

ADEMUZ > 25

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO
2022-2025



AYUNTAMIENTO
DE ADEMUZ

A M U N D S E N

turismo inteligente

01 DIAGNÓSTICO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA	2
1.1 ANÁLISIS CONTEXTO	3
1.2 ANÁLISIS DE RECURSO. OFERTA TURÍSTICA	10
1.3 IDENTIFICACIÓN Y VALORIZACIÓN DE RECURSOS	27
1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	33
1.5 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO	37
02 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	44
2.1 MODELIZACIÓN PRODUCTO TURÍSTICO	45
03 PLAN OPERATIVO	51
3.1 ARTICULACIÓN ESTRATÉGICA	52
3.2 CUADRO DE MANDO	58
3.3 PLAN DE ACCIÓN ADEMUZ > 22/25. FICHAS DE ACTUACIONES	65

1.1 ANÁLISIS CONTEXTO

En este apartado se pretende realizar una aproximación al contexto que se está estudiando por medio de la descripción básica de factores generales, seleccionados de acuerdo con el interés del estudio, dentro de lo que sería un análisis global de la realidad territorial, social y económica del municipio.

Se seleccionan estos factores y no otros porque se consideran que son los necesarios para conseguir una determinada información que afecta potencialmente a la definición turística

de Ademuz y, por consiguiente, a la aplicación estratégica en ese ámbito.

La profundidad de este análisis es equivalente a la importancia que se le ha otorgado y se ha limitado a los factores más relevantes o de interés para el estudio.

Los factores analizados han sido:

- Situación y descripción espacial.
- Accesibilidad al territorio
- Demografía.
- Estructura productiva.

1.1.2 ANÁLISIS CONTEXTO MUNICIPAL

Situación y descripción

Ademuz es una población de interior situada en la zona noroccidental de la Comunidad Valenciana. Es la capital de la comarca del Rincón de Ademuz, enclave administrativamente perteneciente a la Comunidad Valenciana, pero situado entre tierras de Teruel (Aragón) y Cuenca (Castilla-La Mancha) donde forma una isla. La comarca está compuesta por Ademuz, Castielfabib,

Vallanca, la Puebla de San Miguel, Casas Bajas, Casas Altas y Torrebaja.

En total Ademuz cuenta con 1.027 habitantes en 2021, los cuales residen principalmente en el casco urbano de Ademuz. Además del casco urbano principal, cuenta con una serie de núcleos urbanos o aldeas: Sesga, Mas del Olmo y Val de la Sabina. El término municipal cuenta también con una serie de caseríos o masadas: Altamira,

Guerrero, El Soto, La Balsa y Las Veguilla de San Juan, barrio de San Roque.

Además, parte del casco urbano de la aldea de Torre Alta, que pertenece al Ayuntamiento de Torrebaja, está dentro del término municipal de Ademuz.

Geográficamente el municipio se encuentra a una Latitud 40°03'48"N y Longitud 1°17'10"O. y la distancia a la capital de la provincia, la ciudad de Valencia, es de 132 kilómetros. En el término municipal se emplazan los siguientes espacios naturales protegidos, la microrreserva de Río Bohígues, Parque Natural y LIC Puebla de San Miguel, Hontanar-La Ferriza catalogado como ZEPA y el LIC de los Ríos del Rincón de Ademuz. El término municipal tiene una extensión de 100,4 km² y su altitud oscila entre los 1.517 metros (pico Tortajada) y los 700 metros a orillas del Turia. El municipio, al igual que la comarca, cuenta con un volumen de precipitaciones escaso y uniforme a lo largo del año. Su temperatura anual media es de 12,4 °C, lo cual es ligeramente baja en comparación con el resto de la Comunidad Valenciana. Cuenta con invierno fríos con temperaturas inferiores a los 6 °C, y veranos frescos, en los que en escasas ocasiones supera los 30 °C. Su clima, aunque definido como de tipo

mediterráneo, tiene una clara influencia continental

Territorio

Municipio	Ademuz
Provincia	Valencia
Comarca	Rincón de Ademuz
Superficie (Km ²)	100,4
Altitud (m)	747
Distancia a capital prov. (Km)	132
Municipio costero	No

Fuente: GVA. Portal d'Informació Argos. 2022

Accesibilidad

La accesibilidad al territorio se determina por una serie de factores que condicionan la red viaria como son, las características del territorio, su situación geográfica y/o el propio desarrollo socioeconómico y demográfico de la zona.

A través del término municipal de Ademuz discurren las carreteras nacionales N-420 y N330 de norte a sur, y las comarcales CV-478 y CV-363. Las autovías más cercanas son la A-3 (a la altura de Utiel) y la A-23 (a la altura de Teruel) a 68km y 44km respectivamente.

La distancia al aeropuerto del Valencia es de 150km y la terminal marítima dista 169km.

El transporte colectivo, es escaso dado que la estación de ferrocarril más cercana se sitúa a 44 km en Teruel, con una regularidad a Valencia de como mínimo un tren cada dos horas.

La línea de autobús a la capital de provincia tiene una conexión baja dado que existe una línea con 17 paradas entre la capital y el municipio, entre semana hay un servicio de ida y vuelta y los domingos y festivos sólo de ida. Además, las últimas 8 paradas se realizan bajo demanda hacia Ademuz, debiéndose solicitar el viaje con una antelación mínima de 24 horas. El recorrido en autobús tiene una duración aproximada de 3 horas.

Las comunicaciones a Ademuz son deficientes e incómodas, especialmente

en lo que se refiere al transporte público. Pero hay que señalar que las carreteras con trazado sinuoso atraen a cierto tipo visitantes como son los motoristas.

Las comunicaciones principales se describen del siguiente modo:

Accesibilidad al territorio

Medio	Descripción
Carretera	CV 478, N-420, N-330a y N-330
Tren	Teruel 43 Km
Autobús	Escaso servicio
Aeropuerto	Valencia 150 Km
Puerto	Valencia 169 Km

Fuente: Elaboración propia. Mayo 2022

Mapa de accesibilidad a Ademuz



Fuente: Elaboración propia.

1.2.2 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO SOCIOECONÓMICO

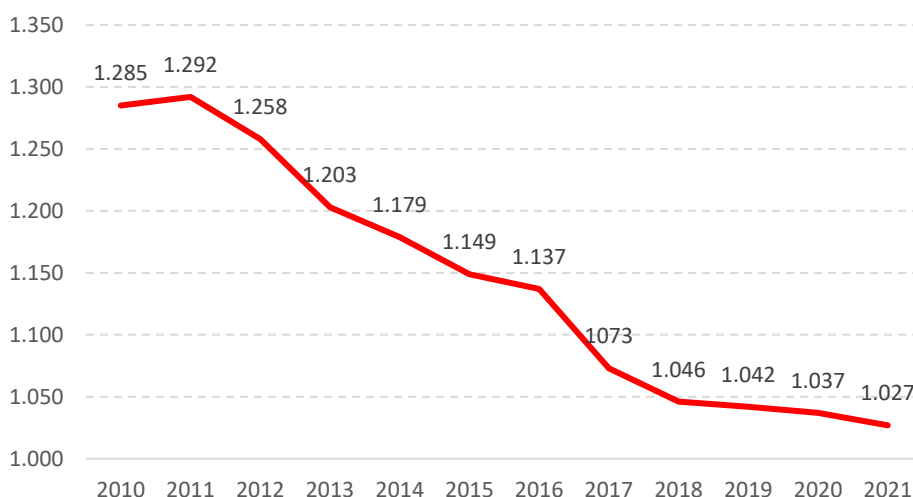
Demografía

El municipio de Ademuz cuenta con una población de 1.027 habitantes, según los datos del Padrón Municipal de 2021, siendo el 45,87% de las habitantes mujeres. La tasa de dependencia calculada (61,22%) se encuentra por encima de los parámetros de la provincia (53,10%) y de la comunidad (53,78%). Por cada 100 personas en edad de trabajar hay 61 individuos que se encuentran fuera del mercado laboral,

bien por no haber alcanzado el mínimo legal establecido para incorporarse a él, bien por haber cumplido la edad habitual de jubilación.

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución de las cifras de población en Ademuz desde el año 2010 hasta la actualidad. En este periodo se registra una tasa de población del -25,12%, lo cual indica una pérdida de población continua.

