

# *Turismo en espacios de interior*

**Planificación y desarrollo del Turismo  
en la Ribera Alta**



*Rafael Murillo Carnicer*

Tutor: Juan Bautista Ferreres Bonfill

**Grado en Turismo**

**2017-2018**

**UJI** UNIVERSITAT  
JAUME I

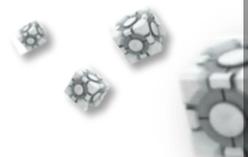
Facultat de Ciències Jurídiques  
i Econòmiques · FCJE



## Contenido

---

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1.  | Introducción, Objetivo y metodología.....        | 3  |
| 2.  | Aspectos básicos.....                            | 6  |
| 2.1 | Territorio objeto de análisis. Delimitación..... | 6  |
| 2.2 | Historia.....                                    | 9  |
| 2.3 | Demografía.....                                  | 10 |
| 2.4 | Socio Economía.....                              | 13 |
| 3.  | El Sistema turístico del área de estudio.....    | 18 |
| 3.1 | Recursos turísticos.....                         | 19 |
| 3.2 | Oferta turística.....                            | 25 |
| 3.3 | Demanda.....                                     | 28 |
| 3.4 | Infraestructuras.....                            | 29 |
| 3.5 | Servicios.....                                   | 31 |
| 3.6 | Entrevista.....                                  | 32 |
| 3.7 | D.A.F.O.....                                     | 34 |
| 4.  | Conclusiones.....                                | 36 |
| 5.  | Plan de Acción.....                              | 38 |
| 6.  | Bibliografía.....                                | 42 |
| 6.1 | Anexo I.....                                     | 44 |
| 6.2 | Anexo II.....                                    | 62 |
| 6.3 | Anexo III.....                                   | 63 |



## 1. Introducción, Objetivo y metodología

---

Bien es sabido que el Turismo se produce siempre por un motivo o debido a un recurso, atractivo que mueva a visitantes seduciéndoles a disfrutar del placer de pasar una noche en un lugar en el que ni reside ni trabaja. La Organización Mundial del Turismo (**OMT**), define el concepto como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocio entre otros motivos.

El espacio de destino dispone de recursos, atractivos y actividades complementarias para atraer visitantes, y además integrado todo ello con la variedad en las posibilidades del alojamiento pudiendo consolidarlo debido a unos niveles de calidad y eficacia de los servicios públicos, en los ámbitos de limpieza de las calles, circulación adaptada y fluida, cuidado de las diferentes zonas verdes de los municipios, entre otras materias, en las que posteriormente profundizaremos. Ello justifica la necesaria elaboración y desarrollo de una propuesta de planificación hacia al Turismo que se quiere conseguir (*López, 2014*).

El visitante suele buscar y consumir un Producto Turístico, es decir, una oferta estructurada que le llene el tiempo con actividades para que le satisfagan durante toda su estancia en el destino, siendo este fruto del trabajo colaborativo entre los sectores privados y públicos del área delimitada para el siguiente estudio. Paralelamente la necesidad del producto turístico emerge de **la calidad** como elemento diferenciador entre las múltiples ofertas de las que dispone el visitante cuando elige un destino, (*La Calidad será una de nuestras misiones*).

Así, la dinámica expansiva del Turismo en España, y en la Comunitat Valenciana, dibuja un contexto para poder estudiar un territorio y valorar la posibilidad de ofrecer su oferta de calidad al mercado turístico fundamentalmente nacional, empezando por la planificación del mismo para garantizar su profesionalización desde el inicio del proyecto, permitiendo abordar las directrices y sus posibles problemas previamente a su ejecución. Lo que se define como **regulado**, segundo elemento clave del estudio (*Siendo parte de la visión del proyecto*).

Ofrecer un servicio de calidad gracias a la regulación del desarrollo turístico basado en directrices “*Win to Win*”, que piensen en el bien de ambos integrantes, el visitante, que disfruta y utiliza el destino durante toda su estancia, en convivencia con el residente.

Y la sociedad civil, que gracias a la economía generada mejora sistemáticamente sus prestaciones, por lo que los residentes acaban disfrutando dichos avances, siempre que la actividad turística se desarrolle de acuerdo a capacidad de acogida del territorio de destino.

De la unión de una actividad turística estructurada, una oferta de calidad y unas estrategias “*Win to Win*”, se puede hallar que **el objetivo** no es simplemente la atracción de visitantes al territorio, sino generar un turismo sostenible y de un valor más allá de lo que los recursos muestran a simple vista. Se quiere formar una experiencia casi sensorial en el turista que elija el espacio de destino objeto de estudio para que recuerde los eventos, cada lugar y momento del viaje. Además recomiende a su entorno que debe realizar una visita ,que no dejará indiferente a nuevos turistas.

Para este fin se ha valorado, desde un criterio territorial, las diferentes comarcas que existen en la Provincia de Valencia, escogiéndose un área supramunicipal que pertenece a la comarca de la *Ribera Alta*. Este espacio ha ido incrementando sus niveles turísticos en los últimos años gracias en gran parte a los municipios de Alcira y Algemesí, que han planificado su oferta y promocionado sus recursos territoriales para generar dinámica turística. No obstante, existen otros municipios con recursos potenciales para su explotación, pero que el contexto de los años de crisis ha bloqueado su puesta en valor, como es el caso de *l’Alcúdia, Benimodo, Tous, Guadassuar, Carlet y Massalavés*. Municipios cercanos a la ciudad de Valencia, con buenas conexiones con las diferentes redes de transporte y que ofrecen en su conjunto un área por explotar a nivel turístico en un medio rural.

Por lo tanto, la delimitación territorial es primordial para un desarrollo turístico coherente y homogéneo que permita una dinamización del espacio debido a su cohesión interna. Sin embargo, no debemos olvidar las múltiples debilidades que emergen del turismo en los espacios rurales, y que atienden a la falta de empresas de turismo activo, la escasa o inexistente señalización y de forma más genérica la relacionada con la política y su modo restrictivo para la contratación de técnicos públicos que ayuden a la ansiada profesionalidad que requiere el sector. (Solsona y López, 2012; López, 2014)

Aunque es cierto que el área de estudio no es puramente rural ya que alberga espacios urbanos, caso de la localidad de L’Alcúdia o Carlet, aunque dispone de un mayor espacio rural. Contrastando ambas con la extensión del espacio rural de la localidad de Tous, se conforma una singular área de estudio que combina perfectamente dos ámbitos funcionales, el urbano y el rural. Ello representa un factor diferenciador ya que ayuda a subsanar algunos de los problemas del turismo rural, como es la estacionalidad, o el poco aprovechamiento de nuevas tecnologías, debido a sus características principales como las visitas culturales o de ámbito profesional y recreativo, ligado a la constante adecuación con los nuevos sistemas de producción turística. De ahí, se procede a la delimitación del

territorio para su planificación, enfocándolo como espacio rural y urbano, que dispone de recursos potenciales para generar en su conjunto productos turísticos de calidad y no intrusivo. Ello permitirá su desarrollo turístico gracias a la red supramunicipal que se implica en este proyecto de forma homogénea y coherente con las necesidades e intereses de los municipios que la conforman. Se apuesta por un planteamiento de turismo integrado al fomentar los valores endógenos del territorio con apoyo en la trilogía del desarrollo comunitario, es decir, en las organizaciones y empresas, en las tecnologías e innovaciones, y en el territorio, contemplado este último como potenciador de las relaciones socio-económicas (Storper, 1998).

Con lo que antecede, **el objetivo principal del estudio** es la propuesta de un Plan de Desarrollo Turístico de carácter supramunicipal, que dinamice el espacio delimitado. Además, se justifica dada la necesidad del sector público en disponer de un instrumento de planificación que oriente el desarrollo turístico integrado en el territorio.

**El método de trabajo** para alcanzar el objetivo fijado, se desarrollará a través de la aplicación de técnicas de análisis sobre los aspectos del medio físico-natural, demografía, economía; y sobre los elementos que conforman el sistema turístico (López, 2014). Previo al DAFO, se realizarán unas entrevistas al sector público y al privado para conocer la situación de las partes implicadas. A esta fase de análisis le seguirá el diagnóstico, plasmado en una matriz DAFO, que esclarezca la realidad territorial. Seguidamente podremos precisar unas estrategias que incurran en el desarrollo propuesto como actividad turística integrada, compuestas por los objetivos que se buscan, los programas que las articulan y las acciones que se prevén para llevarse a cabo en cada programa, ordenadas prioritariamente y en orden de Corto (1-2 años), Medio (3-4 años) y Largo plazo (5-6 años).



## 2. Aspectos básicos

---

En primer lugar, se lleva a cabo la delimitación del área de estudio. Una vez delimitada se busca analizar una zona muy concreta y valorar el potencial que reside en los recursos y su correcta puesta en valor como consecuencia del creciente interés del mercado en el valor de la cultura y del medio ambiente (López y Ferreres, 2017).

*“en los últimos lustros se ha extendido entre la sociedad la acepción de que cultura y medio ambiente se encuentran íntimamente ligados en términos integrales a la oferta del destino turístico, constituyéndose los aspectos ambientales y culturales como una de las principales claves para la puesta en valor de los recursos turísticos.”* (López y Ferreres, 2017).

A continuación, se realizará el estudio demográfico y socio-económico a través del análisis de la historia del territorio, aspectos relacionados con el número de residentes y la segmentación por grupos de edad, que permitan conocer la estructura de la población, y aspectos económicos como el paro registrado, del sector al que pertenece su actividad; todo ello para conocer en detalle el área de estudio.

### 2.1 Territorio objeto de análisis. Delimitación

Como se ha indicado en el apartado anterior, el objetivo del estudio es realizar una propuesta de planificación del turismo en un área o espacio determinado, es decir, sentar las bases para articular un espacio turístico a escala supramunicipal. Entendemos como **espacio turístico**, el territorio donde se localizan e interactúan de forma directa o indirecta los factores con la actividad turística (Vera, 2011). Por ello, la delimitación es fundamental para evitar las carencias que emergen del modelo espontáneo, como los desequilibrios de intereses territoriales o la falta de criterios de conservación natural, entre otras.

De lo relacionado con la escala geográfica de trabajo, que adquiere un componente supramunicipal, hay que mantener firmemente la atención sobre los posibles desequilibrios o conflictos derivados del uso del territorio, la explotación, ya que pueden generarse conflictos de interés y además ser conscientes que en un mismo territorio pueden hallarse diversos tipos de turismo.

## Turismo en espacios de interior

El proceso de delimitación del área de estudio responde a un territorio con homogeneidad geográfica, que pueda ofrecer una oferta de productos turísticos con entidad propia y atractivos a los visitantes, sin tensionar el espacio sobre el que se desarrollarán. Es por ello que, dentro de *la Ribera Alta*, se delimita en estos seis municipios (*Figura 1*), que, si bien se pueden parecer plenamente de interior, estarían a caballo entre el litoral y la zona más puramente de interior de la Provincia de Valencia.

Figura 1: Delimitación del área de estudio



Fuente: Elaboración propia

El área de estudio (*Figura 1*) precisa de la generación de un espacio turístico planificado, que ponga en valor los recursos endógenos, a través de una inversión en equipamientos y servicios. Por lo tanto, centra su objetivo en el desarrollo de recursos endógenos, caso por ejemplo de espacios naturales que necesitan de la unión de varias localidades para garantizar la viabilidad como espacio de destino turístico (Vera et al, 2011), por lo que es vital que exista un control en el proceso de desarrollo turístico. En este sentido, la escala supramunicipal interrelaciona muchos elementos y a través de la planificación emerge la comprensión hacia el medio natural y el interés por su preservación.

Cuadro 1: Municipios que integran el área de estudio. Superficie y densidad de población (2017)

| MUNICIPIO  | SUPERFICIE (km <sup>2</sup> ) | Nº HABITANTES | DENSIDAD (h/ km <sup>2</sup> ) |
|------------|-------------------------------|---------------|--------------------------------|
| TOUS       | <b>127'52</b>                 | 1.270         | 9'96                           |
| MASSALAVES | 07'48                         | 1.571         | 209'93                         |
| GUADASUAR  | 35'29                         | 5.898         | 167'13                         |
| ALCÚDIA    | 23'67                         | 11.820        | <b>499'42</b>                  |
| BENIMODO   | 12'52                         | 2.237         | 178'65                         |
| CARLET     | 45'62                         | <b>15.384</b> | 337'21                         |
|            |                               |               |                                |
| ALZIRA     | 110'42                        | 44.488        | 402.91                         |
| ALGEMESÍ   | 41'48                         | 27.607        | 665'56                         |

Fuente: INE y Elaboración propia

Sin embargo, el área delimitada no cuenta con una gran superficie protegida, debido en gran medida a su uso agrícola, por lo que el desarrollo y la planificación deben velar por fomentar la creación de más superficie de espacios protegidos, atendiendo a sus valores intrínsecos, y gestionarlos de forma sostenible, consiguiendo no solo rentabilidad económica, sino una repercusión favorable en la sociedad civil a la que pertenecen. Ejemplos claros de estos parajes son *la Garrofera* y el pantano de Tous, además del ya incluido en estos espacios protegidos, el perteneciente al término municipal de Benimodo, *Els Ullals del Riu Verd*.

Por último, en lo que respecta a la gestión, destacar que en los municipios del área de estudio que pertenecen a la *Mancomunitat de la Ribera Alta*. En este ente se integran: Turís, Montroí, Montserrat, Real, Llombai, Alfarp, Benifaió, Alginet, Carlet, Catadau, Tous, Benimodo, L'Alcúdia, Guadassuar, Algemesí, Massalavés, Alzira, Benimuslem, Alberic, Gavarda, Antella, Sumacàrcer, Cotes, Càrcer, Sellent, Alcàntera del Xúquer, Beneixida, Villanueva de Castellón, Senyera, Manuel, Sant Joanet, l'Enova, Rafelguaraf, la Pobla Llarga, Carcaixent, y que también pertenecen al *Consorti de la*

*Ribera*, entidad que promueve, entre otras, la gestión turística comarcal y las localidades de la comarca vecina, la Ribera Baixa.

Por su parte, en la *Ribera del Xúquer*, los destinos de Alzira y Algemés, por su turismo ya instaurado en el mercado, debido al número de visitantes que reciben anualmente, y en su medida, por la focalización de las políticas de estas organizaciones previamente nombradas, pueden obtener un mayor rendimiento, o aprovechamiento actual del turismo. No obstante, el área de estudio alberga municipios con potencialidad turística en base a sus recursos, con capacidad para generar una nueva oferta en el mercado turístico valenciano.

### 2.2 Historia

El territorio pertenece a la Ribera Alta, comarca que el escritor Emili Beüt incluyó en el libro *Comarques naturals del Regne de València*, y ligada a la historia directa de la reconquista. Aquí se localiza la localidad que daba paso por el río Júcar convirtiéndose en la capital comarcal, Alzira. Ciudad que mantendría esta denominación durante los años hasta el día de hoy que sigue siéndolo.

El espacio que integra el área de estudio ha tenido su historia ligada a Pere de Montagut, quien recibía estas tierras por parte de Jaume I El conqueridor, y que fue gran maestro de la orden del Temple, poco a poco atesoraba el dominio de los pueblos cercanos a la capital comarcal, el Rey lo nombraría señor de la ciudad de Carlet.

Exceptuando el municipio de Tous cuyo origen es anterior a la conquista musulmana, no su ubicación actual puesto que en el siglo XIX un desbordamiento del río Júcar lo inundaría, el antiguo emplazamiento tiene restos de la edad de bronce. Los municipios restantes son de origen árabe, como explica Anna Kawalec en su publicación para la revista de estudios internacionales *Mediterráneos*, los prefijos, Al, y Wa (Gua) pertenecen a las lenguas árabes que darían nombre a los municipios. Por su parte, la localidad de Massalavés debe su nombre a la composición de dos palabras, Manzal y al-Abbas, como Benimodo que se divide en Beni y Mawdüd, y que designa hijos de Maudüd.

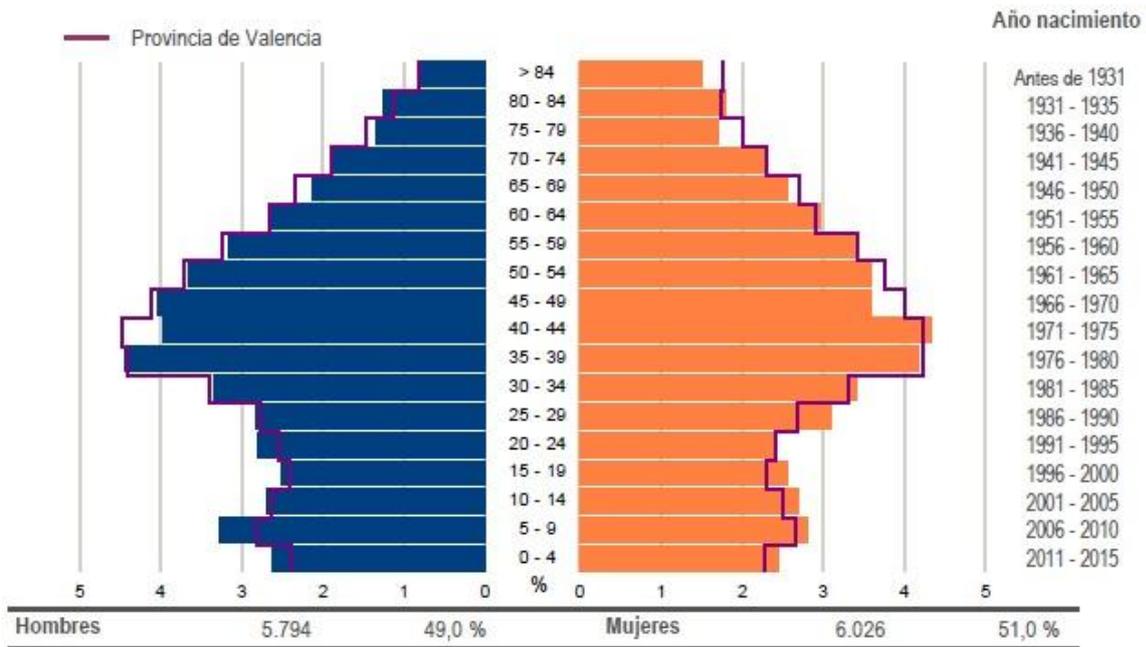
Su desarrollo económico ha sido principalmente gracias a la agricultura, el paso de los moriscos por las tierras valencianas instauró novedosas técnicas para el cultivo que favoreció las buenas tierras para generar así una economía que se basaba en los cultivos de regadío. Actualmente, las dos localidades de mayor peso son Carlet y l'Alcúdia, que se han industrializado con los años y en la actualidad es el sector servicios el dominante en los sectores de actividad, representando alrededor del 60%, como muestran las fichas técnicas de los municipios (Anexo1).

### 2.3 Demografía

El estudio demográfico de un territorio está constituido por una serie de indicadores que se utilizan para poder medir y/o cuantificar los cambios que se producen en la sociedad que lo habita. Así, los datos estadísticos recientes nos muestran la situación actual de la población y los diferentes procesos de cambio que ha sufrido en los años, así como de acontecimientos que ocurrieron en el pasado y que repercuten en la demografía social. Estudiamos el territorio objeto de estudio en su conjunto a partir de la comparación entre municipios y estos en relación a la provincia de Valencia, contemplando los siguientes indicadores: Estructura de la población, maternidad, inmigración, dependencia y envejecimiento.

En relación al primer indicador, en el Anexo I se hallan las pirámides de población de los municipios. No obstante, se incluye la pirámide del municipio de l'Alcúdia (Gráfico 1) ya que es la más representativa del área de estudio y es semejante a los demás, y así refleja la estructura demográfica.

Gráfico 1: Pirámide de población de l'Alcúdia 2017



Fuente: INE y Elaboración propia

Vemos claramente que se tratará de una estructura regresiva, comunes en una sociedad desarrollada, la cual acoge una población envejecida y su crecimiento es prácticamente nulo o incluso negativo en algunos casos. Esto es debido en mayor medida por los avances sanitarios que favorecen a las personas vivir durante más años, aumentando la proporción de población superior 65 años. Esta dinámica repercute en la tasa de maternidad, donde podemos hablar de fecundidad sostenida, a pesar

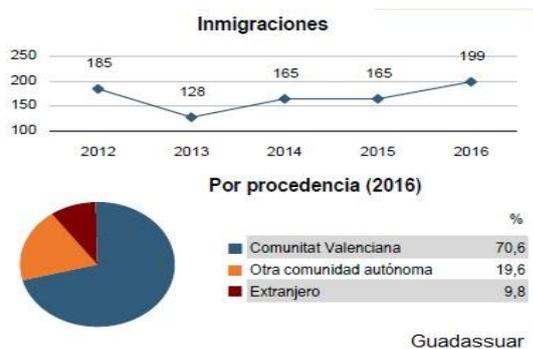
del repunte que hubo entre 2006-2012, donde ciertos acontecimientos la favorecieron, siendo uno deportivo el más significativo, en el año 2010.

En esta relación los municipios mantienen una tasa de maternidad alrededor del 20%, como muestran los resultados en las fichas técnicas de cada municipio, siendo Tous el único que está por debajo. En ello incide el hecho que sea el municipio más rural de todos los elegidos en el proyecto y sus habitantes tienden a salir hacia municipios cercanos mejor dotados de servicios o bien hacia ciudades, hecho que también demuestra las hendiduras en la pirámide de la población nacida entre 1965-1976.

Observando el perfil de la pirámide, encontramos que no existen grandes desajustes que demuestren algún suceso natural o antrópico, entre otros factores, a excepción de la población mayor que sufrió las repercusiones de una guerra civil, y por otra parte los relacionados con emigraciones hacia municipios más dinámicos, debido al éxodo rural existente, pero que se ha revertido, potenciando el regreso hacia estos municipios.

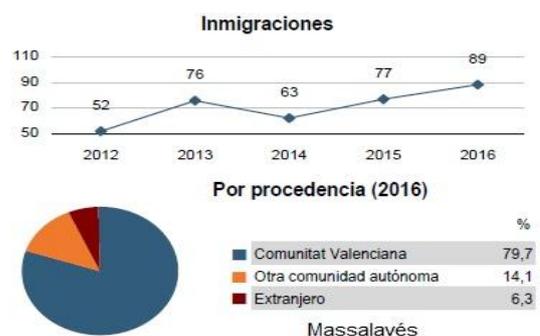
A su vez, existe una población extranjera que ha inmigrado hasta los municipios, y a pesar de no superar el 10% de la población total, si suponen un aumento por rangos de edad, que se refleja en las pirámides. Destacan Guadassuar y Massalavés que tienen una tendencia creciente en la recepción de inmigrantes. El Carlet ha disminuido la población que emigra, pero es la que mayor porcentaje tiene respecto a las anteriores, fijándose en un 20%.

