index.html)

**RUTAS DE BICICLETA DE MONTAÑA:** Agència Valenciana del Turisme. Generalitat Valenciana)  
[www.turismo-ecuestre.es/html/index.html](http://www.turismo-ecuestre.es/html/index.html)

**RED DE VÍAS CICLOPEATONALES DE LA GENERALITAT VALENCIANA:** Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio. [www.habitatge.gva.es/web/vias-ciclopeatonales](http://www.habitatge.gva.es/web/vias-ciclopeatonales)

**INSTALACIONES RECREATIVAS FORESTALES:** Conselleria de Infraestructuras, Territori i Medi Ambient  
[www.habitatge.gva.es/web/sistema-de-informacion-territorial/senderos-e-instalaciones-recreativas](http://www.habitatge.gva.es/web/sistema-de-informacion-territorial/senderos-e-instalaciones-recreativas)

- Áreas recreativas, Cabaña, Campamento, Cobijo, Zona de acampada

## EMPRESAS Y MUNICIPIOS TURÍSTICOS

**LISTADO DE EMPRESAS TURÍSTICAS:** Agència Valenciana del Turisme.

- Agencias de viaje, Establecimientos hoteleros, Oficinas turísticas, Alojamiento rural, Campings, Empresas de alquiler de apartamentos, Empresas de turismo activo  
[www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/listado\\_empresas/listado\\_empresa.html?tam=](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/listado_empresas/listado_empresa.html?tam=)
- Estadísticas de empresas turísticas: <http://estadistiquesdeturisme.gva.es>

**LISTADO DE EMPRESAS Y RECURSOS VINCULADOS CON EL SECTOR TURÍSTICO.** Sistema de Información Turística de la Comunitat Valenciana. Winsitur. Agència Valenciana del Turisme.  
[www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/winsitur.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/winsitur.html)

**LISTADO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA.** Agència Valenciana del Turisme.  
[www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/municipio/municipio\\_turistico.html?tam=](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/municipio/municipio_turistico.html?tam=)

## INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTO

**EVENTOS DEPORTIVOS:**

- Informe de Turismo Deportivo en la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme.  
[www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio\\_mercado/informes\\_producto/estudios\\_productos.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio_mercado/informes_producto/estudios_productos.html)

**BALNEARIOS:**

- Informe de Turismo de Salud y Bienestar en la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme.  
[www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio\\_mercado/informes\\_producto/estudios\\_productos.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio_mercado/informes_producto/estudios_productos.html)

- Asociación Nacional de Balnearios. [www.balnearios.org/balnearios/por-comunidad/Comunidad%20Valenciana](http://www.balnearios.org/balnearios/por-comunidad/Comunidad%20Valenciana)

#### **GOLF:**

- Informe de Turismo de Golf en la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme. [www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio\\_mercado/informes\\_producto/estudios\\_productos.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio_mercado/informes_producto/estudios_productos.html)
- Federación de Golf de la Comunitat Valenciana. <http://golfcv.com/la-federacion/>

#### **NÁUTICA:**

- Informe de Turismo de Náutico en la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme. [www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio\\_mercado/informes\\_producto/estudios\\_productos.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio_mercado/informes_producto/estudios_productos.html)
- Puertos de la Comunitat Valenciana: Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio [www.habitatge.gva.es/web/puertos](http://www.habitatge.gva.es/web/puertos)
- Escuelas náuticas y centros de buceo Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio [www.habitatge.gva.es/web/actividades-nauticas](http://www.habitatge.gva.es/web/actividades-nauticas)

#### **CRUCEROS:**

- Informe de Turismo de Cruceros en la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana del Turisme. [www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio\\_mercado/informes\\_producto/estudios\\_productos.html](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/estudio_mercado/informes_producto/estudios_productos.html)