Evolución número de habitantes Ademuz 2010-2021



Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística. 2022

Estructura productiva

La economía de Ademuz está basada tradicionalmente en la agricultura y la elaboración de materias primas.

Al ser capital comarcal, concentra la mayor parte del comercio del Rincón de Ademuz. Dispone de un mercado semanal, banco y caja de ahorros, bares y pub, restaurantes, peluquerías, tiendas de muebles, supermercados, etc.

El número total de empresas registradas en Ademuz se ha mantenido estable en los últimos 10 años, siendo actualmente de 75 empresas. En 2020 un 8% de dichas empresas pertenecía al sector industrial, el 28% a la construcción y el 64% al sector servicios. Estas cifras colocan al sector servicios por debajo de los porcentajes medios provinciales, 82,59%. En total, en la comarca hay registradas 162 empresas, casi la mitad (46,29%) de las empresas se ubican en el término municipal de Ademuz.

En un futuro algunas de estas empresas no tendrán continuidad por falta de relevo generacional.

La tasa de paro sobre la población total se sitúa en el 9,89% en mayo de 2022, una cifra más elevada que la registrada en mayo de 2018 o mayo de 2019. Sin embargo, la tasa ha descendido tras la

crisis sanitaria sufrida en 2020. A continuación, se expone el paro registrado por sectores de actividad en 2022.

Paro registrado por actividad 2022

	Ademuz	Provincia Valencia
Agricultura	6,35%	4,51%
Industria	14,29%	9,02%
Construcción	11,11%	6,77%
Servicios	76,49%	75,94%

Fuente: Datos Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball.
31 mayo 2022

Un número relevante de la población es beneficiaria de prestaciones sociales públicas.

Estructura asociativa

En este apartado se desarrolla una visión general sobre la estructura asociativa que posee Ademuz. La participación ciudadana existe de acuerdo con las dimensiones del municipio y a la vida social y cultural del mismo a través de las diferentes asociaciones que agrupan los diferentes intereses de sus ciudadanos, facilitando el desarrollo de sus actividades.

Las principales asociaciones, su tipología y su ámbito de actuación han sido resumidas en la tabla presentada a

continuación. Algunas de ellas son de ámbito local y otras de ámbito comarcal que tienen sede en el término Ademuz.

Destaca especialmente ATRA, vinculada activamente a la actividad turística privada.

Principales asociaciones locales

Asociación	Tipología	Ámbito
Comisión de Fiestas de Ademuz	Cultural	Local
Instituto Cultural y de Estudios Rincón de Ademuz	Cultural	Regional
Sociedad Musical de Ademuz	Cultural	Local
ATRA- Asociación Turística Rincón de Ademuz	Turismo	Regional
AMPA CRA Ademuz y AMPA IES Ademuz	Cultural	Local
Asociación de Bolilleras de Ademuz	Cultural	Local
Asociación Cultural y Recreativa de Más del Olmo	Cultural	Local
Asociación de Vecinos Sesga	Desarrollo	Local
Asociación de Vecinos de Val de la Sabina	Desarrollo	Local

Fuente: Elaboración propia.

1.2 OFERTA TURÍSTICA

Este capítulo pretende, una vez obtenida la primera visión sobre la realidad local de Ademuz, llevar a cabo un análisis de la oferta turística. Este análisis se traduce en la definición de una serie de

conceptos como el estudio del medio natural y paisajístico, la oferta cultural, las actividades complementarias, la oferta reglada de alojamiento y la oferta de restauración.

1.2.1 OFERTA DE ALOJAMIENTO

Según el registro de Turismo Comunitat Valenciana en 2021 Ademuz dispone de un total de 12 alojamientos registrados y 133 plazas repartidas a lo largo del término municipal.

Actualmente el Hostal Casa Domingo se encuentra en situación de cese temporal de la actividad en estado de trapaso.

La oferta reglada de alojamiento en Ademuz es de cinco apartamentos de categoría estándar que suman un total de 23 plazas.

Asimismo, según el registro de Turisme Comunitat Valenciana, durante 2021 contó con una pensión y un hostel que hacen un total de 79 plazas repartidas en 42 habitaciones.

Por otra parte, existen cinco alojamientos rurales en el municipio, una de ellas de una estrella y el resto de

dos estrellas. Además, dos de los alojamientos es de régimen compartido, La Tosca y Casa Garrido. Estos alojamientos rurales hacen un total de 21 habitaciones y 31 plazas.

Alojamiento reglado Ademuz

Pensión	Nº	1
	Plazas	23
Apartamentos	Nº	5
	Plazas	23
Casas Rurales	Nº	5
	Plazas	31
Total	Nº	11
	Plazas	77

Fuente: Turisme Comunitat Valenciana, 2021

Los cinco alojamientos rurales de la localidad se ofertan en los principales portales de reserva.

	Tus Casas Rurales	Escapada Rural	Club Rural
CASA DEL PASTOR			
LA CRIBA			
CASA GARRIDO			
LA TOSCA			
LA GUAPETA			

En 2022 se dio de alta en Turisme Comunitat Valenciana un nuevo alojamiento rural en Ademuz, concretamente Casa Leandro con 9 plazas.

1.2.2 OFERTA DE RESTAURACIÓN

Ademuz dispone de una oferta de restauración escasa, pero es el municipio de la comarca con mayor oferta de la misma.

En la web turística de la localidad, ademuzconlos5sentidos.com, se indica la oferta de restauración del municipio. En ella se incluyen tanto bares, como chiringuitos o pubs que ofrecen servicio de restauración.

A continuación, se indican los establecimientos de restauración:

Establecimientos de restauración

Bar Restaurante El Desván
Bar Arrabal
Casa Rural Garrido
Chiringuito los Arenales
Bar Pitoches
Bar la Cabaña