Gráfico 2: Inmigraciones en Guadassuar 2012-2016



Fuente: INE y Elaboración propia

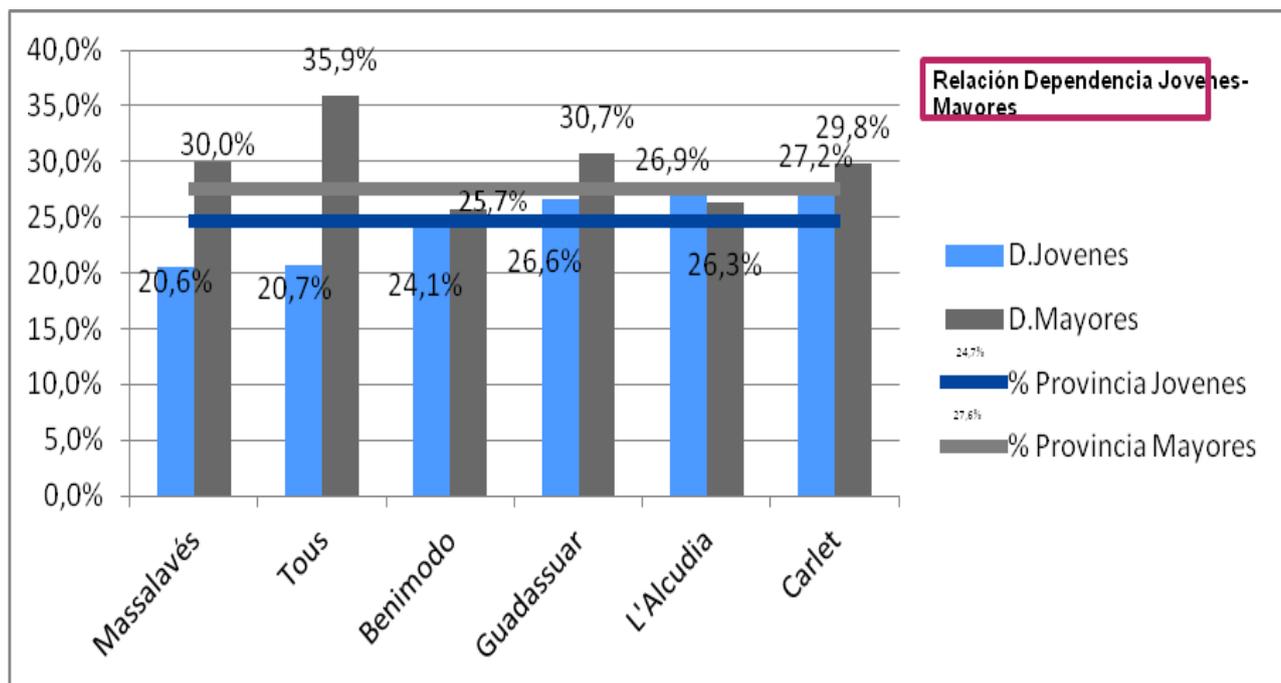
Gráfica 3: Inmigraciones en Massalavés 2012-2016



Fuente: INE y Elaboración propia

El siguiente factor de estudio es el grado de dependencia, en el cual podemos afirmar que a excepción de l'Alcúdia, su crecimiento vegetativo es positivo en los últimos 5 años de estudio, el resto, es superior la dependencia en mayores que en jóvenes, y que en general superan la media provincial como nos muestra el Gráfico nº 4.

Gráfico 4: Comparativa de Relación de dependencia 2017



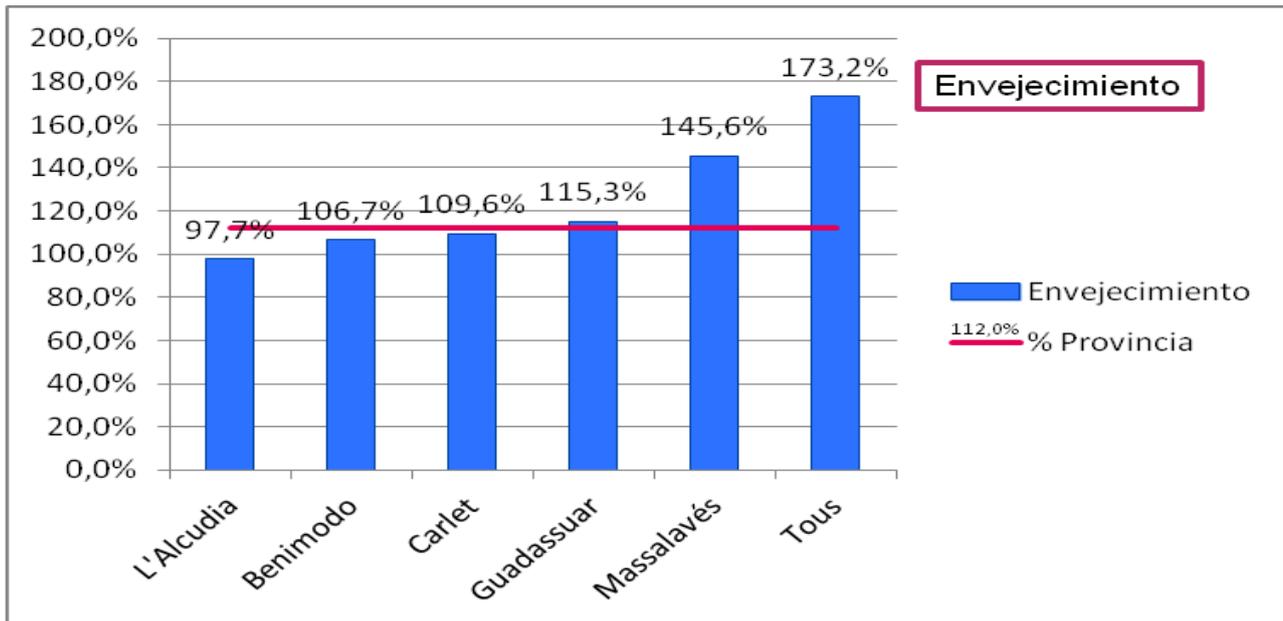
Fuente: INE y Elaboración propia

La población con mayor dependencia es Tous, ya que su población activa es reducida y este municipio tiende a ser residencia una vez finaliza la vida laboral, siendo un lugar idóneo para el descanso, por lo que la participación de la población mayor es muy superior a la media provincial (Gráfico 4).

Existe una preocupación social basada en previsiones demográficas que rara vez se han cumplido acerca de este envejecimiento, y como explica el artículo de investigación “El envejecimiento de la población española” de Julio Pérez Díaz, esta evolución ha propiciado una mejor inversión social y familiar aumentando el capital humano, mejorando la productividad y la mano de obra.

Por tanto, podemos hablar que el envejecimiento es más bien favorable para la sociedad debido al alargamiento de la juventud permitiendo que su preparación sea superior a la de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, casi hasta el nuevo milenio. Ello acaba repercutiendo en la no deslocalización en las zonas rurales que ven regresar parte de su población y que las mantienen, dándoles la posibilidad de resurgir como municipios poblados y que se desarrollen generando mejores equipamientos y dándoles un nuevo valor social.

Gráfico 5: Comparativa índice Envejecimiento 2017



Fuente: INE y Elaboración propia

Vemos lo comentado anteriormente con el índice de envejecimiento, gráfica que muestra los datos mas ordenados y resalta lo comentado con respecto al municipio de Tous. Municipios que actualmente tienen una población envejecida y que además no aumenta, debido a la emigración de jóvenes hacia municipios con mayor dinamismo en este caso municipios cercanos como las localidades de Carlet y l'Alcúdia.

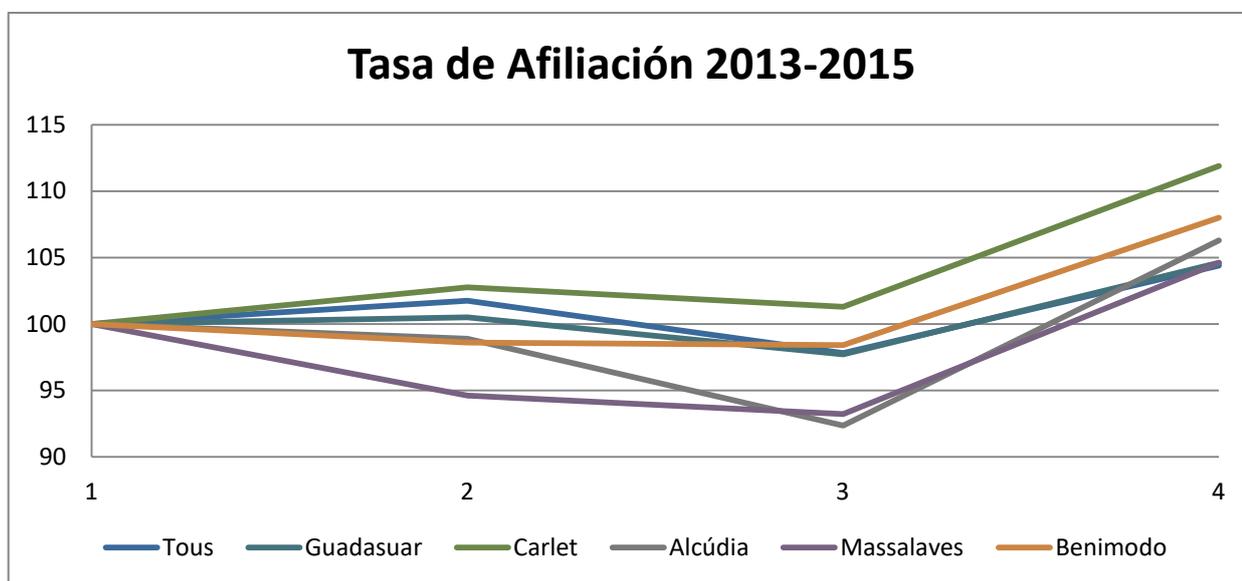
### 2.4 Socio Economía

Para analizar la socio-economía debemos conocer el origen del concepto, que es a su vez la mejor introducción para entender cómo influye este punto, en el análisis del presente proyecto. La socio-economía estudia las leyes del desarrollo social, siempre desde el punto de vista de un cambio constante, ya que la sociedad está en constante evolución, movido por la economía. En la filosofía surgen dos corrientes, materia y consciencia. Los idealistas asumen que la consciencia determina que es la materia, y a su vez los materialistas entendían lo contrario.

Por tanto, entendemos que la socio-economía va a estudiar los cambios que surgen entre la sociedad (parte idealista) y la parte materialista, el concepto económico. Los fenómenos sociales están en constante cambio por lo que dificulta su generalización, desde la perspectiva neokantiana. Aunque la filosofía también tiene filósofos que apuntan lo contrario como Marx, que, si son capaces de demostrar una generalización de singularidades, unas leyes generales para estudiar la ciencia social.

Esto se traduce en este análisis a un repaso por cual es la ocupación de la población, estudiando los datos del paro, la afiliación o los sectores de actividad. Mostraremos a continuación una serie de gráficos representativos que muestran la economía que mueve la sociedad presente en el territorio, ya que es como hemos comentado anteriormente el punto clave junto al territorio en sí mismo.

Gráfico 6: Tasa de Afiliación a la Seguridad Social



Fuente: INE y Elaboración propia

El gráfico 6 muestra el progreso que ha sufrido en los últimos años, el número de afiliados a la Seguridad Social, vemos claramente como se ha dejado atrás el conocido derrumbe que sufrió la economía hace escasos ocho años, y como crece de forma sistemática cada año, aunque bien es cierto que se debe valorar también las condiciones de dicha afiliación ya que son numerosos los casos en que el tipo de contratación es precaria o poco gratificante para los asalariados.

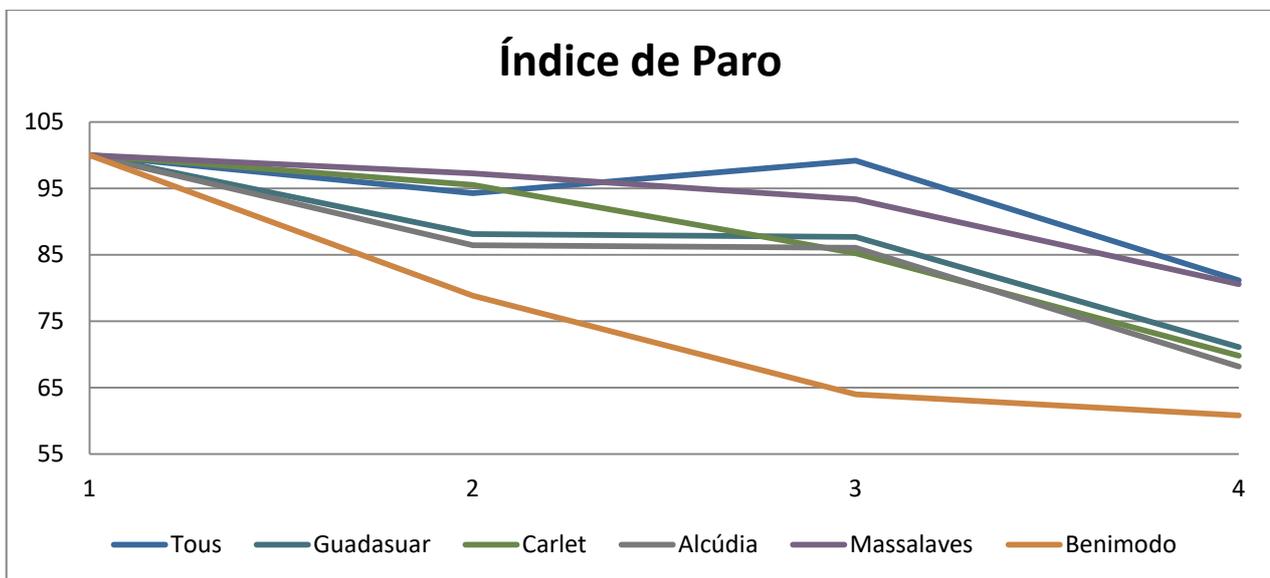
Debido a que cada municipio tiene un nivel de población, los gráficos clave han sido tratados con índices 100 para ver de forma clara cuál es la evolución si partimos del mismo punto, dando el valor 100 al primer dato, podemos estipular cual es el crecimiento o disminución real que sufren los municipios durante los años 2013 a 2015 utilizando los datos del 2012 como valor 100 para el

estudio. Vemos pues como los municipios de Carlet, Benimodo y l'Alcúdia, son los que más han aumentado en estos últimos tres años.

Llegando hasta las cifras de un 15% más afiliados que en el año anterior, esto está completamente ligado a la disminución en la tasa de paro, donde las mismas localidades destacan por dicha reducción en los mismos años, venimos de unos años duros donde la economía sufrió un importante receso y poco a poco gracias a los nuevos sectores, se diversifica un motor que en España era demasiado común como era la construcción, permitiendo al sector servicios ser el actual motor económico del país, hecho que contrasta con una precariedad contractual que se sigue intentando suavizar para que estos datos favorables sean mejores o más reales sobre la sociedad.

Como veremos a continuación los municipios que conforman este territorio tienen una renta disponible muy similar, de lo que entendemos una homogeneidad general, siempre desde la visión económica, vemos como el IRPF, es superior en los municipios más habitados, como son Carlet y l'Alcúdia, y disminuye en acorde a este dato, así las localidades de Massalavés o Tous son las que tienen un IRPF inferior al resto de los municipios, vemos también esta tendencia positiva que se reflejaba en los dos gráficos previos, como el aumento en la renta disponible va ligada a un gravamen superior, al de los años previos.

Gráfico 7: Tasa de paro

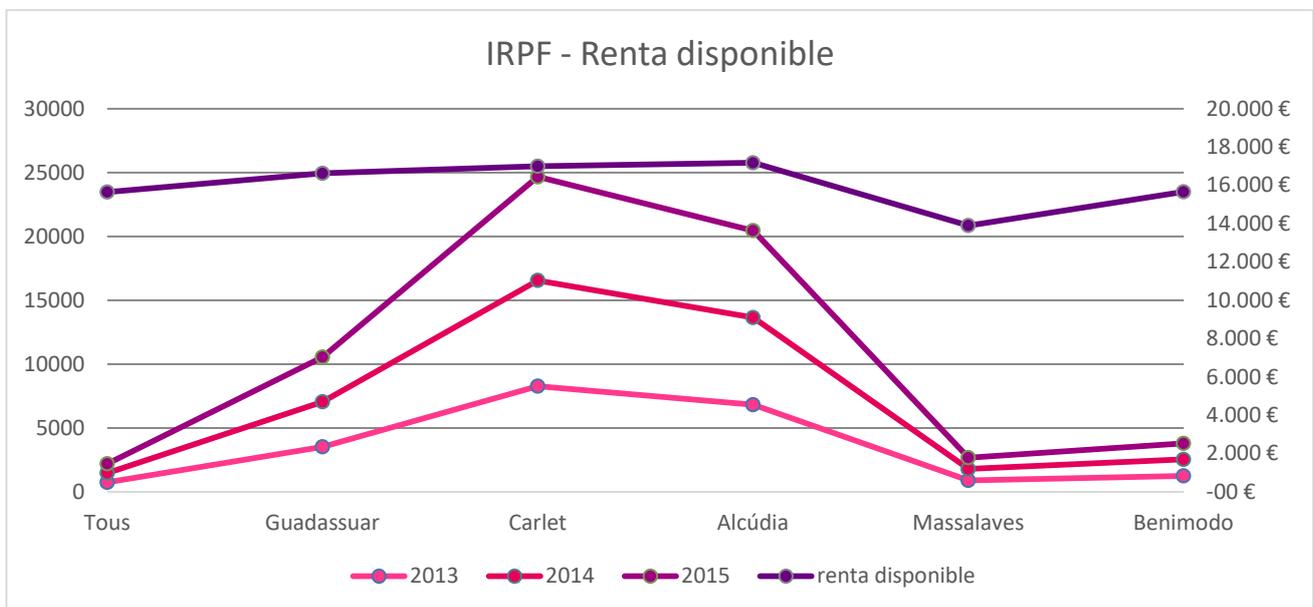


Fuente: INE y Elaboración propia

## Turismo en espacios de interior

Como veremos a continuación los municipios que conforman este territorio tienen una renta disponible muy similar, de lo que entendemos una homogeneidad general, siempre desde la visión económica, vemos como el IRPF, es superior en los municipios más habitados, como son Carlet y l'Alcúdia, y disminuye en acorde a este dato, así las localidades de Massalavés o Tous son las que tienen un IRPF inferior al resto de los municipios, vemos también esta tendencia positiva que se reflejaba en los dos gráficos previos, como el aumento en la renta disponible va ligada a un gravamen superior, al de los años previos.

Gráfico 8: IRPF – Renta disponible 2015



Fuente: INE y Elaboración propia

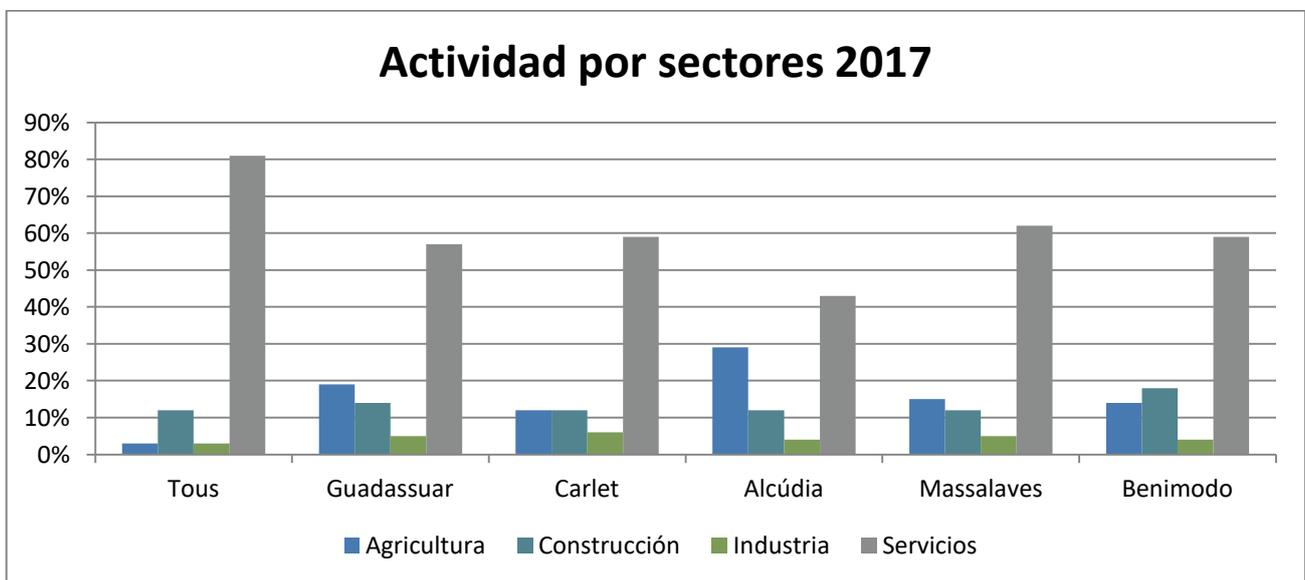
Una vez valorado cual es el estado de la economía del territorio, podemos ya centrarnos en cuál es su ocupación, a que actividad sectorial pertenece, y es aquí donde el territorio corrobora su vertiente más urbanita, dejando de lado aquellas características más rurales, y es que todos los municipios destacan por su alta ocupación en las actividades del sector de los servicios, dato que contrasta la baja ocupación del sector de la industria, más destacado en el municipio con menor número de habitantes, el pueblo de Tous.

No es ninguna casualidad el porcentaje casi del 30% que existe en la actividad agraria en un municipio como l'Alcúdia, ya que aquí podemos encontrar una de las cooperativas agrícolas de mayor dinamismo, como la C.A.N.S.O (Cooperativa agrícola nostra senyora de Oreto). Ello es debido al gran número de residentes que disponen de un cultivo que es trabajado por la cooperativa,

mientras dedican su actividad laboral a otro sector, permitiendo la obtención corriente de un ingreso, incrementado cuando este otro sector, el agrario da sus frutos, repartiendo a los socios los beneficios de los productos obtenidos de los cultivos, no se refiere a que todos lo hacen como complemento, también hay personas dedicadas a la actividad primaria en su totalidad, aunque es más común el primer caso.