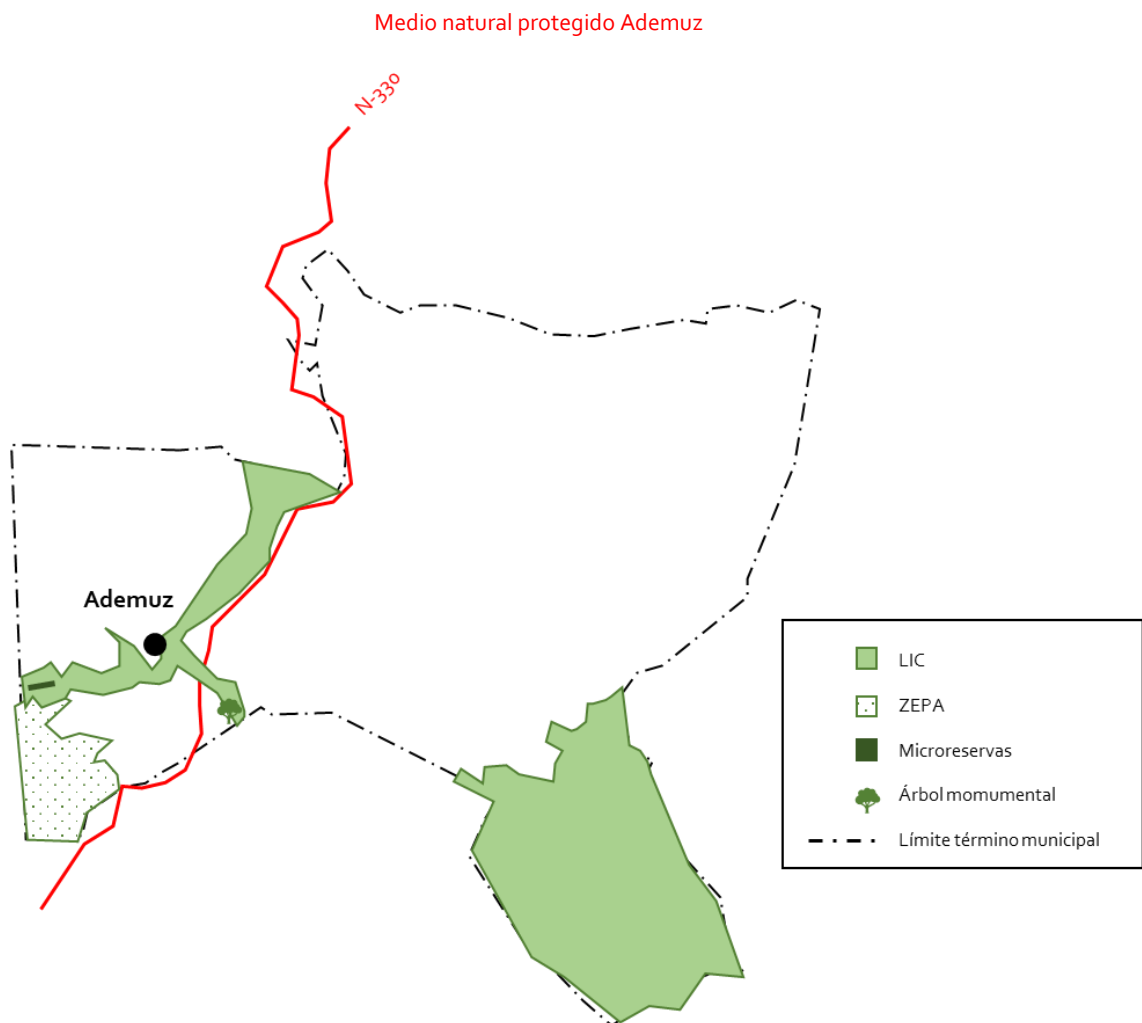
Fuente: web Ademuz con los 5 Sentidos

Hay que indicar que Casa Rural Garrido sólo oferta el servicio de restauración a sus clientes alojados.

1.2.3 MEDIO NATURAL Y PAISAJÍSTICO

La superficie municipal es accidentada y montañosa, siendo su principal altura el pico Tortajada (1.517 metros), en las estibaciones occidentales de la sierra de Javalambre, el río Turia cruza el término de norte a sur. Además, el río Bohígues, afluente del Turia, desemboca a la altura del municipio de Ademuz, lo cual genera, no solo una fauna y flora atractivas, sino

una morfología peculiar del casco urbano. En el término municipal se emplazan los siguientes espacios naturales protegidos, la microrreserva de Río Bohígues, Parque Natural y LIC Puebla de San Miguel, Hontanar-La Ferriza catalogado como ZEPA y el LIC de los Ríos del Rincón de Ademuz.



Fuente: Elaboración propia

Entre los parajes y lugares paisajísticos del término municipal encontramos:

- Las Lavandas del Pinar: Son tierras de secano como las del Rincón de Ademuz, donde no llegan las aguas del Turia, el cereal y la viña ocuparon grandes extensiones hasta hace apenas un siglo. A pesar

de que la almendra ocupó gran parte del cultivo, a partir del siglo XX también se cultivaron plantas medicinales como el Romero, la melisa o la lavanda. El Ayuntamiento de Ademuz lleva a cabo distintas iniciativas, rutas o eventos en torno a la lavanda,

diseñados para disfrutar de la planta y su floración en junio/julio.

- Paisaje de los almendros como la zona de Los Planos. En el siglo XX se plantaron miles de almendros en las laderas de secano. Es a mediados de febrero y principio de marzo, coincidiendo con la floración, cuando este paisaje es más atractivo turísticamente.
- Paraje del Río Bohígues: Valle estrecho por la vega del río Bohígues con abundante vegetación, natural o cultivada. En la zona llama especialmente la atención la geología, ya que se forman pliegues y afloramientos en las laderas. Las especies prioritarias de esta microrreserva son *Lonicera periclymenum*, *Cornus sanguinea*, *Acer monspessulanum*, *Clematis recta*, *Peucedanum officinale* subsp. *stenocarpum*, *Ligustrum vulgare*. El Paraje también es refugio de una gran variedad de aves.
- En el Valle del Río Turia, hay una estrecha franja a lo largo del cauce con vegetación natural ribereña. El estrato arbóreo lo forman álamos, chopos, o sauces, acompañados de vegetación de ribera como juncos,

zarzas o carrizos, y especies herbáceas.

En la zona de regadío de los valles de los ríos Turia y Bohígues el cultivo más importante es el manzano, en sus diversas variedades, destacando la Esperiega.

El periodo de floración de los almendros, lavandas y manzanas ofrecen un panorama llamativo por el máximo esplendor estético de las plantas, haciendo que el paisaje sea más atractivo turísticamente.

- Entorno de Ademuz y sabinars de la Pobl. de San Miguel. Se trata de un Paisaje de Relevancia Regional de la Comunitat Valenciana del Alto Turia del que forman parte los municipios de Ademuz, Casas Altas, Casas Bajas, Castielfabib, Puebla de San Miguel, Torrebaja y Vallanca.

Las rutas senderistas homologadas con las que cuenta Ademuz están identificadas como PR o SL. Además, permiten realizar sus recorridos en su totalidad o iniciarlas en distintos tramos. Los senderos de la localidad son los siguientes:

- PR-CV 131.5. Recorrido lineal que sigue el curso del río Turia desde Mas de jacinto hasta Casas Bajas.

PR-CV 131.5 RUTA DEL TURIA	
Recorrido	18,7 km
Tiempo aproximado	5 h
Desnivel	100m
Dificultad	Media
Tipo	A pie

- PR-CV 131.6. Recorrido lineal, se inicia en Vallanca y discurre por La Fuencaliente, caserío de la Veguilla, la hoz del río Bohilgues, la Fuente del Tío Juan Manzano, la Fuente Vieja y el Molino, Ademuz, puente río Turia, ermita y barrio de San Roque, rambla del Val, el Val de la Sabina, el Chozo, el Puente, finalizando en Casas Altas.

PR-CV 131.6 RUTA DE L BOHÍLGUES Y DEL VAL	
Recorrido	14,90 km
Tiempo aproximado	5 h
Desnivel	620m
Dificultad	Media
Tipo	A pie

- PR-CV 131.8: La ruta se inicia en la localidad de Casas Bajas y finaliza en

Mas del Olmo, pasando el recorrido por Sesga y Puebla de San Miguel donde hay un tramo circular hasta el refugio del Collado del Buey.

PR-CV 131.8 RUTA DEL ALTO DE LAS BARRACAS	
Recorrido	37 km
Tiempo aproximado	9 h
Desnivel	1025m
Dificultad	Muy Alta
Tipo	A pie

- PR-CV 131.9: Ruta que discurre a través de los barrancos de Val de Agua, Cuchillos, de Mas y la Rambla de Riodeva, las aldeas de Sesga, Mas del Olmo y la aldea de Torrealta.

PR-CV 131.9 RUTA DE LOS BARRANCOS	
Recorrido	19,70 km
Tiempo aproximado	6 h
Desnivel	720m
Dificultad	Media
Tipo	A pie

- SL-CV 169: Sendero circular que parte del área recreativa de Los Arenales hacia La Celadilla.

SL-CV 169 SENDERO DE LA CELADILLA	
Recorrido	6,16 km
Tiempo aproximado	1,30 h
Desnivel	808 m
Dificultad	Media
Tipo	A pie

Otras rutas ofertadas en Ademuz son las visitas guiadas englobadas dentro del producto experiencial #AdemuzConLos5Sentidos con un coste de 5€ por persona, con visitas programadas de miércoles a domingo, también se realizan visitas a demanda, incluyen degustación de producto local. Estas experiencias están incluidas en la web de Turisme Comunitat Valenciana: "Experiencias Comunitat Valenciana". Son gratuitas para niños de hasta 10 años, también realizan descuentos para grupos:

- Descubre Ademuz/anochece Ademuz: visita donde se recorre el casco urbano de Ademuz. La visita guiada se programa en horario diurno y nocturno.
- Entre Barracas: ruta que se recomienda hacer durante los meses de junio y julio coincidiendo con la floración de la lavanda. Hay

dos modalidades de ruta con diferentes intensidades y kilómetros.

Entre Barracas (I y II)	
Recorrido	10,96 Km y 5,9 Km
Tiempo aproximado	2,30h y 1,20h
Desnivel	1.053 Km
Dificultad	Media y fácil

- Bohígues en Estado Puro: es una ruta a través del río Bohígues. El cual nace en Vallanca. Existen dos opciones: lineal o circular, ambas con un nivel de dificultad medio.