Vemos además la recesión que ha sufrido el que fue en su día considerado el motor de la economía española, la denominada construcción, que en ninguno de los municipios supera el 20%, y aun así supera la ocupación en el sector industrial del territorio.

Gráfico 9: Actividad por sectores



Fuente: INE y Elaboración propia

En conclusión, podemos esclarecer que el territorio tiene su ocupación dedicada al sector de los servicios mientras que se nutre de otra actividad principal en este caso como complementaria y que permite tener un mayor nivel de renta, y por ello una mejor capacidad adquisitiva. Vemos, sin lugar a la duda, como la actividad ha sufrido un proceso de cambio desde aquellos años en que la construcción liderada la ocupación hacía una dedicación al sector de los servicios, por lo que está altamente preparada para explotar su potencial turístico, que necesita el respaldo socio-económico para poder desarrollarse en cualquier territorio.



### 3. El Sistema turístico del área de estudio

---

Para la correcta elaboración de un instrumento de planificación turística de un territorio emerge la necesidad de estudiar los componentes que intervienen en el desarrollo turístico. Las investigaciones determinan que el sistema turístico es el resultado de la aplicación de los planteamientos de la Teoría de sistemas, pero es aquí donde la teoría se fracciona dando paso a múltiples interpretaciones y elaborándose nuevas teorías sobre qué es el sistema turístico.

Así lo atestigua el hecho que autores como Bertalanffy se oponen a la corriente que cree que el sistema en su conjunto es equivalente a la suma de sus partes. Donde cada parte genera un enlace único y distinto con otra parte, generando así el sistema en su conjunto con las sinergias que se producen influenciadas por su entorno ya que se considera el turismo como sistema abierto y a su vez compuesto según la clasificación empleada en los estudios sociológicos y psicológicos relacionados con la Teoría de Sistemas.

Con sus pertinentes teorías sobre como la conducta individual repercute en un conjunto y como los sistemas más dispares pueden tener un fin semejante y viceversa, creando todos ellos un sistema de respuesta propio, en términos psicológicos una secuencia de funcionamiento con una disminución en la variedad de respuesta

Bien es cierto que todas tienen en común que se trata de una cuestión de desarrollo, es decir, el sistema turístico se entiende desde la perspectiva de un modelo que genere una dinámica de incremento global, los diferentes agentes que coexisten se complementan para poder subsistir en equilibrio imperecedero, (López, 1998; Valls, 2004; o Milly y Morrison, 1992). En este sentido, el Sistema Turístico se conforma en dos planos relacionados entre sí para realizar un desarrollo de la forma más sostenible posible, garantizando una correcta implantación turística en un territorio determinado (López, 1998 y 2014).

Dichos planos contienen unos rasgos diferenciadores, distinguiéndose así los aspectos primordiales o básicos, que ya se han analizado en los apartados anteriores, y los elementos propios del sistema turístico objeto de análisis en el presente apartado (Figura 2), hablándose así del concepto de **Sistema turístico integrado**.

## Turismo en espacios de interior

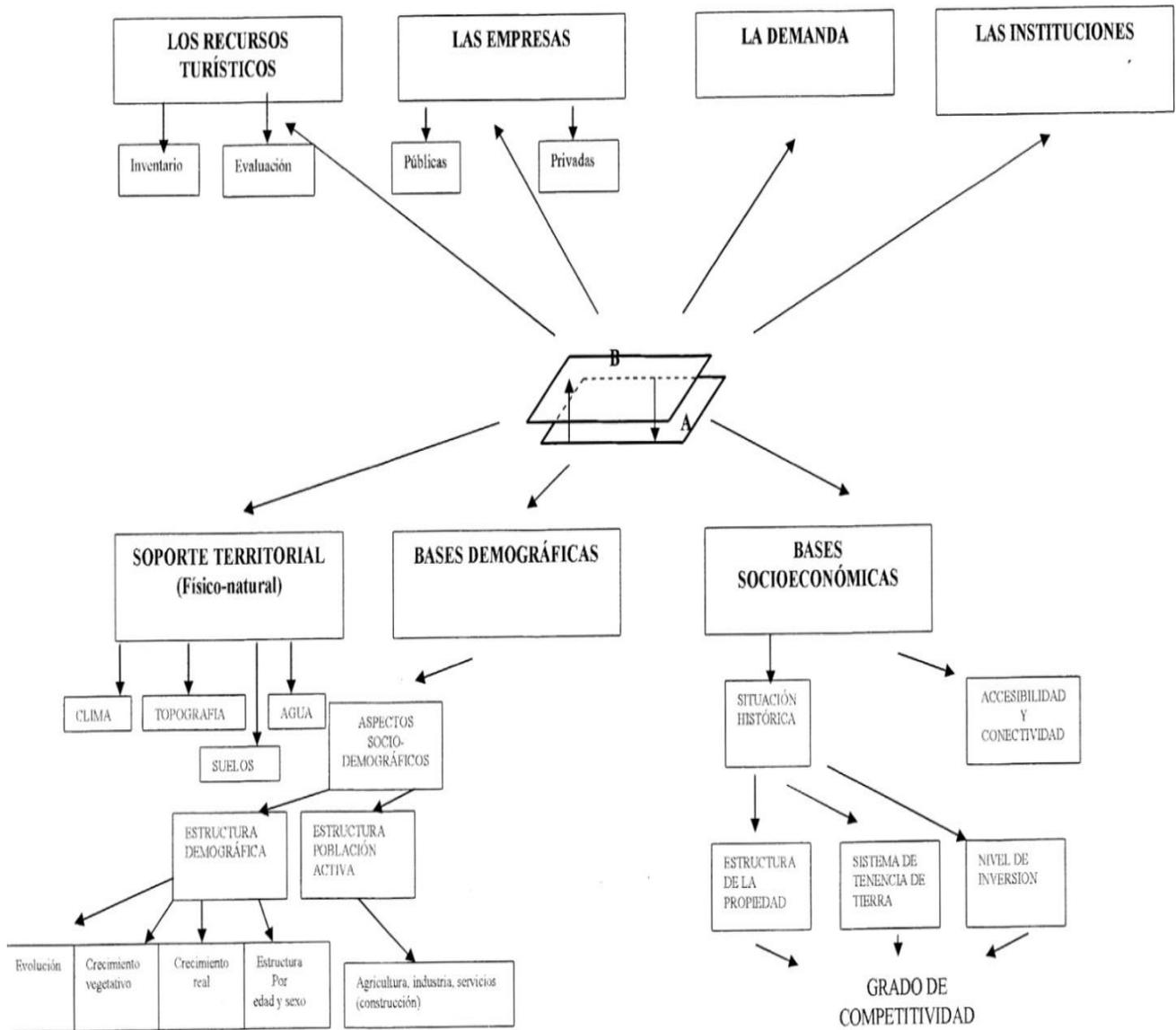
- Elementos del Sistema Turístico:

-Recursos turísticos      -Empresas      -Demanda      -Instituciones

- Aspectos básicos:

- Soporte Territorial      -Demografía      -Socio-economía

Figura 2: El sistema turístico integrado



Fuente: López Olivares, D. (2014)

### 3.1 Recursos turísticos

Podemos afirmar que hablamos del elemento más importante dentro de los planes de desarrollo, puesto que los recursos turísticos son de especial significado cuando hablamos de territorios competitivos, ya que son la base sobre la que se erguirá un destino turístico, siendo estos los que cuentan con la capacidad de atraer a los visitantes hacia el territorio.

De carácter trascendental es el estudio y elaboración de inventarios de los recursos existentes, que capaciten o enseñen a los residentes y visitantes de la forma más clara las oportunidades que desprenden los diferentes recursos.

Pero, ¿qué entendemos por recurso? Hablamos de recurso cuando se tiene un atractivo que puede ser incorporado en un producto turístico, pero éste no detiene su significado solo en el propio recurso, ya que ejercen influencia los elementos económicos, la red de comunicaciones o el capital humano, entre otros. A pesar de ello, otros autores como Mitchell, 1979; entienden que hay una diferencia entre recurso y agente, siendo estos últimos agentes que inciden en la planificación turística, relacionados de forma directa a los recursos materiales. Lo que nos induce a pensar que serán recursos potenciales dependiendo de la relación que los agentes compongan con los recursos (Hermosilla, 2015). Deduciendo así que el concepto está intrínsecamente ligado a la naturaleza, el paisaje, la historia y la cultura del territorio.

Así, se diferencian muchos recursos territoriales, por ello es conveniente realizar un inventario con la siguiente categorización, A- atractivo o recurso natural y paisajístico, B- recurso histórico monumental, técnico, etnológico y artístico, C- recursos artesanos y gastronómicos, D- Folklore, fiestas, acontecimientos programados, intangibles y referenciales (López, 2014) y su correspondiente jerarquía aquella que determina grado de atracción turística del recurso:

- 1- Complementa otros recursos
- 2- Motiva corrientes turísticas locales
- 3- Motiva corrientes turísticas regionales
- 4- Atractivo a nivel nacional
- 5- Atractivo a nivel internacional

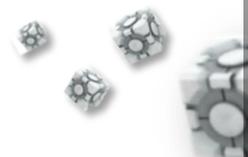


Cuadro 2: Inventario de recursos turísticos por municipios

| Nº         | Nombre del Recurso                               | Categoría | Tipo                         | Jerarquía |
|------------|--|-----------|------------------------------|-----------|
| L' Alcúdia |  |           |                              |           |
| 1          | Convento Santa Bárbara                           | B         | Edificaciones y monumentos   | 3         |
| 2          | Capilla de la Madre de dios                      | B         | Edificaciones y monumentos   | 2         |
| 3          | Convento de San Pedro                            | B         | Edificaciones y monumentos   | 2         |
| 4          | Casa de la Cultura                               | B         | Edificaciones y monumentos   | 4         |
| 5          | Ermita de San Antonio                            | B         | Edificaciones y monumentos   | 2         |
| 6          | Iglesia San Andrés apóstol                       | B         | Edificaciones y monumentos   | 4         |
| 7          | Calvario   | B         | Edificaciones y monumentos   | 3         |
| 8          | Casa museo Solera                                | B         | Museo                        | 2         |
| 9          | La Noria   | B         | Obra Técnica                 | 4         |
| 10         | Corral de" Rafel"                                | B         | Edificaciones y monumentos   | 3         |
| 11         | Festividad 9 Octubre                             | D         | Fiestas                      | 3         |
| 12         | Feria Gastronómica                               | D         | Ferias y mercados            | 4         |
| 13         | Fiestas Mayores                                  | D         | Fiestas                      | 3         |
| 14         | Congreso de Educación                            | D         | Acontecimientos programados  | 4         |
| 15         | Congreso de Turismo                              | D         | Acontecimientos programados  | 4         |
| 16         | C.O.T.I.F, Torneo Internacional de Fútbol Sub-20 | D         | Acontecimientos programados  | 5         |
| 17         | Semana Santa                                     | D         | Fiestas                      | 4         |
| 18         | Olivera milenaria                                | A         | Paisajísticos de observación | 3         |
| 19         | Rio Magro  | A         | Ríos, arroyos y ramblas      | 3         |



| Carlet     |                           |   |                               |   |
|------------|---------------------------|---|-------------------------------|---|
| 20         | Iglesia asunción          | B | Edificaciones y monumentos    | 4 |
| 21         | Fachadas monumentales     | B | Edificaciones y monumentos    | 4 |
| 22         | Estación de Tren          | B | Edificaciones y monumentos    | 4 |
| 23         | Teatro Giner              | B | Edificaciones y monumentos    | 4 |
| 24         | Cuevas del Truig          | A | Cavidades Subterráneas        | 3 |
| 25         | Esfera armil·lar          | B | Obras de arte                 | 3 |
| 26         | Fuente de la plaza mayor  | B | Obras técnicas                | 3 |
| 27         | Paneles cerámicos         | B | Obras técnicas                | 3 |
| 28         | Portal Casa de la cultura | B | Obras técnicas                | 4 |
| 29         | Torre del palacio condal  | B | Edificaciones y monumentos    | 3 |
| 30         | Teatro “El Siglo”         | B | Edificaciones y monumentos    | 3 |
| 31         | Casa de la cultura        | B | Edificaciones y monumentos    | 3 |
| 32         | El parque                 | B | Obras técnicas                | 3 |
| 33         | Ermita San Bernardo       | B | Edificaciones y monumentos    | 3 |
| 34         | Mercado municipal         | B | Edificaciones y monumentos    | 3 |
| 35         | Parque escolar            | B | Obra técnica                  | 2 |
| Benimodo   |                           |   |                               |   |
| 36         | Els Ullals de riu verd    | A | Ríos, arroyos y ramblas       | 3 |
| Guadassuar |                           |   |                               |   |
| 37         | La Garrofera              | A | Paisajístico y de observación | 3 |
| 38         | Iglesia parroquial San    | B | Edificaciones y monumentos    | 2 |



|      |                              |   |                            |   |
|------|------------------------------|---|----------------------------|---|
|      | Vicente Martir               |   |                            |   |
| 39   | Ermita de Sant Roc           | B | Edificaciones y monumentos | 2 |
| 40   | La Casa de la Pedra          | B | Edificaciones y monumentos | 2 |
| Tous |                              |   |                            |   |
| 41   | Embalse de Tous              | B | Obra técnica               | 4 |
| 42   | Portal de la antigua iglesia | B | Edificaciones y monumentos | 2 |
| 43   | Antigua ciudad sumergida     | B | Edificaciones y monumentos | 3 |

Fuente: Elaboración propia

El inventario nos permite conocer los recursos turísticos que atesora el área de estudio y su categoría, como muestra el Cuadro 3. Son mayoritarios los recursos de la categoría B, con cerca del 75% sobre el total, mientras que la Categoría D y A, aportan una cuarta parte.

Se debe destacar que en el inventario no representa todos los recursos del territorio, sino aquellos que son potencialmente más atractivos, por tanto, no es que haya una inexistencia de recursos artesanos, sino más bien que son de menor influencia, un ejemplo serían los platos típicos o elaboraciones artesanas como el pan, los cuales al obtener una jerarquía de valor 1, no ese han integrado en el inventario.

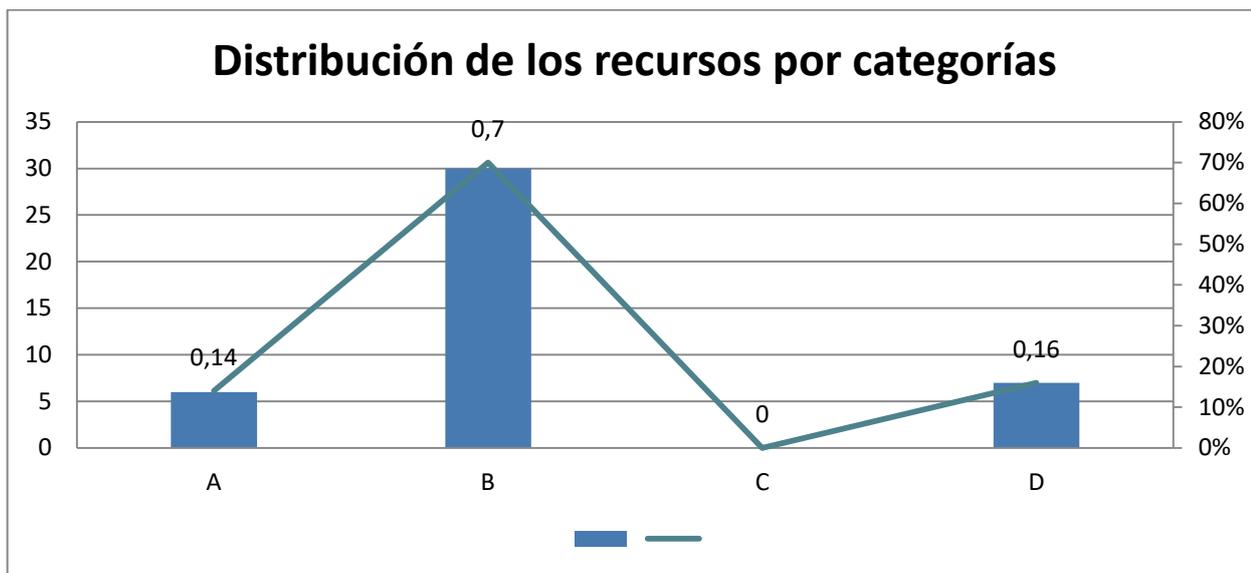
Cuadro 3: Número de recursos por categorías

| Categoría  | Número | % sobre el total |
|--|--------|------------------|
| A- Atractivo o recurso natural y paisajístico                                  | 5      | 12%              |
| B- Recurso histórico monumental, técnico, etnológico y artístico               | 31     | 72%              |
| C- Recursos artesanos y gastronómicos  | 0      | 0%               |
| D- Folklore, fiestas, acontecimientos programados, intangibles y referenciales | 7      | 16%              |
| Total  | 43     | 100%             |

Fuente: Elaboración propia



Gráfico10: Distribución de los Recursos por categorías



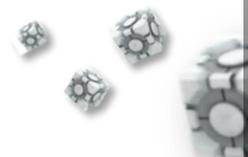
Fuente: Elaboración propia

Por último, interesa conocer qué categoría ostenta mayor el grado de atracción turística, para ello debemos elaborar un cuadro que distribuya los recursos según categoría y jerarquía que nos permita obtener el valor jerárquico. Donde siguen destacando los recursos de la categoría B, ahora segmentados por jerarquía nos muestra el potencial que abarcan los de jerarquía 4, seguidos por la jerarquía 3. Atractivos como el C.O.T.I.F, la feria gastronómica, las fachadas monumentales o el embalse de Tous son los recursos mas significativos, dejando paso a otros que si bien son mas numerosos no tienen un nivel jerárquico tan elevado, quedando por debajo, aunque influyentes como conjunto.

Cuadro 4: Valor jerárquico

|              | Jerarquía y (Valor jerárquico) |       |         |         |       | Total   |
|--------------|--------------------------------|-------|---------|---------|-------|---------|
|              | 1(1)                           | 2(4)  | 3(9)    | 4(16)   | 5(25) |         |
| <b>A</b>     | 0                              | 1(4)  | 3(27)   | 1(16)   | 0     | 5(47)   |
| <b>B</b>     | 0                              | 7(28) | 12(108) | 11(176) | 1(25) | 31(337) |
| <b>C</b>     | 0                              | 0     | 0       | 0       | 0     | 0       |
| <b>D</b>     | 0                              | 1(4)  | 5(45)   | 1(16)   | 0     | 7(65)   |
| <b>Total</b> |                                | 9(36) | 20(180) | 13(208) | 1(25) | 86(898) |

Fuente: Elaboración propia



### 3.2 Oferta turística

La oferta turística comprende aquellos servicios que no pueden ser transportados, son pertenecientes al lugar geográfico de estudio, pero con una peculiaridad, deben estar en explotación, tener un valor al mercado turístico del área geográfica. Por ello, como muestran los cuadros 5, 6, 7 y 8 se expone la estructura de la oferta turística actual que existe en el área de estudio, formada por los establecimientos de Alojamiento, Restauración, Transportes y las Agencias de Viajes existentes.

Cuadro 5: Establecimientos de Alojamiento. Año 2018

|                        |     |         |           |
|------------------------|-----|---------|-----------|
| Hostal Miguel y Juani  | *   | 21 Hab  | L'Alcúdia |
| Hostal l'Oncle Pere    | *   | 20 Hab  | L'Alcúdia |
| Hotel Galvana          | *** | 56 Hab. | L'Alcúdia |
| Hotel Ciutat de Carlet | **  | 42 Hab. | Carlet    |

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6: Establecimientos de restauración. Año 2018

|                            |                                |           |
|----------------------------|--------------------------------|-----------|
| Restaurante Ronda          | Cultura del Almuerzo           | L'Alcúdia |
| Restaurante La Piscina     | Cocina Mediterránea            | L'Alcúdia |
| Restaurante Ca Ferrer      | Cocina de Autor                | L'Alcúdia |
| Restaurante L'Oncle Pere   | Cocina de Autor                | L'Alcúdia |
| Restaurante Miguel y Juani | Cocina de Autor y mediterránea | L'Alcúdia |
| Restaurante Sant Bernat    | Cocina Mediterránea            | Carlet    |
| Restaurante Tast           | Cocina Mediterránea            | Carlet    |
| Restaurante Sol            | Cocina Mediterránea            | Carlet    |
| Restaurante L'Hort         | Cocina Mediterránea            | Carlet    |



|                              |                      |            |
|------------------------------|----------------------|------------|
| Restaurante La Piscina       | Cocina Mediterránea  | Tous       |
| Restaurante Hostelería Julio | Cocina Mediterránea  | Tous       |
| Restaurante Manchego         | Cocina Mediterránea  | Guadassuar |
| Bar Torrador La Braseta      | Cultura del Almuerzo | Benimodo   |
| Ka Toni                      | Cocina Mediterránea  | Massalavés |

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7: Transporte. Año 2018

|                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| Rafa Taxi           | L'Alcúdia                             |
| Taxis Emilio        | L'Alcúdia                             |
| Taxi José A Lorente | L'Alcúdia                             |
| Taxi Pepe 7         | Guadassuar                            |
| Transval S,L        | L'Alcúdia                             |
| Franjen S,L         | Carlet                                |
| MetroValencia       | L'Alcúdia, Benimodo, Carlet (Línea 1) |

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 8: Agencias de Viaje, AAVV. Año 2018

|                        |                           |           |            |
|------------------------|---------------------------|-----------|------------|
| Viatges (Minorista)    | Avenida Diputación<br>17C | 962573048 | Guadassuar |
| Bon Viatge (Minorista) | Beata amat, 7             | 962997578 | L'Alcúdia  |

Fuente: Elaboración propia

Los distintos cuadros muestran de forma clara aspectos como son la ausencia de campings o alojamientos del tipo casa rural, o el potencial residente en la oferta gastronómica. Sobresalen Carlet y L'alcúdia donde encontramos el grueso del alojamiento, casi 150 camas distribuidas en dos hoteles y dos hostales. Por lo que se deduce que se debe ayudar al crecimiento de estas tipologías todavía inexistentes para que emerjan más variadas y posibles ajamientos más del tipo rural.