Bohígues en Estado Puro	
Recorrido	6,31 Km y 8,4 Km
Tiempo aproximado	1,30 h y 2h
Desnivel	793 m y 878 m
Dificultad	Media

- El Legado de Mas del Olmo: recorrido por la aldea de Mas del Olmo con visita al Museo del Horno y la escuela.
- Vestigios de Sesga: vista a la aldea del Sesga con visita a la escuela, barbería, ayuntamiento, calabozo y horno comunal y el conjunto hidráulico que obtuvo el primer

premio Europa Nostra a la protección del patrimonio cultural en 2011.

- La arquitectura vernácula de Val de la Sabina: recorrido por la aldea de Val de la Sabina.
- La Celadilla, del Turia a los Íberos. Recorrido a través de la Vega y del paraje de la Celadilla.

La Celadilla, del Turia a los Íberos	
Recorrido	4,5 km
Tiempo	1 h
Dificultad	Fácil
Tipo	A pie

- Los maestros de la piedra en seco: se visitan 20 edificaciones de piedra en seco durante el recorrido.

Los Maestros e la Piedra en Seco	
Recorrido	6,2 km
Tiempo	1,30 h
Dificultad	Moderado
Tipo	A pie

Cuatro de estas rutas se puede complementar con la actividad de birdwatching, concretamente, Bohígues en estado puro, entre barracas, los maestros de la piedra en seco y La Celadilla, del Turia a los íberos. Estas rutas se pueden realizar, o bien a través

de un guía local, o mediante un guía especializado. La ruta con el guía local tiene un precio de 5€, con el guía especializado su coste depende del número de participantes y la fecha.

Estas rutas también se pueden realizar por libre, ya que están a disposición de los visitantes las audioguías en inglés de: descubre Ademuz, La Celadilla, Mas del Olmo, Sesga y Bohígues en estado puro. Además, también hay audioguías de los principales recursos en español.

En la web de Ademuz con los 5 Sentidos también se proporciona información de otras rutas:

- Ademuz a Vista de Pájaro: Ruta circular con inicio y fin en el casco urbano, se asciende hasta el mirador Pico Castro.

Ademuz a Vista de Pájaro	
Recorrido	4,70 Km
Tiempo aproximado	1h
Desnivel	906 Km
Dificultad	Fácil

- Ruta de los Zafraneros: Ruta circular a través de la ladera del Monte de los Zafraneros.

Ruta de los Zafraneres	
Recorrido	6,9 Km
Tiempo aproximado	1,30 h
Desnivel	696 Km
Dificultad	Media

- Circuito 5 sentidos: Recorrido circular a través del municipio de Ademuz y el Val de la Sabina

Circuito 5 Sentidos	
Recorrido	15,85 Km
Tiempo aproximado	3,30h
Desnivel	947 Km
Dificultad	Media

En Rincón de Ademuz dispone de 7 rutas BTT, tres de las cuales discurren por el término municipal de Ademuz:

- R2. Ruta BTT del Turia. Se inicia en Mas de Jacinto y discurre por el Río Turia, Torrealta, de nuevo Río Turia, Torrebaja, Río Ebrón, Ademuz, Barranco de la Balsa, Casas Altas y Barranco de la Umbría, finalizando el recorrido en Casas Bajas.

R2. Ruta BTT del Turia	
Recorrido	15,4 km
Desnivel	69 m
Dificultad	Baja

- R5. Ruta BTT de Moya: Se inicia en Vallanca por la carretera VV-5001 y discurre a través del Negrón, El Pinar, Casas Bajas, Casas Altas, Ademuz y nuevamente Vallanca.

R5. Ruta de Moya	
Recorrido	35,8 km
Desnivel	145m
Dificultad	Media

- R7. Ruta BTT de Sesga: Comienza en Casas Altas y tras cruzar el Río Turia continua por La Umbría Negra, El Hontanar, El Chopo, El Gazapo y la Sesga. Desde la Sesga.

R7. Ruta BTT de Sesga	
Recorrido	27,9 km
Desnivel	488 m
Dificultad	Media

Ademuz ha apostado por ser un referente en la disciplina ecuestre Endurance o de resistencia, este año 2022 ha celebrado la edición dieciocho del raid Ademuz. Alberga competiciones como la Copa de S.M. el Rey, la Copa Al-Dâmûs, el Trofeo Manzana de Ademuz, copa de los tres reinos, copa nacional por equipos o pruebas territoriales y de iniciación. Las rutas oscilan entre los 25 Km aproximadamente de la prueba de iniciación y los 160 Km.

1.2.4 OFERTA CULTURAL

Las crecientes exigencias de la demanda turística, hoy en día, presta especial importancia a la oferta cultural dentro de lo que podríamos calificar un “turismo de calidad”.

Ademuz posee un patrimonio cultural valioso con una significación media. En este apartado, además de los elementos patrimoniales, se describen elementos como fiestas, folclore, gastronomía, artesanía y otros eventos que caracterizan al municipio.

Patrimonio artístico-arquitectónico

Dentro del patrimonio artístico arquitectónico de Ademuz podemos establecer dos distinciones principales, los edificios de carácter religioso y los edificios civiles.

Ademuz cuenta con cuatro Bienes de Interés Cultural inmuebles (Castillo, Escudo de los Mahiques Sanz, Escudo de los Pelegero y la Celadilla) diez Bienes de Relevancia Local y un Bien Inmaterial de Relevancia Local.

Patrimonio religioso

A este respecto, en el municipio de Ademuz se identifica dentro de las edificaciones de carácter religioso:

- Iglesia Arciprestal de San Pedro y San Pablo. Declarada Bien de Relevancia Local, es una edificación religiosa de arquitectura barroca del siglo XVII. Se puede visitar a través de visitas guiadas o por libre en hora de culto.
- Ermita de la Virgen de la Huerta: Es el edificio más antiguo de Ademuz. Es un Bien de Relevancia Local, joya del románico valenciano, datándose el edificio en el siglo XIV. En el interior destacan las tres naves con arcos románicos, pinturas murales góticas y los arcos centrales con el coro de madera. En el exterior destacan las dos columnas toscanas, la espadaña de dos luces y la inscripción en hebreo de la puerta. Es el símbolo de Ademuz, está incluida en las visitas guiadas ofertadas desde la oficina de turismo. En verano también se puede visitar en horario de culto.
- Ermita de Nuestra Señora del Rosel: Templo católico del siglo XVIII con

planta cuadrada ubicada a orillas del río Bohígues.

- Ermita de San Joaquín. Se haya en un callejón de la villa de Ademuz, declarada Bien de Relevancia Local. Ermita gótica que formó parte del antiguo Hospital de Pobres de Santa Ana.
- Ermita de Santa Bárbara. Santuario declarado Bien de Relevancia Local. Actualmente sólo se puede observar sus muros. Ubicada en el interior de los restos del Castillo.
- Ermita de San Miguel Arcángel. Edificada en el siglo XIV, se halla en el Val de la Sabina. Bien de Relevancia Local.
- Iglesia de la Inmaculada Concepción. Es una iglesia del siglo XVI y declarada Bien de Relevancia Local, está ubicada en la pedanía de Sesga.
- Iglesia Parroquial de Santa Bárbara. Ubicada en la pedanía de I Mas del Olmo, posee una torre campanario, ha sido declarada Bien de Relevancia Local.

- Retablo Cerámico de San Roque. Ubicado en la calle Blanco, es un Bien de Relevancia Local.
- Retablo Cerámico del Cristo del Salvador. Ubicado en la calle San Vicente, es un Bien de Relevancia Local.
- Retablo de San Vicente, imagen de San Vicente Ferrer pintado sobre cerámica valenciana, ubicado en el Portal de San Vicente en la calle San Vicente junto la iglesia.

Patrimonio civil

El casco urbano de Ademuz, asentado en ladera oriental de la Loma de los Zafranares, presenta una morfología pintoresca. Actualmente la estética de la Vila se encuentra protegida gracias al Plan de Ordenación Pormenorizada de Ademuz de 2019, donde se indica: “Los proyectos que se presenten deberán respetar los tipos, materiales, colores, cubiertas, etc. de las viviendas tradicionales existentes y cumplir las siguientes condiciones: [...] obras de reforma y en las de nueva planta se procurará aprovechar [...] los elementos de interés del edificio anterior, [...] En cubiertas será obligatorio el uso de teja árabe, empleándose vieja para los caballones, [...] los huecos conservarán

las proporciones y ritmos tradicionales [...]. Además de ser visitado por libre, algunos recursos disponen de audioguías, se puede recorrer a través de las visitas guiadas.

El patrimonio civil existente en Ademuz es el siguiente:

- Castillo de Ademuz /Castillo de Santa Bárbara. Declarado Bien de Interés Cultural Inmueble, fue construido en la ladera del monte Zafranes. Aunque se desconocen sus orígenes, por los restos hallados en sus alrededores podría considerarse que tiene sus comienzos en la época romana. Los escasos vestigios que se conservan del castillo y la fortaleza se encuentran ruinas.
- Portal de San Vicente. Antigua entrada medieval al centro de la antigua Villa.
- Casa de la Villa. Preside la Plaza del Ayuntamiento. Destaca la arcada de cantería de la planta baja y su escudo.
- Cárcel municipal. Se halla detrás de la Casa de la Villa y está formado por una planta baja y tres plantas superiores, donde destaca la puerta de entrada con arco de medio punto. Actualmente es sede del Instituto Cultural y de Estudios del Rincón de Ademuz (ICERA).
- Cambra Vieja de Trigo. Se sitúa en el extremo meridional de la Plaza de la Vila y se constituyó como antiguo almudín o almacén de trigo. El aspecto definitivo del edificio pudo tener lugar en el siglo XVI. Conserva un escudo de la vila labrado en piedra.
- Molino de la Villa. El Molino de la Villa se emplaza a orillas del río Bohígues, y constituye un molino harinero más antiguo de Ademuz. Es del siglo XIII y actualmente se usa como oficina de información turística, sala de exposiciones y eventos.
- En el termino municipal también se encuentran el Molino Nuevo, fue construido en 1775, y el Molino Efrén.
- Casa Abadía. Ubicado en la plaza del Ayuntamiento, dispone de una gran balconada de madera. Actualmente es la casa del cura.
- Arco de acceso al Antiguo horno u Horno de Arriba. Antigüamente el

pan de todos los habitantes de Ademuz se cocía en este tipo de hornos comunales.

- Fuente Vieja , se ubica junto al río Bohílgués, se compone de siete caños.
- Lavadero, al igual que la Fuente Vieja se ubica junto al río Bohílgués, data de 1903. destaca la disposición de las losas al lavar arrodilladas las mujeres.
- Poblado Íbero de la Celadilla. Está situado en la partida de la Celadilla, donde se instalaron los íberos entre los siglos V y IV a.C, hasta que un gran incendio supuso su abandono. En este yacimiento se han hallado esqueletos humanos, hecho poco frecuente, probablemente murieron a causa del incendio.
- Construcciones de Piedra en Seco: en Ademuz hay catalogadas más de 250 edificaciones. La piedra en seco ha sido declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la

Humanidad, las barracas de piedra en seco que se pueden encontrar en esta área son antiguos refugios de pastores y agricultores. Están rodeadas de almendros.

- Hornos de Yeso. Construcción preindustriales. En la comarca el yeso era muy importante ya que era el material predominante en la construcción. Algunos de ellos se incluyen en la ruta de los hornos de yeso de Los Aljezares.
- Antigua escuela. Ubicada en la pedanía de Mas del Olmo, actualmente es un centro social.
- Edificio polifuncional en la pedanía de Sesga. En el se muestran las formas de vida de antaño. Compartían espacio el horno, la escuela, el ayuntamiento, la barbería y calabozo.
- Conjunto hidráulico. Ubicado en Sesga, consta de pilón cubierto y abrevaderos.

1.2.5 OFERTA COMPLEMENTARIA

Turismo activo

Ecoaromuz. Empresa que se dedica al cultivo, procesado y comercialización de plantas aromáticas, medicinales y condimentarias, además de la elaboración de sus respectivos aceites esenciales e hidrolatos. Realizan visitas guiadas a las plantaciones.

9:00 a 15:00 h, viernes de 9:00 a 14:00 h y sábados de 9:00 a 15:00 h
En los meses de verano también abre los sábados por la tarde.

- Centros deportivos. Un frontón municipal, piscina municipal, plaza de toros, otros tres espacios deportivos y C.P Nuestra Señora del Rosario, y dos salas.

Museos

- Cubo del Tío José Maroto. Espacio industrial musealizado premiado con el primer premio Europa Nostra en 2011 junto a los Vestigios de Sesga. Aquí se ubica el antiguo cubo o lagar donde se realizaba vino, mosto, orujo...
- Museo del Pan Mas del Olmo. Construcción comunal que sirvió como horno para los vecinos de Mas del Olmo.

- Miradores. Dispone de siete, el Mirador del Recuerdo Eterno, el Mirador Era la Constancia y el Mirador de Santa Bárbara en el área del Castillo. Mirador del Portal del Solano, el Mirador Pico Castro, Mirador el Vallado y Mirador de la Hoz de Bohígues.

Fiestas

Las fiestas suelen ser un importante aspecto de atracción turística, además, de ser, en esencia, la expresión popular y cultural de un pueblo. En Ademuz las celebraciones más importantes son:

Otras instalaciones

- TouristInfo. Ademuz cuenta con una TouristInfo propia del municipio de Ademuz. El horario de apertura es lunes y martes de 8:00 a 15:00 h, los miércoles y jueves de

- Fiestas de San Blas. Tienen lugar el 3 de febrero, día de San Blas, y es tradición degustar el típico dulce tradicional llamado "rollo de San Blas". Además, se realizan chocolatadas organizadas por la

asociación de jubilados y los colegios.

- Fiestas de la Hermandad. Tienen lugar durante el mes de marzo por los vecinos de Mas del Olmo y Sesga.
- Hogueras de San Vicente Ferrer. Tienen lugar el siguiente domingo de la Pascua de Resurrección. Se realizan hogueras donde se asa carne y patatas por las cuadrillas de amigos/familias.
- Fiestas de Agosto. Suelen programarse del 10 al 15 de agosto coincidiendo con la festividad de la Virgen de la Asunción. Son las fiestas más populares.
- Fiestas Patronales en Honor a la Virgen del Rosario. Tienen lugar el primer fin de semana de octubre.
- Canto de Albadas se celebra tanto en Ademuz, como en las pedanías de Mas del Olmo y Sesga, en el mes de diciembre.
- Pascua. Variable en el calendario según año.

- La Cruz de Mayo. Tiene lugar el 3 de mayo y se bendicen los términos desde la Ermita de Santa Bárbara.

- Fiesta de los “Quintos”. El día 8 de diciembre se realizan pasacalles para pedir donativos.

En las pedanías se celebran las siguientes festividades:

- Fiestas de Santa Bárbara. Tiene lugar el 4 de diciembre en Mas del Olmo. Se realizan pasacalles y se reparte el pan de la caridad elaborado en el Museo del Pan.
- Fiestas de Mas del Olmo. Se celebra en el mes de agosto.
- Fiestas de Sesga. Se celebran en agosto en honor a San Roque.
- Fiestas Val de la Sabina. También se celebran en agosto.

Gastronomía

Destacan las carnes de cordero y cerdo, las gachas, potaje, almortas, el arroz “empedrao”, puchero, olla de pueblo y embutidos o el frito de la Orza. Se aderezan estos platos con hortalizas o tomates, frutos secos como las almendras, nueces o el alajuz, el

pingano, la miel, setas y plantas aromáticas.

Destaca también la manzana, con gran variedad de clases, la más conocida de ellas la Esperiega, que es uno de los principales soportes de la economía local y que se aplica en toda su repostería. La manzana Esperiega es una variedad autóctona del Rincón de Ademuz.

Los locales donde actualmente se comercializa el producto local y se pone a disposición del turista son:

- Panadería Elvira
- Panadería Ferriz
- Zumo de manzana Pomme Brun
- Carnicería y secadero La Cerrada
- Ecoaromuz
- Turrónes Dotoher
- Vircoop C.V (manzanas)

Las mieles no venden, relación de productores y de locales.

El Ayuntamiento de Ademuz forma parte de la red Gastroturística de la Comunitat Valenciana- L'Exquisit Mediterrani.

Ferias y eventos

- Mes de la Lavanda. Se celebra durante el mes de julio. Durante el año 2022 las actividades organizadas fueron: mercado de productos artesanos y km. 0; exposiciones temáticas; talleres para todos los públicos; tren turístico; propuestas gastronómicas singulares; conciertos; concursos de fotografía; animaciones; o puertas abiertas en edificios singulares, entre otras. Así, la programación varía anualmente.