El nombre que se ganaron cocineros como Antonio Galvis o Francisco Ferrer, todavía hace eco en una gastronomía muy valorada en la región, donde la cultura del almuerzo y el tardeo hacen de localidades como l'Alcúdia un perfecto rincón para disfrutar de la variada oferta gastronómica con una amplia carta de restaurantes distribuidos incluso en el corazón de la localidad más interior, el municipio de Tous, pueblo tradicionalmente conocido por su calidad en la carne de caza y todos sus derivados, no deja indiferente un almuerzo en un ambiente más rural.

Quizás otro de los puntos más favorables sea los servicios de transportes que nos ofrece el área de estudio, con dos empresas especializadas en el sector de los autobuses para gran número de pasajeros, como en los Taxis que tienen plena conexión con los principales puntos de interés, para un turista más independiente o familiar. Y además por parte del sector público la conexión de metro con la línea del aeropuerto de Manises es directa, y por defecto a la capital en apenas cuarenta minutos, una opción más que viable para aquellos que prefieran otros medios.

Es cierto que tan solo existen dos agencias de viajes en el área de estudio, pero son suficientes para cubrir un turismo que se sabe cada vez confía más en los medios on-line, pero eso no resta aquellos clientes que prefieren los medios tradicionales para planificar sus viajes, aunque de forma indirecta son muy necesarias para el estudio del turismo de la zona, ayudando a la futura oficina de turismo en la recolección de datos como los distintos alojamientos.



### 3.3 Demanda

Entendemos por demanda turística, como aquello por lo que estamos dispuestos a pagar un precio por adquirir unos servicios en el destino seleccionado, y es en las actuales tendencias del turista, donde reside el factor clave del proyecto.

En este sentido, el auge del turismo rural y cultural, sustitutivo perfecto a tipologías turísticas de carácter masivo, este está adquiriendo una tendencia creciente en el consumo turístico actual. Pero que requiere necesariamente de la satisfacción de un cliente (Turista en nuestro caso) cada vez más exigente no solo con lo que le ofrece el destino, sino con la información que recibe, ya que dispone de más medios para la obtención de datos y tomar la decisión de desplazarse a un destino.

Lo que convierte en imprescindible una oferta articulada de forma cohesionada con los distintos agentes, única y singular diversificada e integrada en el mercado actual (Rodríguez, 2017). Las actuales tendencias de la demanda empiezan a fijarse en los destinos que proporcionan experiencias muy distintas a las que se han propuesto en los últimos cincuenta años. Dejando abierta la puerta al turismo más genuino y cultural, las visitas a destinos que han sido poco transformados, o que combine la relajación con destinos vivos, en los que se puedan realizar multitud de actividades.

Pero realmente lo que se debe tener en cuenta sobre la demanda es el estudio de los diversos factores que influyen en la elección del destino, es decir su vertiente económica y la social. La parte económica está dividida en varios aspectos, como la renta disponible, la seguridad que el destino ofrece al turista, el tipo de cambio o el nivel de los precios. Una renta mayor puede influir en la elección de más servicios complementarios y lo que se repercute en un gasto medio superior, debido a que los clientes no solo hacen uso de la oferta principal sino que invierten en oferta complementaria para enriquecer sus vivencias, mientras que una renta inferior puede focalizar el gasto en lo más necesario para disfrutar del desplazamiento. De lo respectivo al nivel de precios, ligado de forma directa a la renta, estos influyen en la elección de destinos alternativos que ofrecen experiencias iguales o muy similares a las ya establecidas en el mercado a precios menores y por tanto se tienden a valorar como destinos interesantes, la relación entre demanda de bienes turísticos y los precios es muy flexible. Y por último, como más puramente económico, está el relacionado con el tipo de cambio, las divisas juegan un papel fundamental en el turismo internacional, ya que gracias a este cambio los países relacionados con el dólar tienen mayor poder adquisitivo respecto al euro haciendo mayor el desembolso en actividades principales y complementarias.

Y por último la seguridad, los destinos deben ejercer una influencia positiva sobre los turistas, ya que es más común el turista que viaja preocupado por su seguridad, que aquel que no presta mucha atención en este argumento. Como hemos vivido estos últimos años, España ha crecido y ha sido de gran ayuda la inseguridad que generaban los destinos alternativos. Países como Grecia o Turquía, con conflictos latentes, no conseguían atraer el mercado turístico deseado, disgregando a los turistas a otros territorios o destinos.

La parte más puramente social la estipulan factores como la motivación, estilo de vida, tiempo de ocio, o el nivel cultural. Para este proyecto se pretende atraer un segmento de demanda concreto, que sus motivaciones sean el conocimiento de nuevos lugares, lejanos a los grandes focos turísticos y que dispongan de un tiempo de ocio medio para poder disfrutar las diversas propuestas que el destino les brinda.

Y a pesar de que se conoce a grandes rasgos cuales son las diferentes tendencias para el turismo y los condicionantes que afectan en los visitantes para la elección del destino, esto se ve perjudicado por la falta de una oficina de turismo encargada, entre otras, de elaborar los datos que son necesarios para estudiar los casos específicos y trabajar con una realidad sobre la demanda mejor plasmada, por lo que como estudia este proyecto, se contemplará como una acción crear dicha oficina.

### 3.4 Infraestructuras

Para entender la importancia de este sub-apartado del sistema turístico hay que remarcar que el turismo no se entiende si no existe un desplazamiento, entrando en juego las infraestructuras que articulan los puntos emisores y/o receptores de turistas. La existencia de varios medios de transporte ayuda a conectar las zonas turísticas con todo tipo de turistas y con nuevos destinos, facilitando al cliente (Turista) la posibilidad de elección del medio de transporte que facilite su movilidad.

Como fortaleza cabe remarcar que el área de estudio tiene una conexión excelente por carretera gracias en primer lugar a la red de carreteras, donde es la autovía del mediterráneo (A-7), como principal eje de articulación. Desde 1990 cuenta con enlace directo con la localidad de l'Alcúdia, facilitando la conectividad en todos sus ámbitos, bien sea de mercancías o de turistas que visitan la vertiente más mediterránea que ofrece la Comunitat Valenciana.

Aunque es cierto que únicamente l'Alcúdia tiene acceso directo, el entramado de carreteras que unen las demás localidades son muy buenos, permitiendo la conectividad itnerna y una perfecta sinergia

cuando se tratan como un único territorio. La localidad de Carlet está situada a escasos dos kilómetros de la entrada por la A-7, mientras que Benimodo y Guadassuar están conectadas con l'Alcúdia de forma casi directa, dejando más resguardado y por ello más natural la zona más interior, la que alberga el paraje natural y montañoso que ofrece el área, Tous.

Cabe añadir la conexión de ferroviría que ofrece la línea de metro que conecta Alcúdia, Benimodo y Carlet con Valencia en la extraordinaria Estación del Nord, que mueve cerca de 10 millones de pasajeros en su servicio de cercanías. Pero además ofrece conexión con trenes de larga distancia a las principales ciudades españolas y que en la actualidad es ya un hecho la nueva y más rápida línea de alta velocidad, que proporciona una mayor eficiencia y permite que este medio no quede en desuso.

En particular para el mercado internacional, son las infraestructuras de transporte marítimo y aéreo las más utilizadas donde también se puede contar como un aumento del valor que recibe el territorio, debido a la cercanía con la ciudad de Valencia, que alberga el puerto y que mueve en cifras de turistas de forma anual a un total de 412.328 pasajeros de cruceros y 650.252 cuando hablamos de la línea regular, datos que muestra Puertovalencia, en su portal web. Las líneas de autobús están presentes en la zona del puerto y hacen trayectos diarios que recorren la autovía en sus dos direcciones. A su vez el aeropuerto de Manises es el que da servicio a la ciudad y su área metropolitana, se encuentra a escasos 40 min. desde cualquiera de las localidades que conforman el área de estudio. Son multitud los turistas que pasan por delante de estas localidades en su búsqueda de sol y playa y que desconocen el valor que atesora este territorio, que no deja indiferente los turistas que recoge durante algunos acontecimientos programados ya consolidados.

En el área de estudio L'Alcúdia es el municipio que dispone de la mejor conexión y que esta sirve para distribuir la red a las localidades contiguas, facilitando el acceso al visitante. El turismo nacional puede visitar fácilmente el territorio por carretera o en tren, mientras que el internacional tiene casi conexión directa desde el puerto o el aeropuerto.

### 3.5 Servicios

Los servicios que dispone el territorio se conforman en un elemento de su sistema turístico ya que ofrecen al turista las mejores comodidades para la realización de su desplazamiento, ya sea desde el tratamiento que recibe el agua, la seguridad, o el sistema educativo como algunos de los más destacados. Aunque en gran medida el turismo primero fija su objetivo en la seguridad que ofrece el destino, los servicios de protección pero también los sanitarios, inciden en la elección del destino.

Si detenemos la vista sobre el territorio podemos observar que se dispone de centros sanitarios en las localidades de Carlet, l'Alcúdia, Guadassuar, Benimodo y Tous. Todas ellas cubiertas para causas más graves por el Hospital de la Ribera, en la vecina localidad de Alcira.

En relación a la seguridad que ofrece el destino, encontramos el cuerpo de Guardia Civil con comandancia en la localidad de Carlet y que da servicio a estos municipios adyacentes cubriendo además la zona más montañosa con las unidades especializadas, que se encargan del mantenimiento del buen uso de estas zonas permitiendo un acceso gratificante y que espera ser más visitado tras su puesta en valor. Todos los municipios cuentan con el propio servicio de policía local con efectivos suficientes para un número mayor de habitantes de los que residen. En la ciudad de Carlet además también se encuentra el palacio de la justicia con el juzgado de 1ª instancia, que da cobertura judicial a los conflictos propios del territorio.

De forma más indirecta el sistema educativo y cultural es influyente para construir una oferta como la que se propone para este territorio, ya que tiene la dotación en sus localidades de equipamientos preparados para generar dinámicas vinculadas al turismo cultural, con capacidad para diversificar la oferta turística y además ayuda a la desestacionalización de los destinos. Además de los espacios culturales como museos o las diferentes casas de la cultura de los municipios, todos ellos cuentan con bibliotecas municipales.

Por último y no por ello menos importante es la red de suministros que ofrece los servicios mínimos como es la luz, el gas y el agua, y el tratamiento de los residuos. La garantía del servicio es total ya que el territorio cuenta con una depuradora de aguas que cubre todas las localidades, mientras que ofrece la posibilidad de verter residuos en los ecoparques existentes. Las redes han sido renovadas, adaptándose a los nuevos tiempos, evitando caer en una obsolescencia gracias al trabajo del sector público que es en estos municipios muy obcecado en garantizar unos buenos servicios.

Pero a pesar del buen servicio, reside en la falta de un servicio de información turística, el hándicap más estructural que debe ser removido para poder emerger con un proyecto viable por parte de los municipios que conforman el proyecto, para la obtención de los datos necesarios y poder ofrecer a los turistas un punto donde poder informarse, no como actualmente que se realizan las gestiones desde la oficina que hay en la localidad vecina de Alzira que engloba otras localidades algunas ubicadas en el área de estudio, por tanto, debe ser prioridad la apertura de una oficina de turismo que ofrezca el servicio de información que tan reducido que existe actualmente.

### 3.6 Entrevista

Una vez estudiados todos los factores que influirán sobre el sistema turístico integrado del área de estudio, es necesario centrar el objetivo en conocer la opinión de las partes interesadas acerca de éste, es decir, del sistema turístico. Para ello se ha considerado elaborar una entrevista a agentes públicos y privados a través de un cuestionario tipo Delphi, como complemento a las charlas realizadas con los mismos sobre los temas que necesitan alguna respuesta final para elaborar de la mejor forma la siguiente fase, el D.A.F.O. Interesa conocer cuál es la visión que tienen del territorio y sus recursos los agentes públicos y privados.

La entrevista, que se adjunta en el Anexo 2, sirve para determinar cuál es la visión del territorio desde el punto de vista de los agentes, determinando que existe un interés creciente en el turismo rural, donde cada vez más personas destinan su tiempo de ocio, por lo que se debe aprovechar esta oportunidad para elaborar un instrumento de planificación que articule el desarrollo turístico del área de estudio. Aunque el turismo religioso ha disminuido, se mantienen las visitas a los templos gracias al carácter más arquitectónico de las mismas. Emergen intereses en ferias y congresos, actos cada vez más comunes, sector en que se pretende trabajar potenciando los ya actuales congresos, pero buscando nuevas adquisiciones.

Para todo ello ven necesaria una inversión y una correspondiente profesionalización de los agentes públicos, que a pesar de la “nueva” titulación en turismo, las instituciones todavía no han renovado las plantillas, llevando a cabo una profesionalización del sector que permita una mejor evolución o trayectoria para los proyectos de desarrollo local o regional.

La entrevista cuenta con una pregunta filtro, para poder eliminar aquellos posibles agentes que desconocen o no dan valor al tiempo del ocio, seguida de dos preguntas del tipo escala numérica Likert 5. La penúltima cuestión hace referencia a preguntas de elección única de carácter politómico, dando pie a una respuesta más complementada. Por último una pregunta abierta, que permite al entrevistado dar su opinión sobre un tema crucial como es la profesionalización.

Fueron aplicadas a agentes del sector público y privado, lo que muestra cierta similitud en las respuestas pero que se distingue en momentos puntuales según los intereses existentes. Del sector público fueron seleccionados un alcalde, dos concejales, un administrativo del departamento turístico y la oficina de turismo, un total de 5 agentes. Mientras que por la parte privada, un representante de cada oferta, es decir dos hoteles, una empresa de transportes y dos restaurantes, también cinco agentes. Aplicadas de forma anónima, mientras que las charlas fueron reputadas ya que existe un interés cada vez mas creciente.

A continuación se presentan los resultados, siempre estudiados por separado.

La primera pregunta trata de eliminar aquellos posibles encuestados que no dispongan información necesaria, para elaborar dicha encuesta, debido al tipo de encuestados todos respondieron que si valoraban el tiempo de ocio y además el tiempo dedicado al ocio venía a ser muy similar en ambos sectores, ya que la media de las respuestas fue entre el 21-50%.

En la tercera cuestión la media de los agentes públicos observa de mayor valor los recursos como las Ferias y congresos, o los parajes naturales. Y a su vez la parte privada centra su interés en la gastronomía y las diferentes obras arquitectónicas.

La cuarta pregunta dejaba mayor diferencia entre sectores, ya que los agentes públicos si han realizado viajes en su propio territorio y visitado los diferentes recursos. Por su parte los agentes públicos destacaban que no veían potencialidad en los recursos disponibles o en cómo ofrecerlos. Ambos están de acuerdo en la obtención de un turismo regulado que ayude de una nueva forma a la economía actual.

Para finalizar las preguntas con respuesta cerrada, vemos la pregunta cinco, donde coinciden en gran medida en los resultados ambos sectores, ya que recomendarían en gran medida el territorio gracias a una valoración global positiva. Conscientes del desarrollo tecnológico ven un potencial muy claro en el uso de estos avances en sinergia con el turismo.

De forma mas abierta y para acabar la encuesta se hace referencia a las posibles mejoras desde el sector público, tales como inversión, infraestructuras o la profesionalización del sector. Aunque similares cada respuesta dispone puntos de vista diferentes, pero interpretando una corriente general podemos valorar que los agentes privados, están satisfechos con las infraestructuras y los servicios que disponen los municipios, apuntillando que todo es siempre mejorable, pero les gustaría una mayor inversión que permita tener unas políticas mas atrayentes para el sector privado, piensan que esto favorecería la aparición de nueva oferta como la necesitada de carácter activo. Esto es claramente respondido por el sector público que reitera un bloqueo general en cuanto al gasto se refiere, haciendo casi imposible el impulso de políticas turísticas acordes al potencial disponible.

### 3.7D.A.F.O

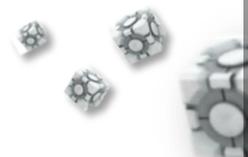
Debido al carácter de espacio turístico, la mejor forma de trazar unas estrategias es siguiendo estos pasos que hemos elaborado, y seguidos de lo que es un análisis de situación o más comúnmente llamado D.A.F.O, ayuda de forma introspectiva a conocer el estado y cuál es nuestro posicionamiento más favorable. Tras recopilar todos los datos durante los apartados previos podemos elaborar esta matriz, sirviéndonos de chequeo interno y externo, esto se reconoce desde el plan mas estratégico, el paso previo al estudio de las conclusiones y la elaboración del plan de acción que es el objetivo final del proyecto.

Esta técnica consiste en identificar los cuatro aspectos que forman sus iniciales, debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, de forma que se permita establecer unas directrices que presidan a las estrategias finales. Las dos de la izquierda reflejan el aspecto interno, cuáles son nuestros aspectos más desfavorables y a su vez que nos caracteriza o en que destaca el territorio. Por otra parte el análisis externo lo aportan las oportunidades, aquello en lo que futuramente puede ser convertido en una fortaleza, o las amenazas, las que existen para impedir ciertas estrategias.

Debido a la subjetividad del análisis siempre es recomendable ser muy realista a la hora de exponer estas cuatro ideas, así como estudiarlas con profundidad y con varios puntos de vista, es decir, elaborarlo de forma conjunta con un debate, en el caso de ser posible.



|   |   |
|---|---|
| <p><b>Debilidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Inexistencia de una oferta de productos turísticos estructurada</li> <li>* Escasa oferta de actividades complementarias</li> <li>* Poco personal especializado</li> <li>* Poca aparición en el mercado turístico</li> <li>* Ayudas escasas para el desarrollo turístico</li> <li>* Servicio de transporte público mejorable</li> <li>* Posicionamiento incierto sobre cómo abordar el turismo.</li> <li>* El municipio de Massalavés</li> <li>* Conflictos vecinales provocados por el aumento de visitas.</li> </ul>        | <p><b>Amenaza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Crecimiento en el desarrollo turístico</li> <li>* Mala gestión de los recursos</li> <li>* Poca iniciativa local</li> <li>* Pérdida de interés en la temática religiosa</li> <li>* Fuga de talentos por la falta de atracción y oportunidades.</li> <li>* Cambios en los equipos de gobierno.</li> <li>* Hoteles de mejor categoría en localidades vecinas</li> <li>* Proximidad con pueblos mejor planificados turísticamente.</li> </ul>  |
| <p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Situación geográfica</li> <li>* Fiestas de trascendencia provincial</li> <li>* Entorno medioambiental</li> <li>* Buenas comunicaciones</li> <li>* Raíces culturales</li> <li>* Atracción existente a ciertos acontecimientos (COTIF, Feria gastronómica.)</li> <li>* Oferta complementaria para visitantes</li> <li>* Buen estado de conservación de los parajes naturales</li> <li>* Sector servicios supone el 80% del tejido empresarial</li> <li>* Baja tasa de Paro</li> <li>* Actividad económica dinámica</li> </ul> | <p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Planificación futura</li> <li>* Posibilidad de crear una turistinfo</li> <li>* Nuevas políticas turísticas</li> <li>* Aumento del turismo rural</li> <li>* Gastronomía reconocida a nivel mundial</li> <li>* Aumento de las partidas presupuestarias</li> <li>* Relaciones internacionales existentes</li> <li>* Clima mediterráneo atractivo</li> <li>* Recursos con posibilidad de ser explotados *Renta familiar de los turistas internacionales</li> <li>* Posibilidades de expansión territorial</li> </ul> |



### 4. Conclusiones

---

El turismo precisa de una planificación que explote de forma sostenible cada recurso que sea potencialmente favorable para dicho uso en el área de estudio, espacio a caballo entre el territorio rural y urbano, generando una singularidad no demasiado presente en otros municipios que puedan ser competidores. Por ello es preciso hacer mucho hincapié en políticas sostenibles que sean beneficiosas y puedan mantenerse durante muchos años. El desarrollo del método de trabajo ha permitido alcanzar el objetivo principal de dicho estudio, es decir, articular el Plan de Desarrollo turístico, que cristaliza en el plan de acción que se propone.

Los municipios fueron seleccionados por aspectos complementarios y a su vez por la cercanía, lo que permite crear un espacio de destino turístico, y a pesar de estas características el estudio muestra como la localidad de Massalavés repercutiría de forma negativa, ya que no dispone de extensión territorial ni a su vez recursos jerárquicamente importantes, ni de una oferta favorable para la llegada de turistas.

No podemos dejar de lado a la población residente que dispone de poder adquisitivo para permitir el turismo, ya que también implica generar una emisión de visitantes, esto desemboca en generar corrientes turísticas, y pese al envejecimiento que existe en algunos municipios, esto puede ser gracias atractivos existentes ahora correctamente explotados, y por supuesto de forma sostenible. La sociedad además pertenece en gran medida al sector de los servicios por ello el aumento en el nivel turístico va a favorecer doblemente a los residentes, potenciando esta actividad, y sin repercutir en sus actividades complementarias como lo es de forma indiscutible la agricultura en esta área.

Valorando el sistema turístico vemos como existen multitud de recursos que pueden ser puestos en valor, pero ello se ve lastrado debido a la inexistencia de una más que necesaria planificación que sitúe en el mercado aquellos productos de los que dispone, generando un interés adherido a una nueva oferta que apueste por estas políticas de explotación sostenible del territorio delimitado. El estudio muestra 43 de los recursos más importantes y como destaca la jerarquía 5 y del tipo monumental.

Sujeto a la inexistente recogida de datos necesaria para la correcta valoración de los niveles reales de corrientes turísticas, ya que como se observa las políticas se han centrado más en los municipios de alrededor como Alzira, Algemesí, dejando de lado el estudio de esta área ahora recogida en este proyecto.



Las entrevistas junto al D.A.F.O son la parte complementaria necesaria, la que genera un contraste entre la idea o opinión y lo que realmente existe sobre el territorio. De ello que esté sujeta a sus actores o partes interesadas, como observamos, de visiones muy semejantes sobre cuál es la situación real, y en que se debe mejorar o profundizar (especializando el estudio) para ser completamente competitivos en un mercado aún por explorar.

En resumen, vemos como tras dicho estudio se ha podido cumplir el objetivo de elaborar el que podría ser un plan de desarrollo turístico de forma supramunicipal, gracias a las diferentes técnicas que han sido empleadas en el método de trabajo, técnicas en que pertenecen a distintas ramas de estudio turístico y que convergen en un mismo proyecto trabajándose de forma conjunta, para elaborar todo el proyecto.