Eventos turísticos culturales en torno a la floración de la lavanda. Quitar el listado de actividades o poner que es del 2022.

- Raid equitación. Evento de carácter internacional, tiene lugar en mayo y está organizado por el Club de Raid Albalat Endurance y el Ayuntamiento de Ademuz.
- Escarchón Trail. Carrera de montaña celebrada el último domingo de febrero, cuenta con dos modalidades, el Trail de 25 Km y el Sprint de 11 Km.

- Jornadas íberas del poblado de la Celadilla. Se celebra en el mes de octubre.
- Trial Rincón de Ademuz. Se celebra en la localidad de Ademuz en el mes de octubre, en 2022 se organizó la cuarta edición.

Señalar que a nivel comarcal se celebra la Fiesta de la Manzana Esperiega en el mes de noviembre, es una feria itinerante, pero Ademuz ya ha

organizado 3 ediciones. En 2022 se celebró la octava edición.

Además de los eventos, el ayuntamiento de Ademuz, en colaboración Red de Centros de Turismo de Turisme Comunitat Valenciana realiza cursos formativos. Algunos ejemplos son: Iniciación al Turismo Ornitológico o Interpretación del Patrimonio Geológico.

Calendario festividades y eventos Ademuz

	tipo	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
San Blas	fiestas												
Escarchón Trail	evento												
Fiesta de la Hermandad	fiestas												
Pascua	fiestas												
Hogueras de San Vicente Ferrer	fiestas												
La Cruz de Mayo	fiestas												
Raid equitación	evento												
Mes de la Lavanda	evento												
Fiestas de Verano/Agosto	fiestas												
Fiestas de Mas del Olmo	fiestas												
Fiestas de Sesga	fiestas												
Fiestas de Val de la Sabina	fiestas												
Fiestas patronales- Virgen del Rosario	fiestas												
Jornadas íberas del poblado Celadilla	evento												
Trial Rincón de Ademuz	evento												
Fiestas de Santa Bárbara	fiestas												
Fiesta de los Quintos	fiestas												
Canto de las Albadas	fiestas												
#AdemuzConLos5Sentidos	evento												

1.3 IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN RECURSOS

La primera exploración sobre la valoración de los recursos y su potencialidad define un número limitado de recursos disponibles a nivel turístico o la imposibilidad de explotación por la falta de valor.

Básicamente, el potencial de desarrollo e impulso turístico del municipio de Ademuz se centra en los recursos asociados al patrimonio natural y paisajístico, eventos y gastronomía.

La tipología de recursos a analizar es:

- Edificios religiosos
- Edificios civiles
- Museos
- Gastronomía
- Fiestas y eventos
- Medio natural y paisajístico

Cuadro de valoración de recursos I

		Jerarquía					Tipología				
		1	2	3	4	5	NAT	HIS	GAS	FIE	INF
1	Edificios religiosos										
2	Edificios civiles										
3	Museos										
4	Gastronomía										
5	Fiestas y eventos										
6	Medio natural y paisajístico										

Leyenda del cuadro de valoración

JERARQUÍA		TIPOLOGÍA	
1	Flujos de carácter complementario	NAT	Atractivo natural o paisajístico
2	Flujo local	HIS	Histórico, monumental o artístico
3	Comarcal, regional	GAS	Gastronomía, artesanía y cultura popular
4	Nacional	FIE	Fiestas y acontecimientos programados
5	Internacional	INF	Infraestructuras

Cuadro de valoración de recursos II

		Explotación turística actual					Potencial explotación turística				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Edificios religiosos										
2	Edificios civiles										
3	Museos										
4	Gastronomía										
5	Fiestas y eventos										
6	Medio natural y paisajístico										

Leyenda del cuadro de valoración

EXPLOTACIÓN TURÍSTICA ACTUAL		POTENCIAL EXPLOTACIÓN TURÍSTICA	
1	No explotado	1	Inexistente
2	Bajo grado	2	Baja
3	Grado medio	3	Media
4	Grado alto	4	Alta
5	Grado muy alto	5	Muy alta

Las nuevas tendencias de la demanda en espacio rural requieren de un importante desarrollo de los espacios turísticos buscando fórmulas diferenciadoras que los hagan más competitivos.

En este sentido los recursos territoriales turísticos, como «materia prima» de la actividad turística y como elementos pertenecientes al sistema turístico han sido evaluados por medio de la jerarquización y posterior ponderación del valor jerárquico.

Para la evaluación de los recursos territoriales turísticos se ha realizado

previamente un inventario. Una vez realizado el inventario se ha procedido a su cuantificación y posteriormente a la obtención de su valor jerárquico y valor ponderado.

La cuantificación y valoración de los recursos, agrupados por categorías, se realiza por jerarquías en función del origen de la demanda que originan.

Categorías:

- A** Naturales-paisajísticos
- B** Histórico-monumentales
- C** Artesanía- gastronomía
- D** Folklores, fiestas y eventos

Jerarquías:

I Flujos de carácter complementario

II Flujo local

IV Flujo nacional

V Flujo internacional

Así pues, aplicado este procedimiento, el número de recursos cuantificados en el municipio representa un total de 84.

Distribución recursos turísticos según categorías y jerarquías Ademuz

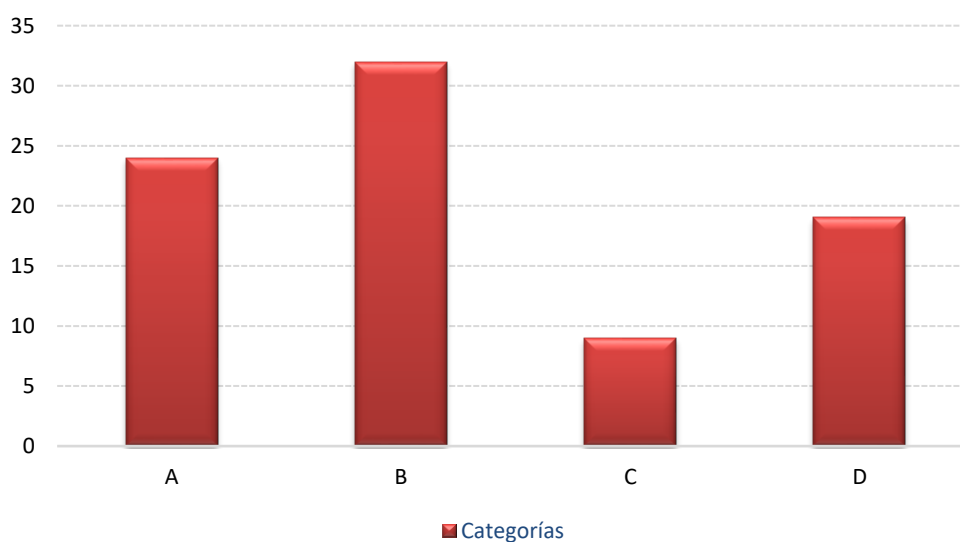
Categoría	Valor jerárquico					Total
	I	II	III	IV	V	
A	23	1	0	0	0	24
B	27	5	0	0	0	32
C	1	8	0	0	0	9
D	14	1	4	0	0	19
Total	65	15	4	0	0	84

Fuente: Elaboración propia

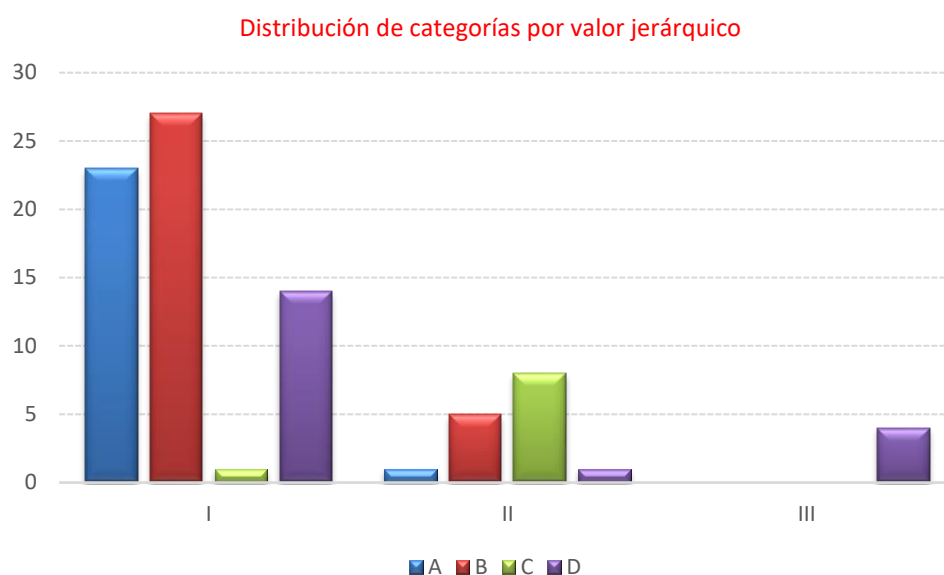
La categoría de recursos con mayor presencia son las de la «B», es decir histórico-monumentales con 32, seguido

por la «A», Naturales-paisajísticos, con un total de 24. La categoría «D» y «C», es la menor con 28 solo recursos.