## 5. Plan de Acción

El objetivo principal del plan de acción es establecer unas estrategias que se posicionan en el tiempo divididas en tres periodos, Corto (1-2 años), Medio (3-4 años) y Largo plazo (5-6 años) de forma que se planifique el proceso de desarrollo y se alcance el fin principal. Se propone en conclusión este plan de acción:

| Corto Plazo   | Medio Plazo   |
|---|---|
| *Gestión eficiente de los recursos<br><br>*Análisis y creación Turistinfo (L' Alcúdia)<br><br>*Relación directa con los agentes existentes              | *Territorio inteligente<br><br>*Movimiento turístico internacional (hermanamientos)<br><br>*Creación congresos territoriales<br><br>*Plan dinamizador del rio magro |
| Largo plazo   |   |
| *Dinamización pantano Tous<br><br>*Reconocimiento Regional<br><br>*Desestacionalización turística<br><br>*Creación de oferta complementaria consolidada |   |

### **Corto Plazo:**

- Gestión eficiente de los recursos, cuando hablamos de recursos que van a ser explotados, el primer punto a tratar es como mantenerlos para que con el paso del tiempo no sufran una degradación en la calidad y esto repercuta negativamente. Tras haber logrado el objetivo de atraer un mayor número de turistas, para ello y como se ha indicado durante la redacción del proyecto, basar la explotación en las estrategias win to win es la solución para el requerido mantenimiento, lográndolo mediante la inversión parcial de los ingresos que genere el recurso. Un ejemplo esclarecedor, se organiza un

## Turismo en espacios de interior

congreso de turismo en la casa de la cultura, parte del beneficio obtenido debe destinarse al mantenimiento de dicha infraestructura.

-Análisis y creación Turistinfo (L'Alcúdia), el proyecto debe dirigirse desde una oficina de turismo más específica para el área de estudio del proyecto, desvinculándose, los municipios, de la actual oficina de turismo de Alcira, y empezando a gestionarse como zona específica, el proyecto está actualmente en funcionamiento, pues solo es necesaria la adecuación del local en cuestión en la localidad de l'Alcúdia, para la concesión de la oficina. Y así poder dar servicio de una forma más precisa, y detallada de lo que se quiere vender, un territorio singular que combina el mundo rural y el urbano como pocos lugares han podido conseguir.

- Relación directa con los agentes existentes, aunque conocidos, las relaciones están estancadas y no existe una promoción de los municipios acorde a las premisas u objetivos que tienen los municipios en la atracción turística. Acto seguido a la creación de la oficina de turismo, promocionarse en los diferentes mercados y exponerse para que puedan ser visitados, será el siguiente punto clave en la incursión de la región en los diferentes mercados existentes. De la misma forma impulsar una nueva creación de turismo activo generaría un aumento en el valor potencial que tendría la zona.

### **Medio Plazo:**

-Territorio inteligente, la tecnología es la clave del éxito dentro de la nueva sociedad, casi un 51% de las reservas actualmente se hacen a través de la plataforma móvil como asegura la revista hosteltur en su artículo: [https://www.hosteltur.com/108086\\_el-movil-alcanza-ya-el-51-de-las-busquedas-de-reservas-hoteleras.html](https://www.hosteltur.com/108086_el-movil-alcanza-ya-el-51-de-las-busquedas-de-reservas-hoteleras.html) . Estudio realizado por la plataforma Royback, nos muestra la nueva tendencia y la predisposición al uso de estas tecnologías por delante de las agencias turísticas más tradicionales. Es por todo ello por lo que desarrollar una serie de aplicaciones para terminales móviles, puede ser un factor diferenciador dentro del mercado. Un ejemplo son los famosos códigos QR, con los que puedes obtener un enlace con información de carácter escrito, sonoro o visual sobre los lugares que se va a visitar. No estamos hablando de una acción necesaria para el desarrollo, pero si diferenciadora, por lo que se establece como objetivo en el medio plazo.

- Existe en estos municipios la tradición del hermanamiento entre pueblos pertenecientes a lugares muy distintos del mundo, por lo que se puede estudiar la viabilidad de establecer líneas de transito

turístico entre estos pueblos mediante estrategias de ofertas para estos municipios hermanados. En ambas direcciones, ser capaces de mandar turistas a dichos pueblos de forma individual y atraer hasta el territorio a los residentes internacionales que buscan cada vez más productos diferentes al sol y playa.

- Actualmente se organizan dos importantes congresos en la localidad de l'Alcúdia, Educación y Turismo. El primero cuenta con más años organizándose, mientras que este último se ha iniciado en los últimos cinco años. Consiguiendo ambos la afluencia de visitantes de forma exclusiva para el congreso que aprovechan el tiempo libre que dejan estos para hacer un turismo cultural por la región. Por no mencionar el factor desestacionalizador de este tipo de turismo y que tan ansiado se ha vuelto para el sector. Por lo tanto, y dada la experiencia adquirida, estudiar y crear nuevos congresos ayuda de forma sustancial a la organización en el año de las visitas que se reciben sin que sea necesaria la focalización de forma exclusiva en el buen tiempo.

-Plan de dinamización del río Magro, un cauce repleto de senderos y zonas para el descanso, puede atraer a los turistas más interesados en los parajes naturales y en recorrer sus sendas. Los municipios de Benimodo, Carlet, Guadassuar y l'Alcúdia tienen en su territorio parte del cauce de la cuenca media, cuenca que como todo río torrencial ve como en muchas partes del año puede ser recorrido a pie el mismo cauce y del que pueden surgir empresas de turismo activo que trabajen este tipo de entramados naturales, que hay multitud de ellos en el área delimitada.

### **Largo Plazo**

El Largo plazo, que comprende un periodo entre 6 y 8 años, es sin lugar a duda el más incierto, pero debe ser contemplado atendiendo a la sostenibilidad que persigue este instrumento. Es por ello que las acciones dependen del proceso llevado a cabo en los años previos y que pueden ser modificadas para alcanzar los objetivos, pero que en principio centran su interés en las siguientes propuestas:

-Dinamización pantano Tous, espacio turístico potencial debido a sus características, necesita de la construcción de una oferta permanente que se venda en los mercados nacionales para dar salida a las instalaciones y la imagen que se construye alrededor de este paraje construido, con una gran historia a sus espaldas que cuenta la vida del municipio de Tous. Este municipio dispone de un inmenso

territorio natural, pero no consigue un nivel turístico favorable, es por ello que se puede complementar perfectamente con la oferta principal de los municipios colindantes.

-Reconocimiento Regional, con el desarrollo de una oferta bien estructurada y un crecimiento sostenido en la demanda, para poder seguir adelante con el proyecto, debe focalizar su atención en los ámbitos más regionales, ofertando en los mercados más lejanos al área, una alternativa a los ya existentes, para ello la incursión en las actividades de promoción debe ser constante una vez alcanzados todos los objetivos de estructuración y ordenamiento de oferta y demanda.

-Desestacionalización turística, a pesar de que no se busque dicha estacionalidad, el turismo tiende a hacer los viajes cuando el trabajo lo permite, es decir durante los periodos vacacionales, y estos van prácticamente ligados a las vacaciones estivales. Es por ello que desde el primer momento se busca estructurar un turismo en base a ofertas que no lo concentren, como la estrategia de congresos previamente mencionada, pueden diversificar a los turistas al largo del año, lo que incidirá positivamente sobre el uso sostenible del espacio de destino turístico.

-Creación de oferta complementaria consolidada, actualmente la oferta complementaria existente es escasa aunque suficiente para el volumen de llegadas actual. No obstante, necesita un incremento en el denominado turismo activo de la zona, y para ello políticas que favorezcan la aparición de estas empresas, son las necesarias en el largo plazo para crecer como destino turístico importante dentro del mercado actual.



## 6. Bibliografía

---

### Libros y revistas de consulta

- Abdelouahab. O. López, D y Ferreres, J.B (2017): Análisis y prospectiva del desarrollo turístico en los Parques Naturales del Norte de la Comunitat Valenciana. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 75. págs. 319-340.
- Hermosilla, J. (2017): Paisajes turísticos valencianos, valiosos, valorados: Un proyecto estratégico de desarrollo territorial para la Comunitat Valenciana. Papers de Turisme, 60. pàgs. 91-93
- López D. (1998): La ordenación y la planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Universidad Jaume I. Col. Manuals,11. Castellón.
- López ,D (2014): Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística. Tirant lo Blanch. Valencia.
- Mitchell, B. (1979): Geography and Resource Analysis. Londres, Longman.
- Mill, R. y Morrison A. (1992): The Tourism System. An Introductory text. Prentice Hall, International Edition.
- Solsona, J. y López, D. (2012): Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la Comunitat Valenciana. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles,59. 221-244.
- Storper, M. (1998): “Las economías regionales como activos relacionales”. Ekonomiaz, 41. pp 10-45.
- Valls, J.F. (2004): Gestión de destinos turísticos sostenibles. Planeta.
- Vera, J.F. et al (2011): Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Tirant lo Blanch. Valencia.

### Páginas web consultadas:

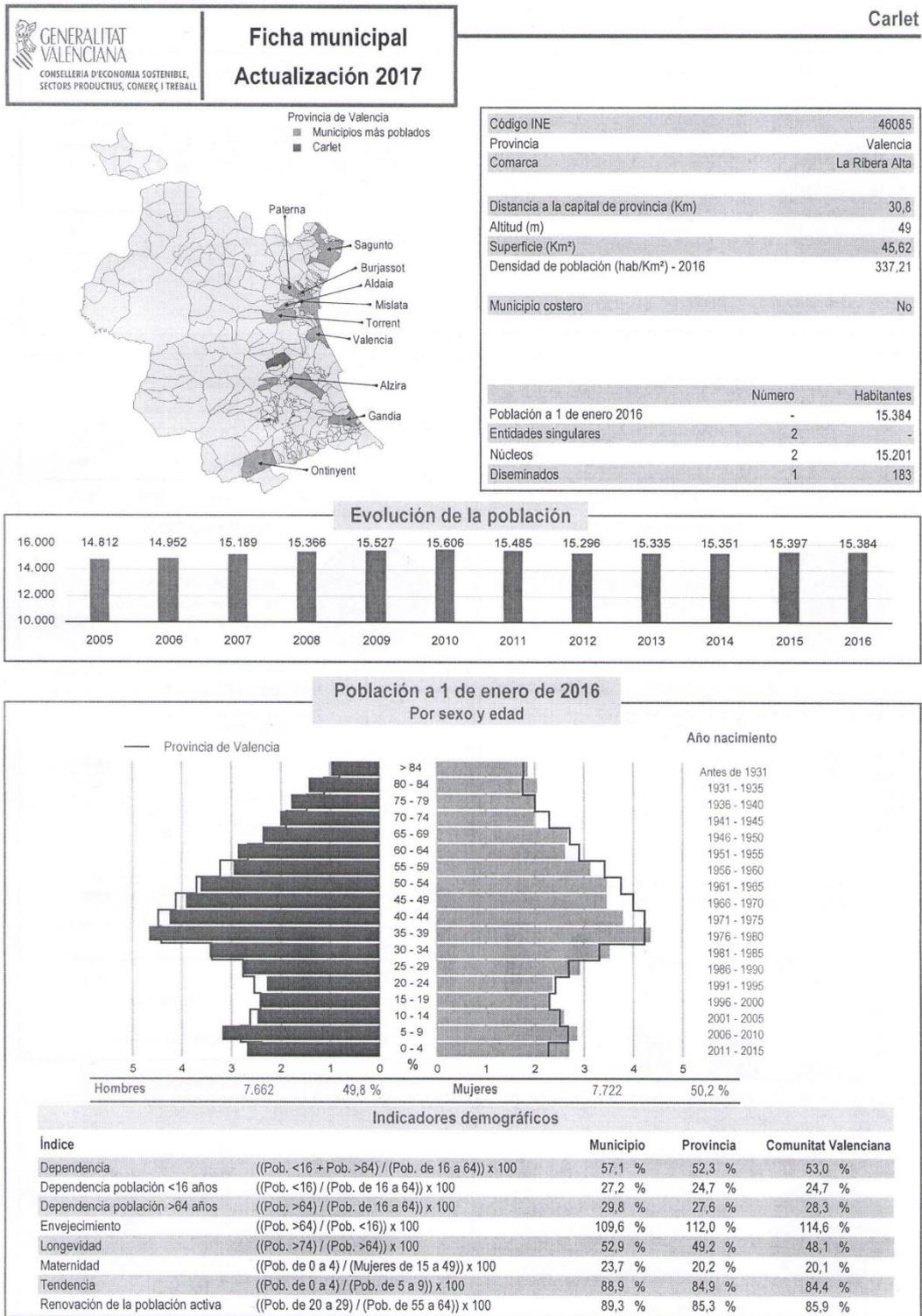
- <http://crono.uv.es:3838/turismo/Web/Cuestionarios/>
- <http://gestdestinos.pbworks.com/w/page/14482597/FrontPage>
- <http://www2.unwto.org/es>
- [http://www.ine.es/metodologia/t20/metodologia\\_idb.pdf](http://www.ine.es/metodologia/t20/metodologia_idb.pdf)

## Turismo en espacios de interior

- <http://www.pegv.gva.es/es/fichas>
- <http://www.lalcudia.com/web/>
- <http://www.carlet.es/>
- <http://www.guadassuar.es/>
- <http://www.ayuntamientotous.es/>
- <http://www.benimodo.es/>
- <https://www.valenciaturisme.org>



## 6.1 Anexo I

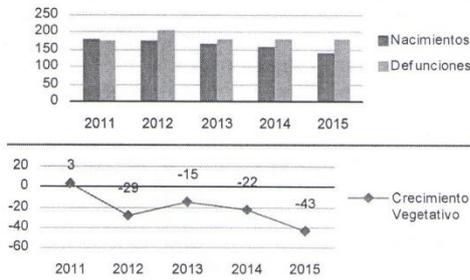


## Población por nacionalidad - 2016



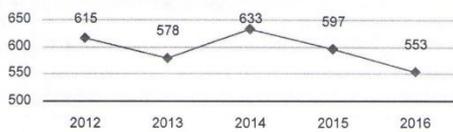
| Nacionalidad                  | %    |
|-------------------------------|------|
| Española                      | 88,6 |
| De la U. E.                   | 6,8  |
| Otras                         | 4,6  |
| - Resto de Europa             | 0,3  |
| - África                      | 3,3  |
| - América                     | 0,7  |
| - Resto del mundo y apátridas | 0,3  |

## Movimiento natural de la población



## Variaciones residenciales

### Inmigraciones

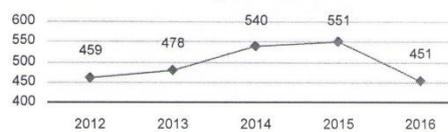


### Por procedencia (2016)

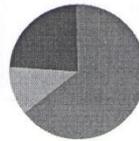


| Procedencia             | %    |
|-------------------------|------|
| Comunitat Valenciana    | 64,1 |
| Otra comunidad autónoma | 15,3 |
| Extranjero              | 20,6 |

### Emigraciones



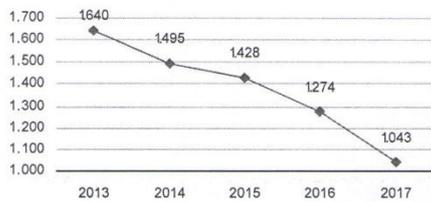
### Por destino (2016)



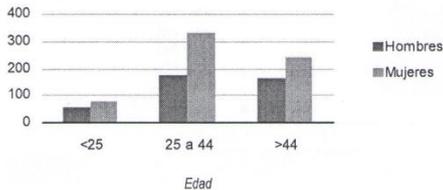
| Destino                 | %    |
|-------------------------|------|
| Comunitat Valenciana    | 64,0 |
| Otra comunidad autónoma | 11,6 |
| Extranjero              | 24,4 |

## Paro registrado\*

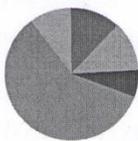
### Evolución



### Por edad y sexo - 2017



### Por sectores de actividad - 2017

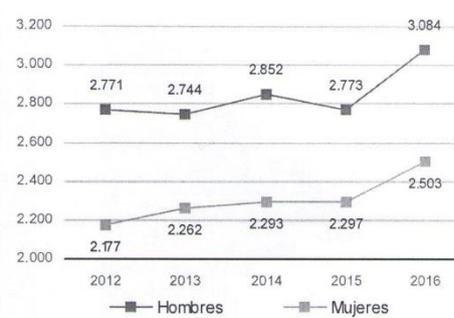


| Sector                 | %    |
|------------------------|------|
| Agricultura            | 12,2 |
| Construcción           | 12,3 |
| Industria              | 6,1  |
| Servicios              | 58,8 |
| Sin ocupación anterior | 10,6 |

\* a 31 de marzo

## Personas afiliadas\*

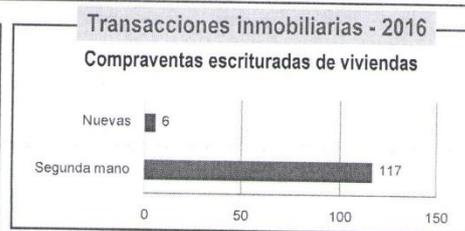
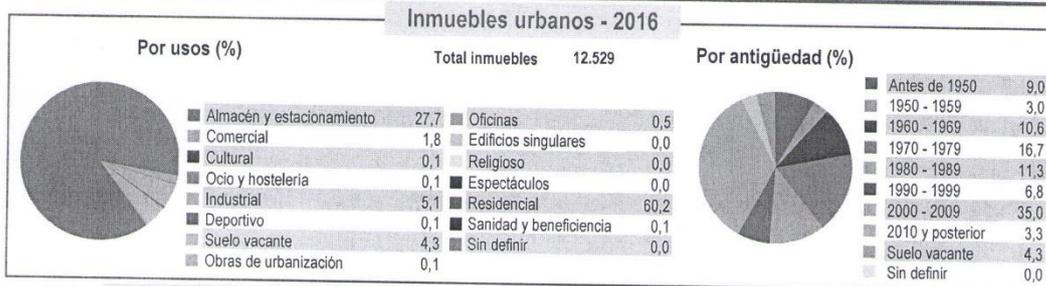
### Evolución



\* personas afiliadas a la Seguridad Social a 31 de diciembre

## Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)

|                                    | 2013   | 2014   | 2015   |
|------------------------------------|--------|--------|--------|
| Titulares                          | 8.281  | 8.280  | 8.106  |
| Declaraciones                      | 6.954  | 7.026  | 6.891  |
| Renta bruta / declaración (€)      | 19.109 | 19.121 | 20.020 |
| Renta disponible / declaración (€) | 16.200 | 16.099 | 17.009 |



### Empresas activas - 2017\*

\* excepto sector primario

|              |     |
|--------------|-----|
| Total        | 941 |
| Industria    | 100 |
| Construcción | 107 |
| Servicios    | 734 |

### Vehículos por tipo y carburante - 2016

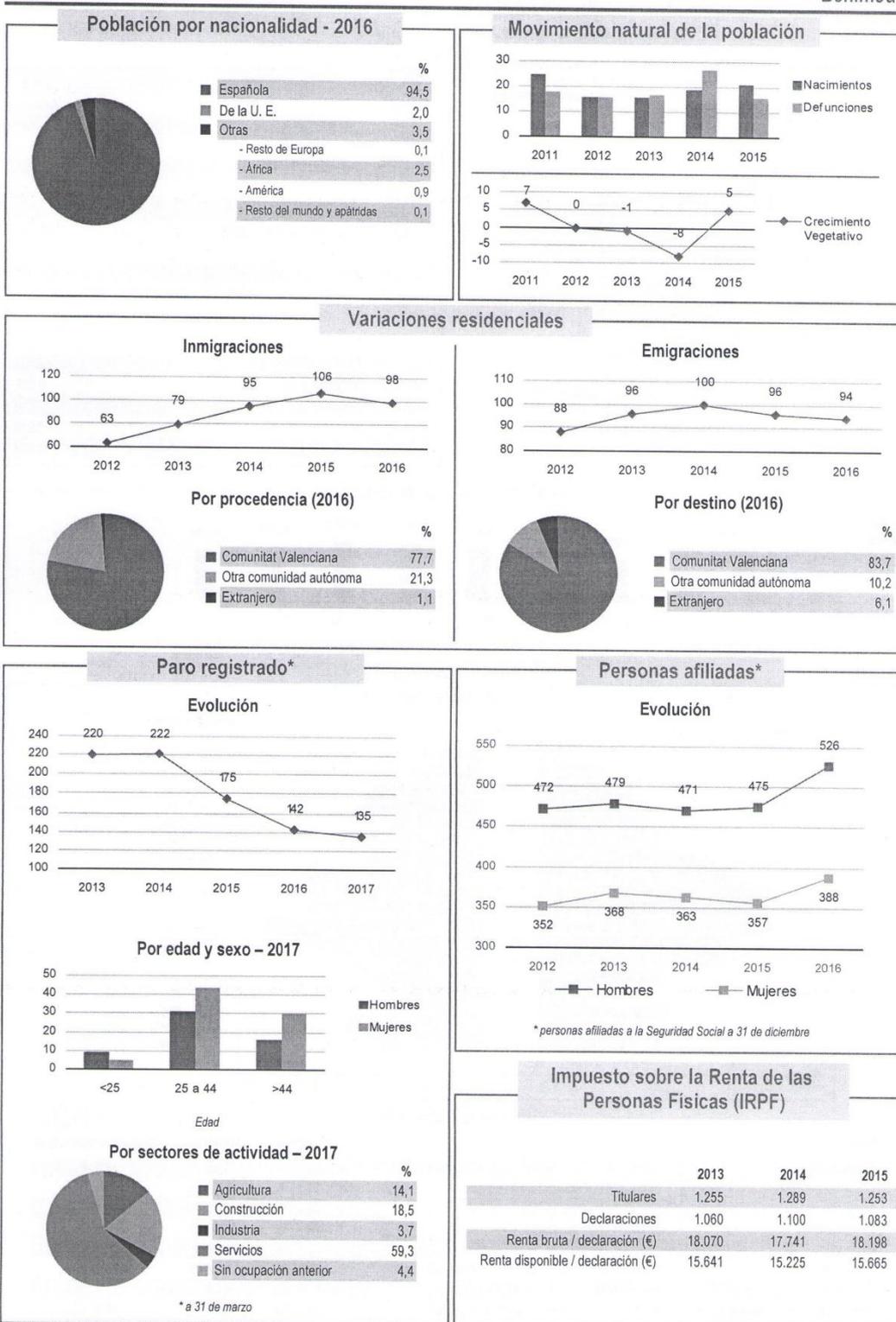
|                        | Total  | Diésel | Gasolina | Electr. | Resto |
|------------------------|--------|--------|----------|---------|-------|
| Total                  | 11.936 | 7.608  | 4.101    | 2       | 225   |
| Turismos               | 7.712  | 5.314  | 0        | 0       | 0     |
| Motocicletas           | 685    | 0      | 2.398    | 0       | 4     |
| Furgonetas y camiones  | 2.110  | 1.986  | 124      | 0       | 0     |
| Autobuses              | 19     | 19     | 0        | 0       | 0     |
| Tractores industriales | 163    | 163    | 0        | 0       | 0     |
| Ciclomotores           | 887    | 31     | 856      | 0       | 0     |
| Otros                  | 360    | 95     | 42       | 2       | 221   |

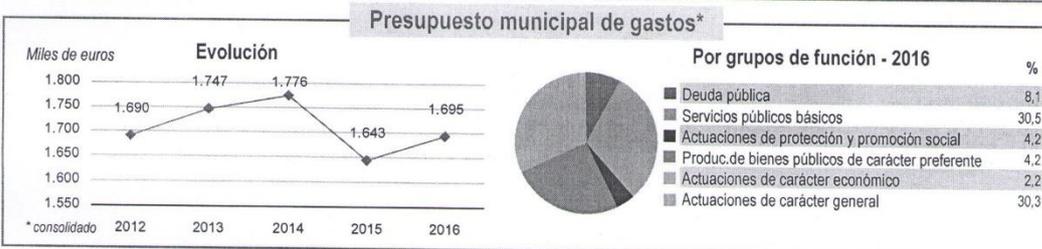
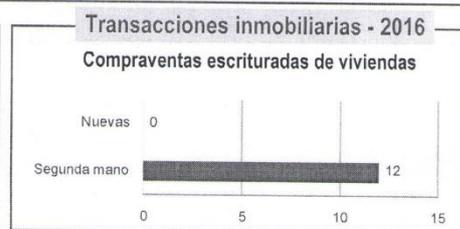
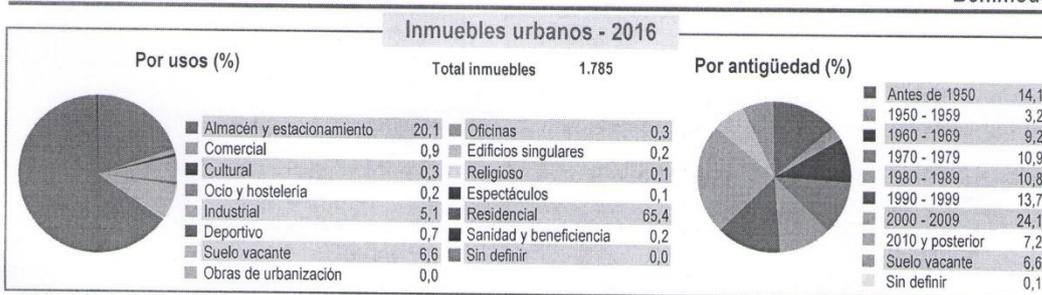
### Oferta turística - 2016

|                            | Establecimientos | Plazas |
|----------------------------|------------------|--------|
| Hoteles                    | 1                | 42     |
| Hostales                   | 1                | 20     |
| Apartamentos               | 1                | 6      |
| Campings                   | 0                | 0      |
| Casas rurales              | 0                | 0      |
| Albergues                  | 0                | 0      |
| Pensiones                  | 0                | 0      |
| Restaurantes               | 23               | 1.108  |
| Agencias de viaje          | 3                | -      |
| Empresas de turismo activo | 1                | -      |









### Empresas activas - 2017\*

\* excepto sector primario

|              |     |
|--------------|-----|
| Total        | 102 |
| Industria    | 11  |
| Construcción | 19  |
| Servicios    | 72  |

### Vehículos por tipo y carburante - 2016

|                        | Total | Diésel | Gasolina | Electr. | Resto |
|------------------------|-------|--------|----------|---------|-------|
| Total                  | 1.828 | 1.101  | 711      | 0       | 16    |
| Turismos               | 1.227 | 842    | 0        | 0       | 0     |
| Motocicletas           | 123   | 0      | 385      | 0       | 0     |
| Furgonetas y camiones  | 266   | 242    | 24       | 0       | 0     |
| Autobuses              | 0     | 0      | 0        | 0       | 0     |
| Tractores industriales | 4     | 4      | 0        | 0       | 0     |
| Ciclomotores           | 181   | 5      | 176      | 0       | 0     |
| Otros                  | 27    | 8      | 3        | 0       | 16    |

### Oferta turística - 2016

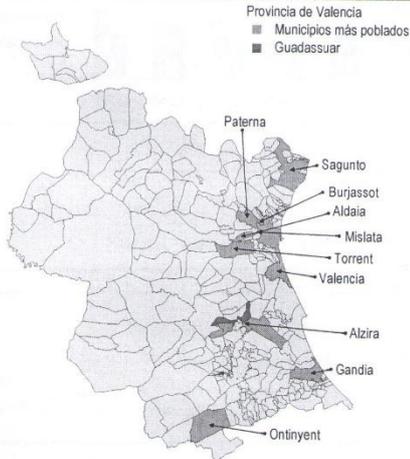
|                            | Establecimientos | Plazas |
|----------------------------|------------------|--------|
| Hoteles                    | 0                | 0      |
| Hostales                   | 0                | 0      |
| Apartamentos               | 2                | 10     |
| Campings                   | 0                | 0      |
| Casas rurales              | 0                | 0      |
| Albergues                  | 0                | 0      |
| Pensiones                  | 0                | 0      |
| Restaurantes               | 0                | 0      |
| Agencias de viaje          | 0                | -      |
| Empresas de turismo activo | 0                | -      |



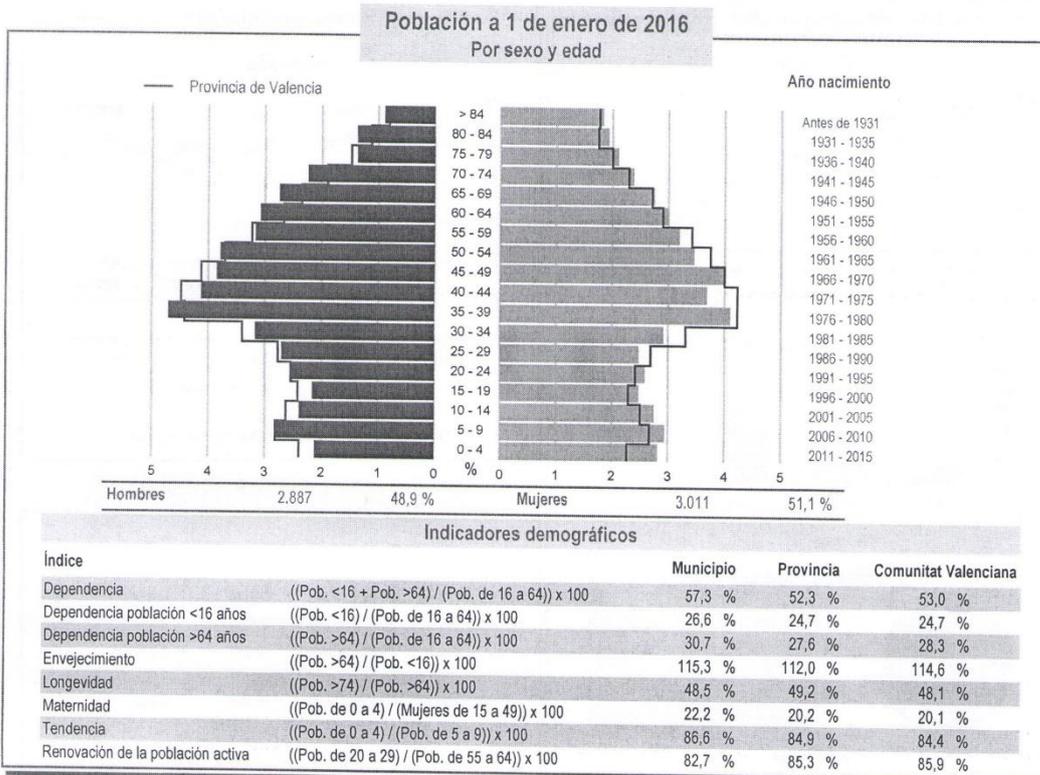


## Ficha municipal Actualización 2017

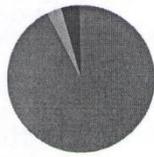
Guadassuar



|  |                |            |
|--|----------------|------------|
| Código INE                               | 46139          |            |
| Provincia                                | Valencia       |            |
| Comarca                                  | La Ribera Alta |            |
| Distancia a la capital de provincia (Km) | 33,8           |            |
| Altitud (m)                              | 23             |            |
| Superficie (Km²)                         | 35,29          |            |
| Densidad de población (hab/Km²) - 2016   | 167,13         |            |
| Municipio costero                        | No             |            |
|  | Número         | Habitantes |
| Población a 1 de enero 2016              | -              | 5.898      |
| Entidades singulares                     | 1              | -          |
| Núcleos                                  | 1              | 5.830      |
| Diseminados                              | 1              | 68         |

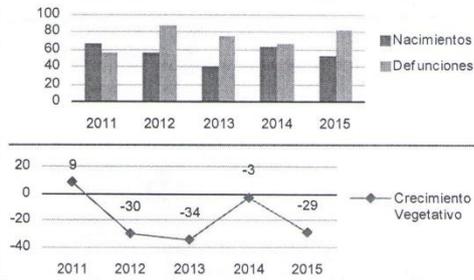


### Población por nacionalidad - 2016



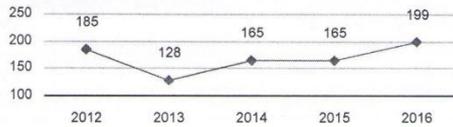
| Nacionalidad                  | %    |
|-------------------------------|------|
| Española                      | 92,8 |
| De la U. E.                   | 3,1  |
| Otras                         | 4,1  |
| - Resto de Europa             | 2,6  |
| - África                      | 0,8  |
| - América                     | 0,4  |
| - Resto del mundo y apátridas | 0,4  |

### Movimiento natural de la población



### Variaciones residenciales

#### Inmigraciones

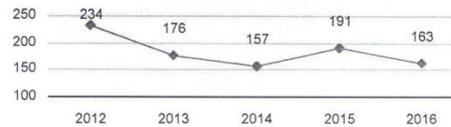


#### Por procedencia (2016)

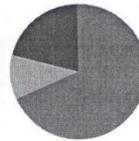


| Procedencia             | %    |
|-------------------------|------|
| Comunitat Valenciana    | 70,6 |
| Otra comunidad autónoma | 19,6 |
| Extranjero              | 9,8  |

#### Emigraciones



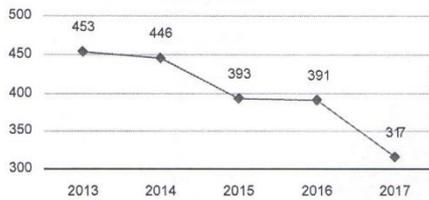
#### Por destino (2016)



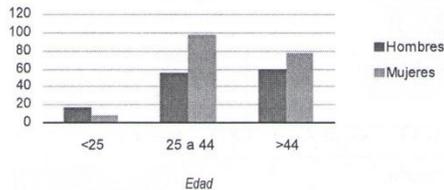
| Destino                 | %    |
|-------------------------|------|
| Comunitat Valenciana    | 67,8 |
| Otra comunidad autónoma | 11,1 |
| Extranjero              | 21,1 |

### Paro registrado\*

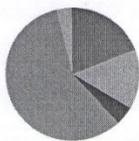
#### Evolución



#### Por edad y sexo - 2017



#### Por sectores de actividad - 2017

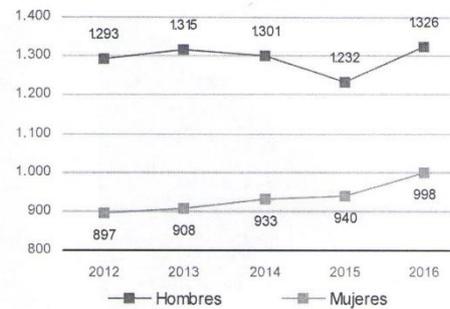


| Sector                 | %    |
|------------------------|------|
| Agricultura            | 19,6 |
| Construcción           | 13,9 |
| Industria              | 4,7  |
| Servicios              | 58,4 |
| Sin ocupación anterior | 3,5  |

\* a 31 de marzo

### Personas afiliadas\*

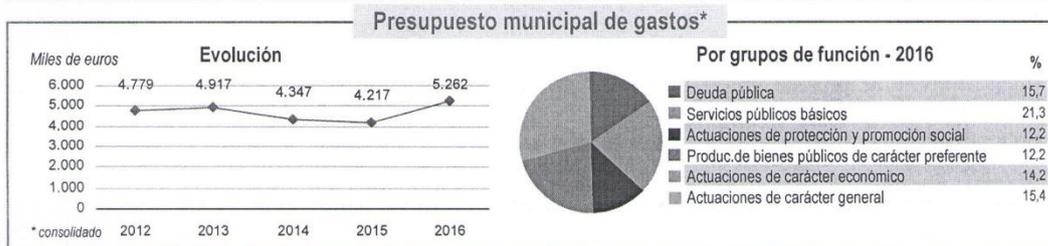
#### Evolución



\* personas afiliadas a la Seguridad Social a 31 de diciembre

### Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)

|                                    | 2013   | 2014   | 2015   |
|------------------------------------|--------|--------|--------|
| Titulares                          | 3.530  | 3.528  | 3.500  |
| Declaraciones                      | 2.968  | 2.980  | 3.013  |
| Renta bruta / declaración (€)      | 19.174 | 19.037 | 19.593 |
| Renta disponible / declaración (€) | 16.268 | 16.064 | 16.629 |



### Empresas activas - 2017\*

\* excepto sector primario

|              |     |
|--------------|-----|
| Total        | 394 |
| Industria    | 51  |
| Construcción | 44  |
| Servicios    | 299 |

### Vehículos por tipo y carburante - 2016

|                        | Total | Diésel | Gasolina | Electr. | Resto |
|------------------------|-------|--------|----------|---------|-------|
| Total                  | 4.678 | 2.853  | 1.745    | 4       | 76    |
| Turismos               | 3.109 | 2.115  | 1        | 1       | 1     |
| Motocicletas           | 359   | 1      | 992      | 1       | 0     |
| Furgonetas y camiones  | 727   | 680    | 47       | 0       | 0     |
| Autobuses              | 0     | 0      | 0        | 0       | 0     |
| Tractores industriales | 19    | 19     | 0        | 0       | 0     |
| Ciclomotores           | 343   | 7      | 336      | 0       | 0     |
| Otros                  | 121   | 31     | 13       | 2       | 75    |

### Oferta turística - 2016

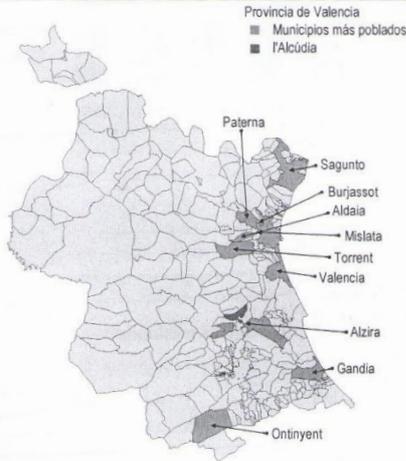
|                            | Establecimientos | Plazas |
|----------------------------|------------------|--------|
| Hoteles                    | 0                | 0      |
| Hostales                   | 0                | 0      |
| Apartamentos               | 0                | 0      |
| Campings                   | 0                | 0      |
| Casas rurales              | 2                | 13     |
| Albergues                  | 0                | 0      |
| Pensiones                  | 0                | 0      |
| Restaurantes               | 4                | 339    |
| Agencias de viaje          | 1                | -      |
| Empresas de turismo activo | 0                | -      |





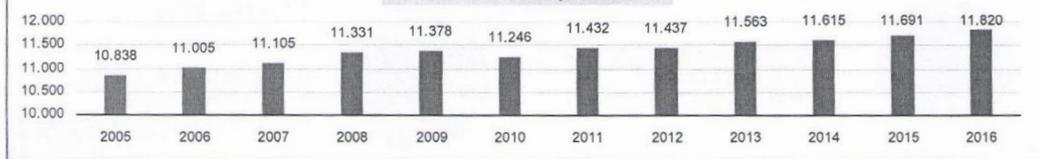
## Ficha municipal Actualización 2017

l'Alcúdia



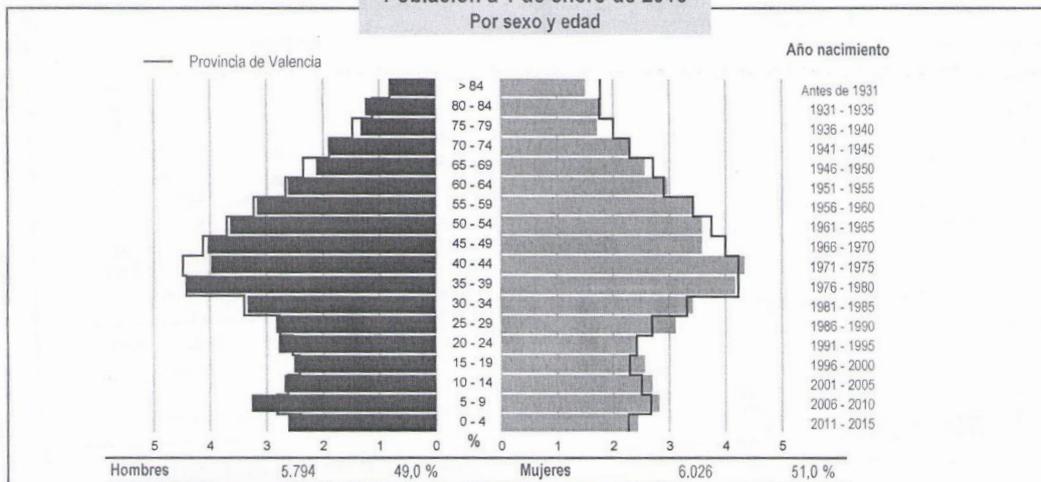
|  |                |
|--|----------------|
| Código INE                               | 46019          |
| Provincia                                | Valencia       |
| Comarca                                  | La Ribera Alta |
| Distancia a la capital de provincia (Km) | 31,8           |
| Altitud (m)                              | 32             |
| Superficie (Km²)                         | 23,67          |
| Densidad de población (hab/Km²) - 2016   | 499,42         |
| Municipio costero                        | No             |
| <b>Número Habitantes</b>                 |                |
| Población a 1 de enero 2016              | 11.820         |
| Entidades singulares                     | 3              |
| Núcleos                                  | 4              |
| Diseminados                              | 23             |

### Evolución de la población



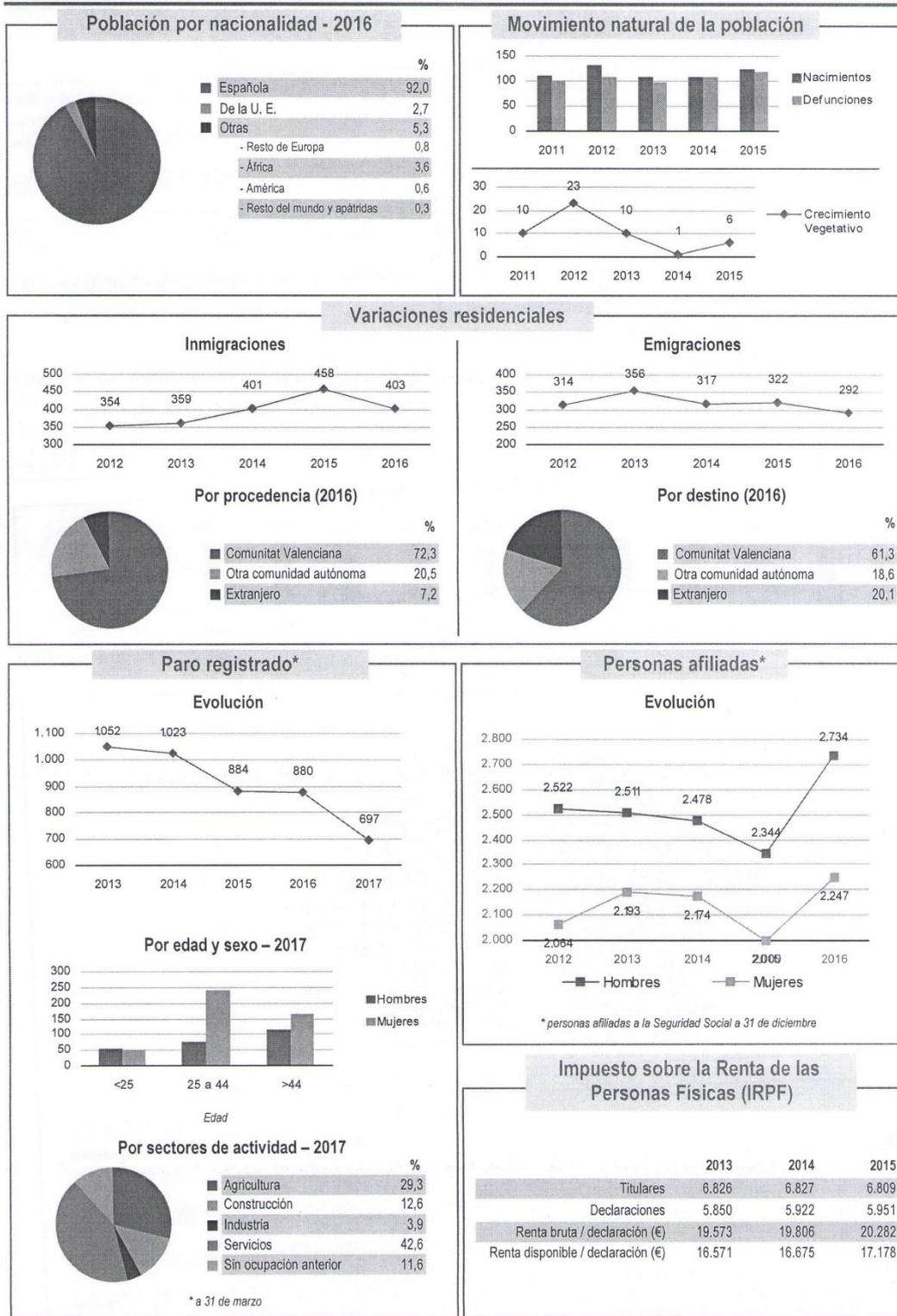
### Población a 1 de enero de 2016

Por sexo y edad



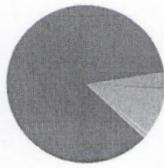
### Indicadores demográficos

| Índice                            | Fórmula   | Municipio | Provincia | Comunitat Valenciana |
|-----------------------------------|---|-----------|-----------|----------------------|
| Dependencia                       | $((\text{Pob. } <16 + \text{Pob. } >64) / (\text{Pob. de 16 a 64})) \times 100$ | 53,2 %    | 52,3 %    | 53,0 %               |
| Dependencia población <16 años    | $((\text{Pob. } <16) / (\text{Pob. de 16 a 64})) \times 100$                    | 26,9 %    | 24,7 %    | 24,7 %               |
| Dependencia población >64 años    | $((\text{Pob. } >64) / (\text{Pob. de 16 a 64})) \times 100$                    | 26,3 %    | 27,6 %    | 28,3 %               |
| Envejecimiento                    | $((\text{Pob. } >64) / (\text{Pob. } <16)) \times 100$                          | 97,7 %    | 112,0 %   | 114,6 %              |
| Longevidad                        | $((\text{Pob. } >74) / (\text{Pob. } >64)) \times 100$                          | 48,6 %    | 49,2 %    | 48,1 %               |
| Maternidad                        | $((\text{Pob. de 0 a 4}) / (\text{Mujeres de 15 a 49})) \times 100$             | 21,5 %    | 20,2 %    | 20,1 %               |
| Tendencia                         | $((\text{Pob. de 0 a 4}) / (\text{Pob. de 5 a 9})) \times 100$                  | 83,5 %    | 84,9 %    | 84,4 %               |
| Renovación de la población activa | $((\text{Pob. de 20 a 29}) / (\text{Pob. de 55 a 64})) \times 100$              | 91,7 %    | 85,3 %    | 85,9 %               |