Distribución del número de recursos por categorías



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico, la mayor parte de los recursos tienen un valor jerárquico vinculado con los flujos complementarios. Finalmente, se puede afirmar que no cuenta con ningún recurso con flujo nacional ni internacional.

Una vez cuantificados los recursos turísticos se ha procedido a su jerarquización y la consiguiente cuantificación.

Valor jerárquico de los recursos según categorías y jerarquías

Valor jerárquico						
Categoría	I	II	III	IV	V	Total
A	23	2	0	0	0	25
B	27	10	0	0	0	37
C	1	16	0	0	0	17
D	14	2	12	0	0	28
Total	65	30	12	0	0	107

Fuente: Elaboración propia

Los 84 recursos turísticos del municipio de Ademuz representan un valor jerárquico de 107. De ellos 65 unidades corresponden a los 39 recursos de la jerarquía I y otras 30 unidades, 15 recursos, a la jerarquía II.

Por categorías, los recursos histórico-monumentales tienen un valor jerárquico de 37 unidades, siendo los más valorados, de ellos 27 unidades pertenecen a la jerarquía I.

Seguidamente se sitúa la categoría de folklores, fiestas y eventos, con un valor jerárquico de 28 unidades, de las cuales

14 pertenecen a la jerarquía I y 12 a la jerarquía III.

Con respecto a la categoría de recursos naturales-paisajísticos su valor jerárquico global es de 25 y los recursos de artesanía- gastronomía se posicionan con un valor de 17.

Para la evaluación final de los recursos es necesario comparar el valor jerárquico final, 107 unidades, con el valor jerárquico de cada nivel para el número total de recursos turísticos (84).

Valor máximo para cada jerarquía

Jerarquía	Valor máximo
1	84
2	336
3	756
4	1.344
5	2.100

Fuente: Elaboración propia

El valor jerárquico obtenido para Ademuz se sitúa entre la primera y segunda jerarquía, por lo tanto, de su análisis y evaluación se puede concluir lo siguiente:

- Ademuz posee un recurso turístico atractivo con un grado de explotación medio como son sus fiestas y eventos, como el mes de la lavanda, el Raid de equitación, Trial de Rincón de Ademuz. Esto

acompañado al hecho de que Ademuz es la capital de la comarca y cuenta con una infraestructura e instalaciones superiores a los municipios de alrededor, puede resultar una ventaja.

alcanzar un grado medio de desarrollo turístico mediante la puesta en valor del patrimonio gastronómico de Ademuz y la apertura de nuevos locales.

- En la categoría «B», histórico-monumentales, el grado de explotación turística es bajo, pero supone un potencial turístico para el municipio, debido a sus características culturales propias y la morfología característica del casco urbano. Sin embargo, hacer uso de estos recursos y conseguir que el turista o visitante los visite tiene que venir acompañado con la restauración y buen mantenimiento de dichos recursos.
- El paisaje natural y su morfología está categorizada en los recursos naturales-paisajísticos, y a pesar de existir una interesante oferta de recursos alrededor del municipio con capacidad de ser convertidos en productos, no existe puesta en valor.
- Los elementos gastronómicos y artesanales se ubican en un grado de explotación bajo, pudiendo

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda turística es un elemento esencial para identificar el grado de actividad turística del territorio y supone también un medio útil para poder realizar una descripción ajustada del perfil del turista. Conocer su perfil es indispensable a efectos de emprender con éxito acciones promocionales y de marketing.

Para el estudio de la demanda turística de Ademuz se han utilizado los datos aportados por: la oficina de información turística propia del municipio, la cual se ubica en la Vila, y las aportaciones realizadas por los agentes participantes en las entrevistas y cuestionarios.

La información primaria se ha obtenido por medio de entrevistas semi-estructuradas realizadas a un conjunto de agentes vinculados con la actividad turística, todos ellos ligados a esta directa o indirectamente. Se han entrevistado tanto a agentes públicos, técnicos y responsables políticos, como agentes privados, propietarios/gerentes de empresas y asociaciones relacionadas con el sector turístico.

Las entrevistas han sido realizadas telefónicamente, con una duración media de 30 minutos. La información aportada será expuesta respetando el anonimato de los informantes.

Según los agentes entrevistados, a pesar de que el turismo no es una industria desarrollada como lo puede ser en otros municipios, tiene un alto peso sobre el municipio, dado que el resto de la actividad económica no está muy desarrollada y el turismo es una actividad transversal que beneficia a diferentes agentes.

Los agentes entrevistados hacen hincapié en la falta de restauración de calidad que ofrezca producto local y que cuente con unos horarios o menús que se adapten al turista: señalan que hay una escasa conciencia turística.

También destaca la preocupación sobre el relevo generacional, señalan que los jóvenes prefieren, o bien irse a vivir a la ciudad, o dedicarse al sector público.

También se muestra la preocupación por el mantenimiento de las instalaciones y el cese temporal de la actividad del

hostal del que disponía el municipio hasta 2020, dicho hostal contaba con un alto número de plazas alojativas y de restauración.

Los entrevistados opinan que sería interesante fomentar tanto la relación público-privada, como la relación interpública mediante sinergias.

A lo largo de las entrevistas se subrayó la importancia que tiene para el turismo en el municipio el paisaje natural y entorno de la vega. También se destacó el patrimonio cultural, los eventos que se realizan y la morfología de la Villa.

El perfil del turista o visitante es tanto familiar, como deportista o senior, de un nivel económico medio. Los turistas que reciben son principalmente de Comunidad Valenciana y provincias colindantes.

Los agentes públicos señalan el incremento experimentado en los últimos años de turistas, sobre todo extranjeros, que se desplazan en

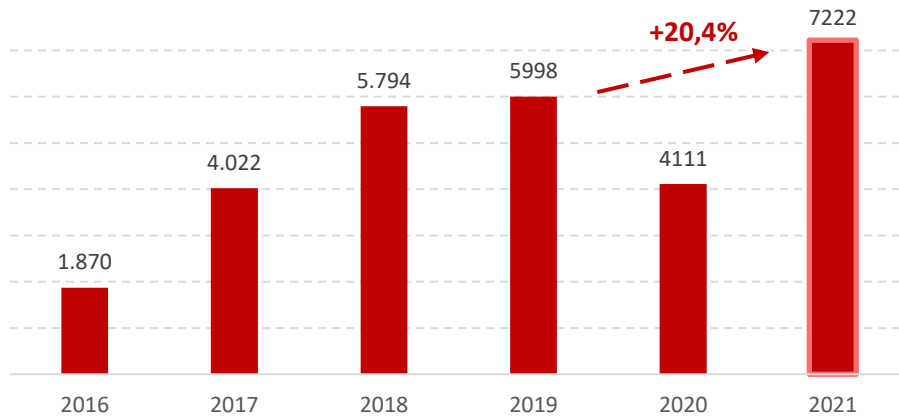
autocaravanas y deciden estacionar en Ademuz. En 2021 supusieron el 1,4% de las consultas en la oficina de turismo.

Entre los usuarios que realizaron alguna visita guiada en 2021 de las ofertadas en #AdemuzConLos5Sentidos, valoran la actividad como muy satisfactoria en un 81% de los casos, según la encuesta de satisfacción de las experiencias llevada a cabo por el Ayuntamiento.

A continuación, se analizarán los datos registrados de 2016 a 2021 por la oficina de turismo de Ademuz. Los datos registrados en 2020 no serán analizados en el presente capítulo ya que no son datos representativos debido a la crisis sanitaria del covid19.