## Inmuebles urbanos - 2016

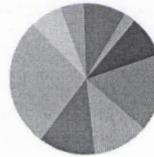
Por usos (%)



| Uso                       | Porcentaje (%) |
|---------------------------|----------------|
| Almacén y estacionamiento | 22,9           |
| Comercial                 | 2,9            |
| Cultural                  | 0,1            |
| Ocio y hostelería         | 0,2            |
| Industrial                | 4,7            |
| Deportivo                 | 0,1            |
| Suelo vacante             | 5,1            |
| Obras de urbanización     | 0,1            |
| Oficinas                  | 0,8            |
| Edificios singulares      | 0,1            |
| Religioso                 | 0,1            |
| Espectáculos              | 0,0            |
| Residencial               | 63,1           |
| Sanidad y beneficencia    | 0,1            |
| Sin definir               | 0,0            |

Total inmuebles 9.695

Por antigüedad (%)



| Antigüedad       | Porcentaje (%) |
|------------------|----------------|
| Antes de 1950    | 9,3            |
| 1950 - 1959      | 2,3            |
| 1960 - 1969      | 8,6            |
| 1970 - 1979      | 16,5           |
| 1980 - 1989      | 11,4           |
| 1990 - 1999      | 12,0           |
| 2000 - 2009      | 27,7           |
| 2010 y posterior | 7,1            |
| Suelo vacante    | 5,1            |
| Sin definir      | 0,0            |

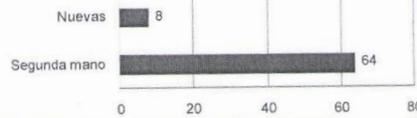
## Licencias municipales concedidas

Por tipo de obra



## Transacciones inmobiliarias - 2016

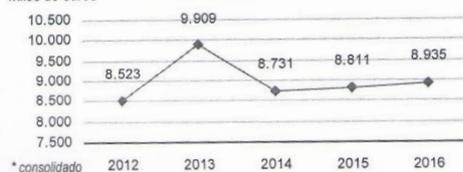
Compraventas escrituradas de viviendas



## Presupuesto municipal de gastos\*

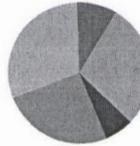
Miles de euros

Evolución



\* consolidado

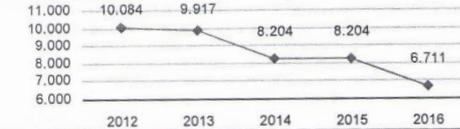
Por grupos de función - 2016



| Grupo de función                                 | Porcentaje (%) |
|--|----------------|
| Deuda pública                                    | 9,1            |
| Servicios públicos básicos                       | 28,4           |
| Actuaciones de protección y promoción social     | 6,4            |
| Produc.de bienes públicos de carácter preferente | 6,4            |
| Actuaciones de carácter económico                | 1,1            |
| Actuaciones de carácter general                  | 30,0           |

## Deuda viva del ayuntamiento

Miles de euros



## Empresas activas - 2017\*

\* excepto sector primario

| Categoría    | Cantidad |
|--------------|----------|
| Total        | 747      |
| Industria    | 72       |
| Construcción | 73       |
| Servicios    | 602      |

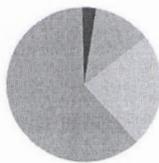
## Vehículos por tipo y carburante - 2016

|                        | Total | Diésel | Gasolina | Electr. | Resto |
|------------------------|-------|--------|----------|---------|-------|
| Total                  | 8.870 | 5.393  | 3.349    | 7       | 121   |
| Turismos               | 5.774 | 3.830  | 1        | 0       | 0     |
| Motocicletas           | 638   | 1      | 1.944    | 1       | 1     |
| Furgonetas y camiones  | 1.538 | 1.438  | 100      | 0       | 0     |
| Autobuses              | 2     | 2      | 0        | 0       | 0     |
| Tractores industriales | 58    | 58     | 0        | 0       | 0     |
| Ciclomotores           | 664   | 23     | 641      | 0       | 0     |
| Otros                  | 196   | 41     | 29       | 6       | 120   |

## Oferta turística - 2016

|                            | Establecimientos | Plazas |
|----------------------------|------------------|--------|
| Hoteles                    | 1                | 56     |
| Hostales                   | 0                | 0      |
| Apartamentos               | 0                | 0      |
| Campings                   | 0                | 0      |
| Casas rurales              | 0                | 0      |
| Albergues                  | 0                | 0      |
| Pensiones                  | 3                | 79     |
| Restaurantes               | 13               | 715    |
| Agencias de viaje          | 3                | -      |
| Empresas de turismo activo | 0                | -      |

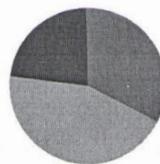
## Superficies de cultivo - 2016\*



| Categoría                     | Porcentaje (%) |
|-------------------------------|----------------|
| Cereales                      | 0,0            |
| Leguminosas                   | 0,0            |
| Tubérculos                    | 2,8            |
| Cult. industriales            | 0,0            |
| Cult. forrajeros              | 0,0            |
| Hortalizas                    | 11,3           |
| Flores y plantas ornamentales | 0,7            |
| Citricos                      | 23,4           |
| Frutales                      | 61,8           |
| Viña                          | 0,0            |
| Olivar                        | 0,0            |
| Viveros                       | 0,0            |
| Otros                         | 0,0            |

\* estimaciones municipales

## Elecciones municipales - 2015

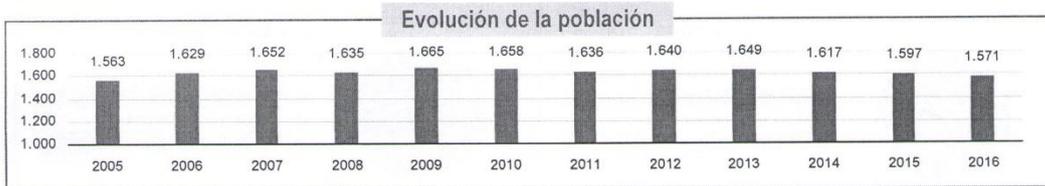


| Candidaturas | %Votos | Concejales |
|--------------|--------|------------|
| PP           | 33,18  | 6          |
| PSPV         | 43,88  | 7          |
| Compromis    | 22,94  | 4          |
| C's          | 0,00   | 0          |
| EUPV         | 0,00   | 0          |
| Otras        | 0,00   | 0          |

**Ficha municipal**  
**Actualización 2017**



|  |                |            |
|--|----------------|------------|
| Código INE                               | 46162          |            |
| Provincia                                | Valencia       |            |
| Comarca                                  | La Ribera Alta |            |
| Distancia a la capital de provincia (Km) | 38,2           |            |
| Altitud (m)                              | 28             |            |
| Superficie (Km²)                         | 7,48           |            |
| Densidad de población (hab/Km²) - 2016   | 209,93         |            |
| Municipio costero                        | No             |            |
|  | Número         | Habitantes |
| Población a 1 de enero 2016              | -              | 1.571      |
| Entidades singulares                     | 1              | -          |
| Núcleos                                  | 1              | 1.556      |
| Diseminados                              | 1              | 15         |



**Población a 1 de enero de 2016**  
**Por sexo y edad**

Provincia de Valencia

Año nacimiento

| Edad    | Hombres (%) | Mujeres (%) |
|---------|-------------|-------------|
| > 84    | 0,1         | 0,1         |
| 80 - 84 | 0,2         | 0,2         |
| 75 - 79 | 0,3         | 0,3         |
| 70 - 74 | 0,4         | 0,4         |
| 65 - 69 | 0,5         | 0,5         |
| 60 - 64 | 0,6         | 0,6         |
| 55 - 59 | 0,7         | 0,7         |
| 50 - 54 | 0,8         | 0,8         |
| 45 - 49 | 0,9         | 0,9         |
| 40 - 44 | 1,0         | 1,0         |
| 35 - 39 | 1,1         | 1,1         |
| 30 - 34 | 1,2         | 1,2         |
| 25 - 29 | 1,3         | 1,3         |
| 20 - 24 | 1,4         | 1,4         |
| 15 - 19 | 1,5         | 1,5         |
| 10 - 14 | 1,6         | 1,6         |
| 5 - 9   | 1,7         | 1,7         |
| 0 - 4   | 1,8         | 1,8         |

Hombres: 819 (52,1%)      Mujeres: 752 (47,9%)

**Indicadores demográficos**

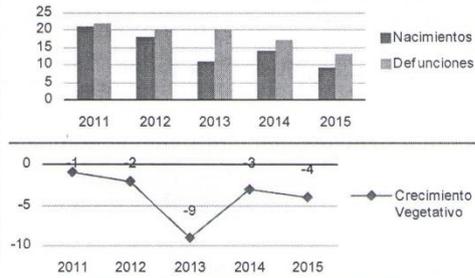
| Índice                            | Municipio | Provincia | Comunitat Valenciana |
|-----------------------------------|-----------|-----------|----------------------|
| Dependencia                       | 50,6 %    | 52,3 %    | 53,0 %               |
| Dependencia población <16 años    | 20,6 %    | 24,7 %    | 24,7 %               |
| Dependencia población >64 años    | 30,0 %    | 27,6 %    | 28,3 %               |
| Envejecimiento                    | 145,6 %   | 112,0 %   | 114,6 %              |
| Longevidad                        | 52,7 %    | 49,2 %    | 48,1 %               |
| Maternidad                        | 20,5 %    | 20,2 %    | 20,1 %               |
| Tendencia                         | 79,1 %    | 84,9 %    | 84,4 %               |
| Renovación de la población activa | 79,4 %    | 85,3 %    | 85,9 %               |

### Población por nacionalidad - 2016



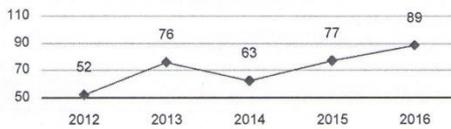
| Nacionalidad                  | %    |
|-------------------------------|------|
| Española                      | 89,6 |
| De la U. E.                   | 3,9  |
| Otras                         | 6,4  |
| - Resto de Europa             | 3,8  |
| - África                      | 2,3  |
| - América                     | 0,4  |
| - Resto del mundo y apátridas | 0,0  |

### Movimiento natural de la población



### Variaciones residenciales

#### Inmigraciones

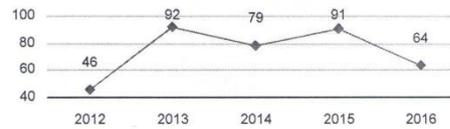


#### Por procedencia (2016)

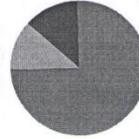


| Procedencia             | %    |
|-------------------------|------|
| Comunitat Valenciana    | 79,7 |
| Otra comunidad autónoma | 14,1 |
| Extranjero              | 6,3  |

#### Emigraciones



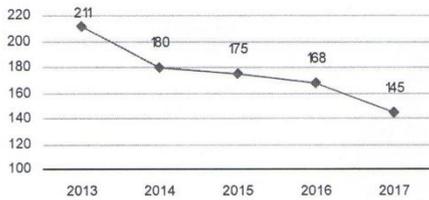
#### Por destino (2016)



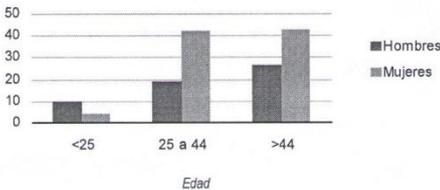
| Destino                 | %    |
|-------------------------|------|
| Comunitat Valenciana    | 74,2 |
| Otra comunidad autónoma | 12,4 |
| Extranjero              | 13,5 |

### Paro registrado\*

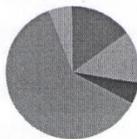
#### Evolución



#### Por edad y sexo - 2017



#### Por sectores de actividad - 2017

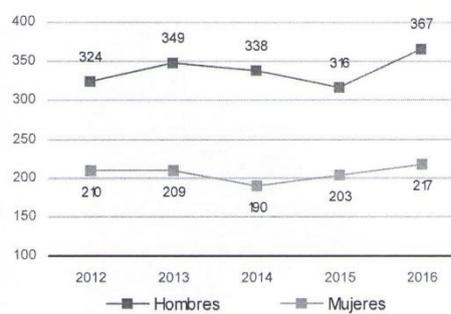


| Sector                 | %    |
|------------------------|------|
| Agricultura            | 15,2 |
| Construcción           | 12,4 |
| Industria              | 4,8  |
| Servicios              | 62,1 |
| Sin ocupación anterior | 5,5  |

\* a 31 de marzo

### Personas afiliadas\*

#### Evolución

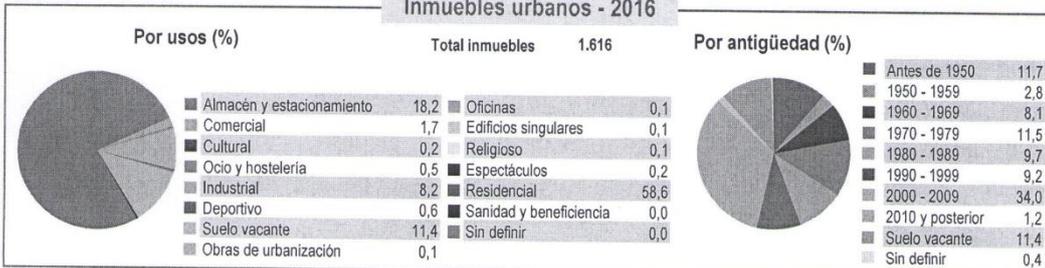


\* personas afiliadas a la Seguridad Social a 31 de diciembre

### Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)

|                                    | 2013   | 2014   | 2015   |
|------------------------------------|--------|--------|--------|
| Titulares                          | 899    | 896    | 889    |
| Declaraciones                      | 739    | 747    | 738    |
| Renta bruta / declaración (€)      | 15.534 | 15.894 | 15.922 |
| Renta disponible / declaración (€) | 13.442 | 13.733 | 13.908 |

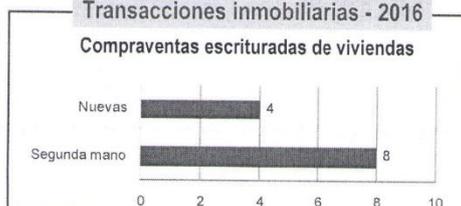
## Inmuebles urbanos - 2016



## Licencias municipales concedidas



## Transacciones inmobiliarias - 2016



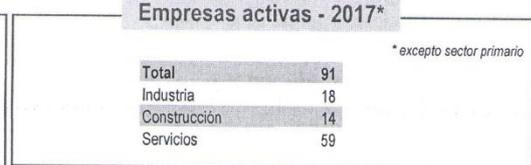
## Presupuesto municipal de gastos\*



## Deuda viva del ayuntamiento



## Empresas activas - 2017\*



## Vehículos por tipo y carburante - 2016

|                        | Total | Diésel | Gasolina | Electr. | Resto |
|------------------------|-------|--------|----------|---------|-------|
| Total                  | 1.455 | 814    | 630      | 0       | 11    |
| Turismos               | 856   | 554    | 0        | 0       | 1     |
| Motocicletas           | 116   | 0      | 301      | 0       | 0     |
| Furgonetas y camiones  | 269   | 252    | 17       | 0       | 0     |
| Autobuses              | 0     | 0      | 0        | 0       | 0     |
| Tractores industriales | 2     | 2      | 0        | 0       | 0     |
| Ciclomotores           | 200   | 5      | 195      | 0       | 0     |
| Otros                  | 12    | 1      | 1        | 0       | 10    |

## Oferta turística - 2016

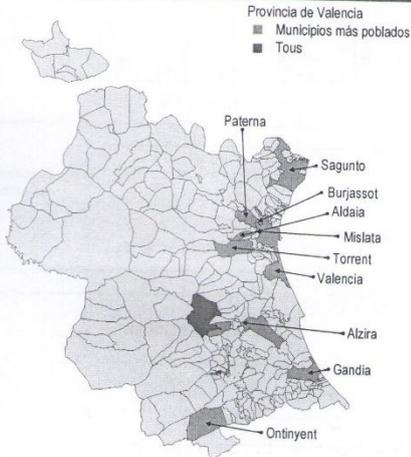
|                            | Establecimientos | Plazas |
|----------------------------|------------------|--------|
| Hoteles                    | 0                | 0      |
| Hostales                   | 0                | 0      |
| Apartamentos               | 0                | 0      |
| Campings                   | 0                | 0      |
| Casas rurales              | 1                | 6      |
| Albergues                  | 0                | 0      |
| Pensiones                  | 0                | 0      |
| Restaurantes               | 8                | 351    |
| Agencias de viaje          | 0                | -      |
| Empresas de turismo activo | 0                | -      |

## Superficies de cultivo - 2016\*

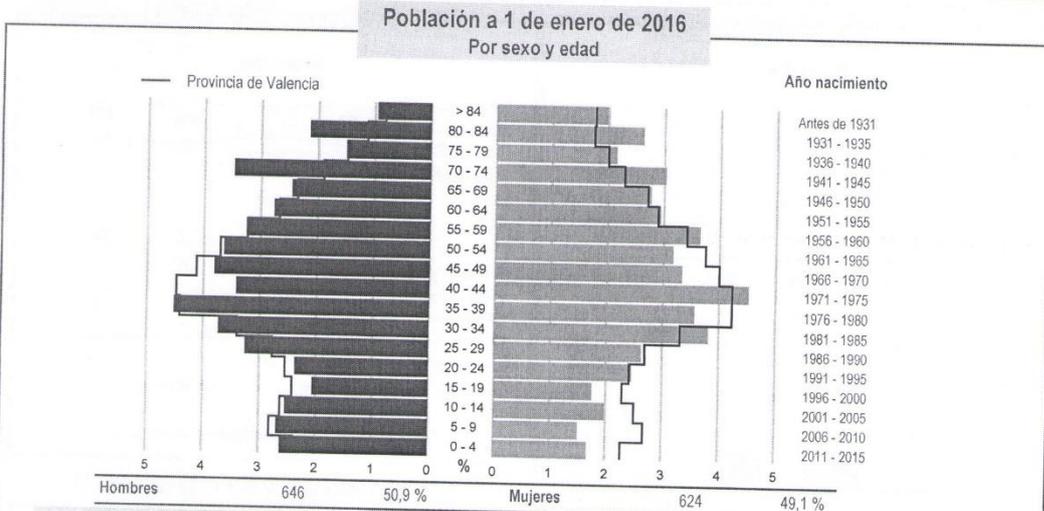


## Elecciones municipales - 2015



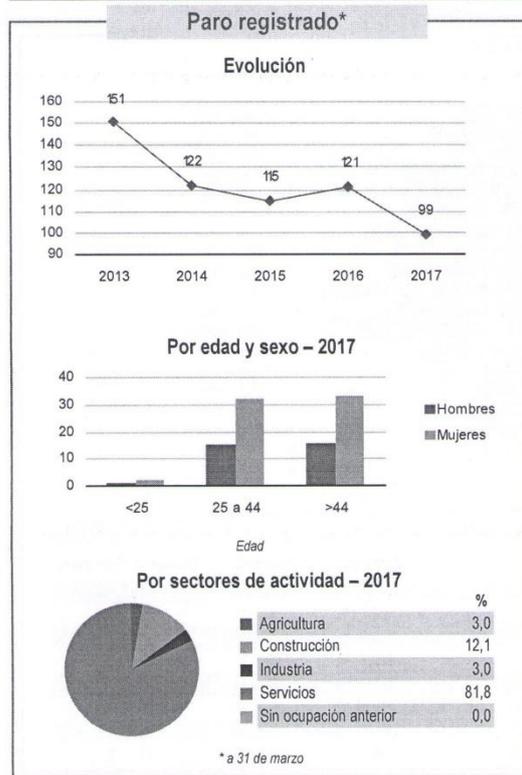
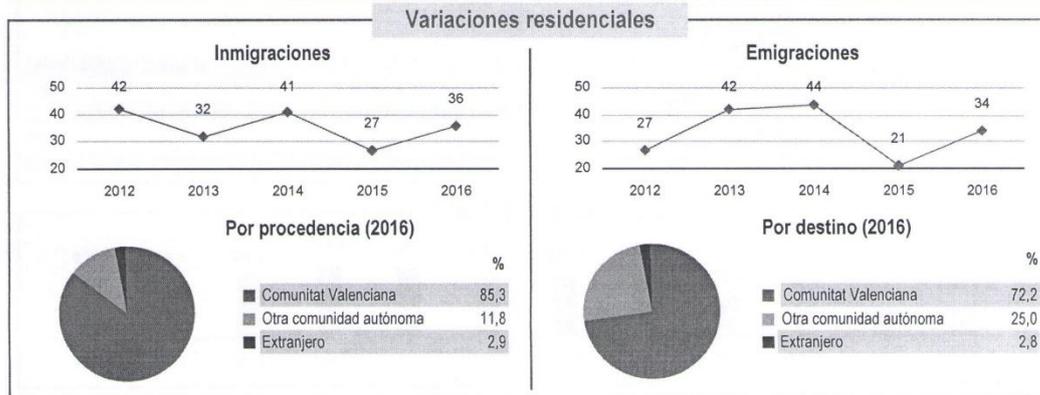
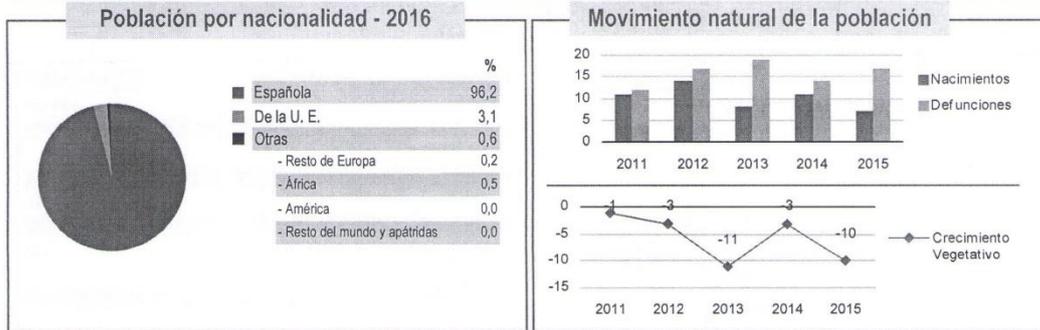


|  |                |            |
|--|----------------|------------|
| Código INE                               | 46246          |            |
| Provincia                                | Valencia       |            |
| Comarca                                  | La Ribera Alta |            |
| Distancia a la capital de provincia (Km) |                |            |
|  | 46,0           |            |
| Altitud (m)                              |                |            |
|  | 98             |            |
| Superficie (Km²)                         |                |            |
|  | 127,52         |            |
| Densidad de población (hab/Km²) - 2016   |                |            |
|  | 9,96           |            |
| Municipio costero                        |                |            |
|  | No             |            |
|  | Número         | Habitantes |
| Población a 1 de enero 2016              | -              | 1.270      |
| Entidades singulares                     | 2              | -          |
| Núcleos                                  | 1              | 1.270      |
| Diseminados                              | 1              | 0          |



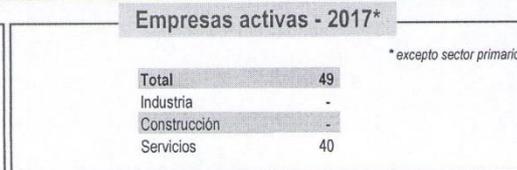
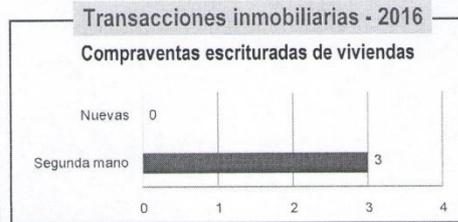
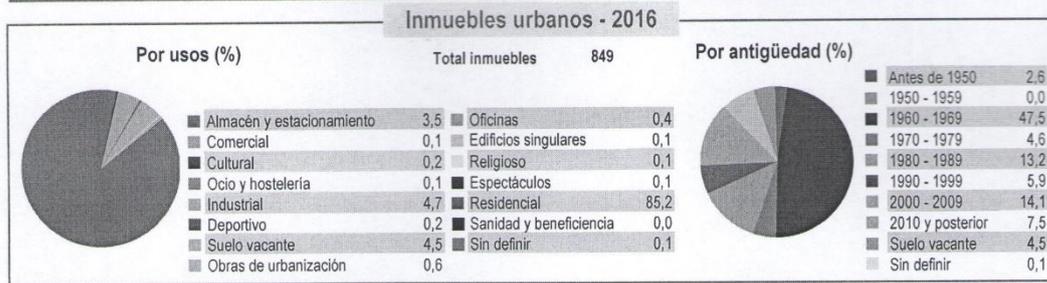
### Indicadores demográficos

| Índice                            | Fórmula   | Municipio | Provincia | Comunitat Valenciana |
|-----------------------------------|---|-----------|-----------|----------------------|
| Dependencia                       | $((\text{Pob. } <16 + \text{Pob. } >64) / (\text{Pob. de 16 a 64})) \times 100$ | 56,6 %    | 52,3 %    | 53,0 %               |
| Dependencia población <16 años    | $((\text{Pob. } <16) / (\text{Pob. de 16 a 64})) \times 100$                    | 20,7 %    | 24,7 %    | 24,7 %               |
| Dependencia población >64 años    | $((\text{Pob. } >64) / (\text{Pob. de 16 a 64})) \times 100$                    | 35,9 %    | 27,6 %    | 28,3 %               |
| Envejecimiento                    | $((\text{Pob. } >64) / (\text{Pob. } <16)) \times 100$                          | 173,2 %   | 112,0 %   | 114,6 %              |
| Longevidad                        | $((\text{Pob. } >74) / (\text{Pob. } >64)) \times 100$                          | 49,1 %    | 49,2 %    | 48,1 %               |
| Maternidad                        | $((\text{Pob. de 0 a 4}) / (\text{Mujeres de 15 a 49})) \times 100$             | 19,4 %    | 20,2 %    | 20,1 %               |
| Tendencia                         | $((\text{Pob. de 0 a 4}) / (\text{Pob. de 5 a 9})) \times 100$                  | 101,9 %   | 84,9 %    | 84,4 %               |
| Renovación de la población activa | $((\text{Pob. de 20 a 29}) / (\text{Pob. de 55 a 64})) \times 100$              | 84,9 %    | 85,3 %    | 85,9 %               |



### Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)

|                                    | 2013   | 2014   | 2015   |
|------------------------------------|--------|--------|--------|
| Titulares                          | 748    | 738    | 717    |
| Declaraciones                      | 617    | 617    | 611    |
| Renta bruta / declaración (€)      | 17.102 | 16.832 | 18.328 |
| Renta disponible / declaración (€) | 14.787 | 14.426 | 15.655 |

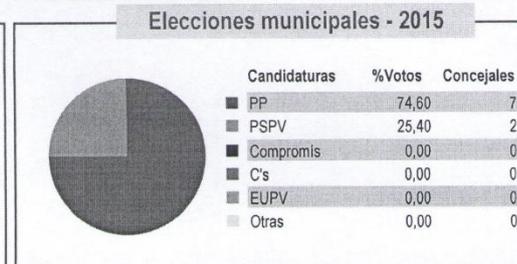


### Vehículos por tipo y carburante - 2016

|                        | Total | Diésel | Gasolina | Electr. | Resto |
|------------------------|-------|--------|----------|---------|-------|
| Total                  | 1.034 | 697    | 328      | 0       | 9     |
| Turismos               | 626   | 488    | 0        | 0       | 0     |
| Motocicletas           | 60    | 0      | 138      | 0       | 0     |
| Furgonetas y camiones  | 201   | 189    | 12       | 0       | 0     |
| Autobuses              | 7     | 7      | 0        | 0       | 0     |
| Tractores industriales | 5     | 5      | 0        | 0       | 0     |
| Ciclomotores           | 116   | 1      | 115      | 0       | 0     |
| Otros                  | 19    | 7      | 3        | 0       | 9     |

### Oferta turística - 2016

|                            | Establecimientos | Plazas |
|----------------------------|------------------|--------|
| Hoteles                    | 0                | 0      |
| Hostales                   | 0                | 0      |
| Apartamentos               | 0                | 0      |
| Campings                   | 0                | 0      |
| Casas rurales              | 0                | 0      |
| Albergues                  | 0                | 0      |
| Pensiones                  | 0                | 0      |
| Restaurantes               | 2                | 80     |
| Agencias de viaje          | 1                | -      |
| Empresas de turismo activo | 0                | -      |



## 6.2 Anexo II

### Modelo del cuestionario

Población \_\_\_\_\_ N° cuestionario \_\_\_\_\_

*Buenos días/tardes. Agradecemos mucho su colaboración contestando las siguientes preguntas, con el objetivo de realizar un análisis de situación para el desarrollo turístico en el territorio de estudio (Municipios de L'Alcúdia, Carlet, Tous, Benimodo, Massalavés y Guadassuar). Investigación realizada para la elaboración del Trabajo de Fin de carrera, "Planificación y desarrollo del turismo en la Ribera Alta". La información facilitada es de total confidencialidad y anónima, debido al tratamiento global y no de forma individual. Estudio sin fines lucrativos, meramente de investigación.*

P.1 ¿Valora el tiempo de ocio? Sí No

P.2 ¿Qué porcentaje utiliza para el ocio de su tiempo libre?

| 0-20% | 21-50% | 51-75% | 76-90% | 91-100% |
|-------|--------|--------|--------|---------|
|       |        |        |        |         |

P.3 ¿En qué medida le genera interés los siguientes recursos?

|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1 Arquitectura (Iglesias, conventos, ayuntamientos...) |   |   |   |   |   |
| 2 Ferias y congresos                                   |   |   |   |   |   |
| 3 Paisajes naturales                                   |   |   |   |   |   |
| 4 Gastronomía  |   |   |   |   |   |

P.4 Responda Si o No, las siguientes preguntas, utilice el siguiente cuadro con el n° de la pregunta para aclarar alguna respuesta o complementarla.

|  |       |
|--|-------|
| 4.1 - ¿Ha disfrutado de vacaciones en algún municipio de la Comunidad Valenciana? Indique cual | Si/No |
| 4.2 - ¿Ha visitado los recursos potenciales que están presentes en el área de estudio?         | Si/No |
| 4.3 - ¿Está usted a favor de la recepción de visitantes en su territorio?                      | Si/No |
| 4.4 - ¿Conoce el termino Turismo de Congresos?   | Si/No |
| 4.5 - ¿Ve potencial en el territorio, para el desarrollo turístico?                            | Si/No |
| 4.6 - En sus viajes, ¿visita usted, la oficina de turismo?                                     | Si/No |
| 4.1  |       |
| 4.2  |       |
| 4.3  |       |
| 4.4  |       |
| 4.5  |       |
| 4.6  |       |

P.5 Valore siendo 1 Nada y 5 Mucho, las siguientes cuestiones.

|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. ¿Recomendaría la visita al territorio del proyecto?                                   |   |   |   |   |   |
| 2. Siendo 1 rural y 5 urbano, ¿cómo calificaría el territorio?                           |   |   |   |   |   |
| 3. ¿Utiliza las nuevas tecnologías para sus viajes? (Reservas, obtención de info, etc..) |   |   |   |   |   |
| 4. ¿Cuál es el estado de las instalaciones?, siendo 1 precario y 5 excelente.            |   |   |   |   |   |
| 5. ¿Asiste a ferias(Gastronómicas ,medievales..), congresos o eventos?                   |   |   |   |   |   |
| 6. ¿Qué opinión le merece la oferta gastronómica del territorio?                         |   |   |   |   |   |

#### Libre respuesta

P.6 - ¿Qué cree que se debería mejorar desde el punto de vista público? ¿Infraestructuras, inversión, profesionalización?

### 6.3 Anexo III

Puesto que los datos han sido sacados de la bibliografía previamente mencionada, estas tablas son los datos para el calcula y elaboración de las gráficas que se muestran en el apartado 2.4 Socio-Economía.

Tabla A : Datos para gráficas apartado 2.4 Socio-Economía

| Paro       |     |     |     |                  | Afiliación             |             |              |           |           |
|------------|-----|-----|-----|------------------|------------------------|-------------|--------------|-----------|-----------|
| Tous       | 122 | 115 | 121 | 99               | T                      | 228         | 232          | 223       | 238       |
| Guadassuar | 446 | 393 | 391 | 317              | G                      | 1111        | 1117         | 1086      | 1162      |
|            | 149 | 142 | 127 |                  |                        |             |              |           |           |
| Carlet     | 5   | 8   | 4   | 1043             | C                      | 2503        | 2572         | 2535      | 2793      |
|            | 102 |     |     |                  |                        |             |              |           |           |
| Alcúdia    | 3   | 884 | 880 | 697              | A                      | 2352        | 2326         | 2172      | 2500      |
| Massalaves | 180 | 175 | 168 | 145              | M                      | 279         | 264          | 260       | 292       |
| Benimodo   | 222 | 175 | 142 | 135              | B                      | 423         | 417          | 416       | 457       |
| IRPF       | 201 | 201 | 201 | renta disponible | Actividad por sectores | Agricultura | Construcción | Industria | Servicios |
| Tous       | 748 | 738 | 717 | 15.655 €         | Tous                   | 3%          | 12%          | 3%        | 81%       |
|            | 353 | 352 | 350 |                  |                        |             |              |           |           |
| Guadassuar | 0   | 8   | 0   | 16.629 €         | Guadassuar             | 19%         | 14%          | 5%        | 57%       |
|            | 828 | 828 | 810 |                  |                        |             |              |           |           |
| Carlet     | 1   | 0   | 6   | 17.000 €         | Carlet                 | 12%         | 12%          | 6%        | 59%       |
|            | 682 | 682 | 680 |                  |                        |             |              |           |           |
| Alcúdia    | 6   | 7   | 9   | 17.178 €         | Alcúdia                | 29%         | 12%          | 4%        | 43%       |
| Massalaves | 899 | 896 | 889 | 13.908 €         | Massalaves             | 15%         | 12%          | 5%        | 62%       |
|            | 125 | 128 | 125 |                  |                        |             |              |           |           |
| Benimodo   | 5   | 9   | 3   | 15.665 €         | Benimodo               | 14%         | 18%          | 4%        | 59%       |

Tabla B: Índice 100 Tasa afiliación

|            |     |        |       |       |
|------------|-----|--------|-------|-------|
| Tous       | 100 | 101,75 | 97,8  | 104,4 |
| Guadasuar  | 100 | 100,5  | 97,7  | 104,6 |
| Carlet     | 100 | 102,8  | 101,3 | 111,9 |
| Alcudia    | 100 | 98,89  | 92,34 | 106,3 |
| Massalavés | 100 | 94,6   | 93,2  | 104,6 |
| Benimodo   | 100 | 98,6   | 98,4  | 108   |

Tabla C: Índice 100 Tasa paro

|            |     |      |      |      |
|------------|-----|------|------|------|
| Tous       | 100 | 94,3 | 99,2 | 81,1 |
| Guadasuar  | 100 | 88,1 | 87,7 | 71,1 |
| Carlet     | 100 | 95,5 | 85,2 | 69,8 |
| Alcúdia    | 100 | 86,4 | 86,0 | 68,1 |
| Massalaves | 100 | 97,2 | 93,3 | 80,6 |
| Benimodo   | 100 | 78,8 | 64,0 | 60,8 |

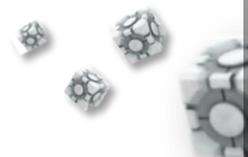


Tabla D: Factores, variables e indicadores para la evaluación analítica e integrada de los Recursos turísticos complementarios

| FACTORES   | VARIABLES   | INDICADORES  | VALORACIÓN MÁXIMA |
|--|---|--|-------------------|
| <b>X. Internos</b>                                     | A. Características intrínsecas  | -Especificidad y singularidad  | <b>20</b>         |
|  | B. Infraestructuras y grado de planificación                                      | -Disponibilidad y calidad de los recursos hídricos<br>-Accesibilidad interna al recurso  |                   |
|  | B.1.- Infraestructura general   | -Grado de calidad de la trama urbana.<br>-Estética de las construcciones.<br>-Estado construcciones<br>-Estado de la urbanización en general   | <b>5</b>          |
|  | B.2.- Grado de urbanización   | -Grado de señalización turística<br>-Servicio de información y gestión.  |                   |
| C. Infraestructura, alojamiento y servicios turísticos | -Capacidad de oferta de alojamiento comercial                                     |  |                   |
|  | C.1. Señalización, servicio de información y gestión turística                    | -Grado de dinámica comercial   |                   |
|  | C.2. Oferta de alojamiento  | -Equipamiento deportivo, cultural y de ocio.<br>-Servicio de abastecimiento de agua<br>-Recogida y tratamiento de residuos sólidos<br>-Depuración de aguas<br>-Transporte público<br>-Servicios sanitarios y asistenciales |                   |
|  | C.3. Comercios  |  |                   |
|  | C.4. Equipamientos, servicios y sectores ambientales clave (Agenda 21).           |  |                   |
| <b>Y. Externos</b>                                     | A. Accesibilidad externa  | -Accesibilidad al destino. Espacio-tiempo.   | <b>10</b>         |
|  | B. Evaluación del recurso en el mercado turístico y volumen de demanda que genera | - Procedencia de la demanda<br>-Grado de atracción del recurso por parte de la demanda   | <b>10</b>         |
|  | <b>TOTAL</b>  |  | <b>50</b>         |

Fuente: López (2014)

**Cálculo de la jerarquía**

J:  $(X+Y)/50 \times 5$

J: Jerarquía

X: Factores internos

Y: Factores externos

50: puntuación máxima del recurso

5: jerarquía máxima del recurso

Tabla E: Valoración y calculo valor jerárquico-

| Nº Recurso | Categoría | F. internos |     |   | F. externos |   | Índice Jerarquico | Jerarquía  |
|------------|-----------|-------------|-----|---|-------------|---|-------------------|------------|
|            |           | A           | B   | C | A           | B |                   |            |
| 1          | B         | 9           | 3   | 4 | 8           | 2 | <b>26</b>         | <b>2,6</b> |
| 2          | B         | 10          | 2,5 | 4 | 7           | 1 | <b>24,5</b>       | <b>2,5</b> |
| 3          | B         | 8           | 3   | 4 | 7           | 2 | <b>24</b>         | <b>2,4</b> |
| 4          | B         | 13          | 4   | 4 | 10          | 8 | <b>39</b>         | <b>3,9</b> |
| 5          | B         | 8           | 3,5 | 4 | 7           | 2 | <b>24,5</b>       | <b>2,5</b> |
| 6          | B         | 18          | 4   | 4 | 8           | 3 | <b>37</b>         | <b>3,7</b> |
| 7          | B         | 11          | 3,5 | 4 | 7           | 1 | <b>26,5</b>       | <b>2,7</b> |
| 8          | B         | 9           | 3   | 4 | 6           | 2 | <b>24</b>         | <b>2,4</b> |
| 9          | B         | 15          | 2,5 | 4 | 10          | 7 | <b>38,5</b>       | <b>3,9</b> |

## Turismo en espacios de interior

|       |   |       |      |      |      |      |       |       |
|-------|---|-------|------|------|------|------|-------|-------|
| 10    | B | 15    | 2    | 4    | 5    | 5    | 31    | 3,1   |
| 11    | D | 10    | 4    | 4    | 8    | 8    | 34    | 3,4   |
| 12    | D | 12    | 4    | 4    | 10   | 10   | 40    | 4,0   |
| 13    | D | 10    | 3    | 4    | 10   | 7    | 34    | 3,4   |
| 14    | D | 10    | 5    | 5    | 10   | 10   | 40    | 4,0   |
| 15    | D | 12    | 5    | 5    | 10   | 9    | 41    | 4,1   |
| 16    | D | 19    | 5    | 5    | 9    | 10   | 48    | 4,8   |
| 17    | D | 14    | 4    | 4    | 8    | 5    | 35    | 3,5   |
| 18    | A | 11    | 3    | 4    | 9    | 5    | 32    | 3,2   |
| 19    | A | 10    | 3    | 4    | 8    | 7    | 32    | 3,2   |
| 20    | B | 15    | 3    | 4    | 9    | 5    | 36    | 3,6   |
| 21    | B | 17    | 4    | 3    | 10   | 7    | 41    | 4,1   |
| 22    | B | 13    | 3    | 3    | 10   | 6    | 35    | 3,5   |
| 23    | B | 11    | 3    | 3    | 9    | 10   | 36    | 3,6   |
| 24    | A | 10    | 2    | 3    | 6    | 6    | 27    | 2,7   |
| 25    | B | 11    | 2    | 3    | 8    | 1    | 25    | 2,5   |
| 26    | B | 9     | 3    | 3    | 10   | 3    | 28    | 2,8   |
| 27    | B | 11    | 2    | 3    | 8    | 4    | 28    | 2,8   |
| 28    | B | 12    | 2    | 3    | 10   | 8    | 35    | 3,5   |
| 29    | B | 9     | 1    | 3    | 9    | 7    | 29    | 2,9   |
| 30    | B | 11    | 2    | 3    | 10   | 6    | 32    | 3,2   |
| 31    | B | 9     | 3    | 3    | 9    | 6    | 30    | 3,0   |
| 32    | B | 12    | 2    | 3    | 9    | 5    | 31    | 3,1   |
| 33    | B | 8     | 3    | 3    | 7    | 4    | 25    | 2,5   |
| 34    | B | 13    | 4    | 3    | 9    | 3    | 32    | 3,2   |
| 35    | B | 6     | 2    | 3    | 8    | 2    | 21    | 2,1   |
| 36    | A | 14    | 2    | 2    | 6    | 1    | 25    | 2,5   |
| 37    | A | 14    | 2    | 1    | 7    | 2    | 26    | 2,6   |
| 38    | B | 12    | 3    | 1    | 6    | 2    | 24    | 2,4   |
| 39    | B | 9     | 3    | 1    | 5    | 2    | 20    | 2,0   |
| 40    | B | 12    | 2    | 1    | 8    | 1    | 24    | 2,4   |
| 41    | B | 19    | 3    | 1    | 10   | 2    | 35    | 3,5   |
| 42    | B | 9     | 1    | 1    | 10   | 1    | 22    | 2,2   |
| 43    | B | 13    | 2    | 1    | 10   | 4    | 30    | 3,0   |
| TOTAL |   | 503   | 126  | 137  | 360  | 202  | 1328  | 132,8 |
| MEDIA |   | 11,70 | 2,93 | 3,19 | 8,37 | 4,70 | 30,88 | 3,1   |