La oficina de información turística de Ademuz, ubicada al sur del municipio junto al río Vallanca, recibió un total de 1.870 consultas en 2016, 4.022 en 2017, 5.794 en 2018 y 5.998 en 2019. Posteriormente, en 2021, recibió 7.222 visitas. La ubicación es un punto estratégico

Número de visitas Tourist Info Ademuz 2016-2021

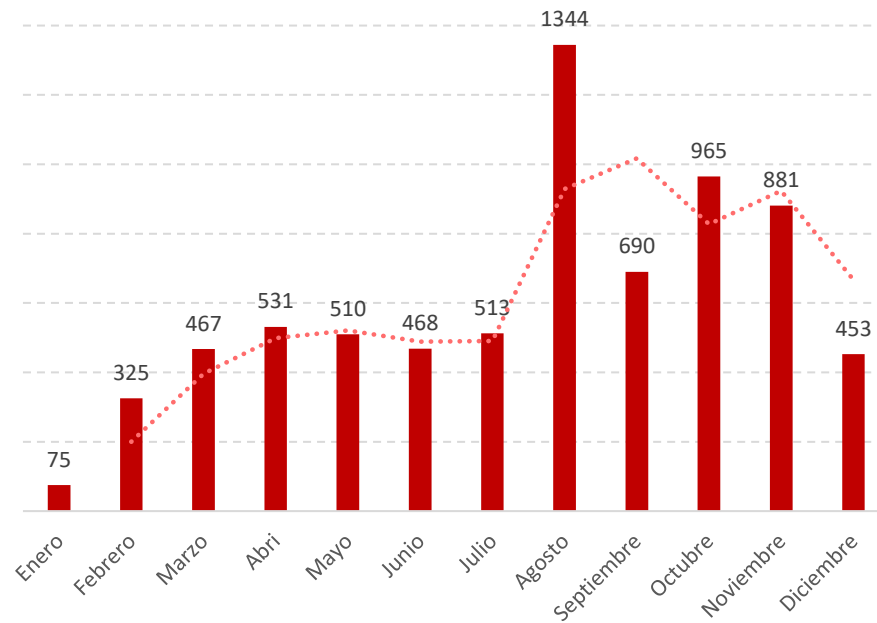


Fuente: Tourist Info Ademuz

Las consultas se realizaron principalmente durante los meses de agosto y octubre, siendo principalmente en persona. Esto indica que los meses de verano y otoño son los que mayor afluencia de personas reciben. En verano es más importante el peso del visitante

excursionista que el del turista que pernocta, siendo en la época de otoño a la inversa. En invierno, y los meses de junio y septiembre es donde se ven mayores descensos del tráfico de personas.

Número de visitas. Mensual 2021



Fuente: Tourist Info Ademuz

1.5 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Una vez desarrollado el análisis pormenorizado de los diferentes aspectos turísticos que inciden en el municipio de Ademuz, el paso siguiente es el de completar el diagnóstico por medio del análisis DAFO.

Uno de los aspectos a destacar de este análisis es el principio de interrelación que se da entre los diversos factores, de forma que, la materialización de las oportunidades y/o amenazas que se extrae del entorno, dependerá, en gran medida, de las fortalezas y debilidades de la realidad estudiada del municipio.

Por ello, las oportunidades que aparezcan podrán alcanzarse en función de las fortalezas existentes y/o superando las debilidades detectadas. Así pues, las amenazas serán menos peligrosas en la medida que puedan contrarrestarse con las fortalezas de la realidad local o superando las correspondientes debilidades. En la búsqueda de una mayor eficacia y un mayor potencial descriptivo, se ha contemplado una división conceptual de

los diferentes factores que inciden en el desarrollo turístico, estos factores son: aspectos socioeconómicos y territoriales, infraestructuras y equipamientos, recursos y oferta turística, demanda turística, política institucional y dinámica social. Se entiende que se ha establecido aquellos elementos que describen la situación del sector y todo aquello que lo rodea y/o afecta en el municipio de Ademuz desde un enfoque global, integral e interconectado.

Es el compendio de toda la información captada reflejada o no en el documento, tanto de las fuentes primarias, las visitas de campo, como de la recopilación de fuentes secundarias, documentación facilitada por el Ayuntamiento, por otros organismos públicos y otras fuentes de documentación.

Los cuadros siguientes se deben entender como descriptivos, ya que nos permiten establecer una mirada general y “glocal” de la situación.

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS Y TERRITORIALES	COD
--	-----

DEBILIDADES

• Binomio distancia-tiempo con las grandes y medianas ciudades	DS1
• Deficiente transporte público	DS2
• Falta de emprendimiento	DS3
• Falta de relevo generacional	DS4
• Pérdida paulatina de población	DS5
• Desaparición de servicios para la población/visitante	DS6

AMENAZAS

♦ Deterioro de infraestructuras y equipamientos por falta de mantenimiento	AS1
♦ Cambio climático que puede derivar en la merma de la calidad de los recursos naturales	AS2
♦ Desaparición de la actividad económica	AS3

FORTALEZAS

♥ Capital comarcal, oferta de comercios y servicios	FS1
♥ Condiciones ambientales típicas de interior, tranquilidad y relax	FS2
♥ Alto porcentaje de la población activa (16-64 años) en comparación con otros municipios rurales	FS3
♥ Un 58,36% de las viviendas son secundarias ("turismo de retorno")	FS5
♥ Peculiaridad geográfica	FS6

OPORTUNIDADES

♣ Concentrar servicios para el resto de la comarca	OS1
♣ Nuevos proyectos mediante la colaboración pública	OS2

OFERTA, SERVICIOS Y RECURSOS TURÍSTICOS	COD
---	-----

DEBILIDADES

• Promoción y comercialización deficiente, sin una estrategia definida	DO1
• Mejorable mantenimiento de los recursos	DO2
• Recursos no visitables sin cita previa	DO4
• Mejorable explotación turística de los eventos programados	DO5
• Falta de empresas de turismo activo en el municipio	DO6
• Falta de coherencia de marca en los materiales promocionales	DO7
• Deficiente accesibilidad a la información online	DO9
• Disponibilidad de rutas no homologadas	DO9
• Falta de sensibilización turística, local y empresarial	DO10
• Cese temporal de la actividad del único hostel-restaurante	DO11
• Reducción del número de plazas de restauración	DO12
• Restauración de baja calidad	DO12
• La restauración no se adapta a las necesidades del visitante	DO13

• Reducido tejido empresarial turístico	DO14
---	------

AMENAZAS

♦ Existencia de municipios competencia próximos con recursos similares	A01
♦ Degradación del medio natural	A02
♦ Deterioro de los recursos patrimoniales con el transcurrir de los años	A03
♦ En su entorno de influencia se encuentran municipios con áreas naturales similares	A04

FORTALEZAS

♥ Existencia de una marca turística #Ademuz ConLos5Sentidos	FO1
♥ Patrimonio cultural y casco urbano atractivo	FO2
♥ Recurso natural singular y diferenciador	FO3
♥ Superficie protegida un 22,51 % respecto a la superficie del municipio	FO4
♥ Calendario de actividades y eventos durante todo el año	FO6
♥ Ademuz forma parte de la Red Gastroturística CV- L'Exquisit Mediterrani	FO7
♥ Existencia de rutas turísticas con inicio y fin en el casco urbano	FO8
♥ Oferta de alojamiento disponible en webs de reserva	FO9
♥ Dispone de oficina de información turística	FO10
♥ Existencia de web turística ademuzconlos5sentidos.com	FO11
♥ Existencia de rutas guiadas y programadas	FO12
♥ Existencia de eventos atractivos como el Raid de equitación	FO13

♥ Personal turístico (informador y guía turísticos)	FO14
♥ Rodeado de espacios naturales protegidos y elementos culturales	FO15
♥ Eventos atractivos en la comarca	FO16

OPORTUNIDADES

♣ Ampliar los horarios de atención al visitante	001
♣ Profesionalizar la oferta de restauración para mejorar la oferta gastronómica	002
♣ Aprovechar los productos singulares de calidad	003
♣ Posibilidad de consolidación y promoción de los eventos y fiestas culturales más destacables	004
♣ Aprovechar los eventos para potenciar la visita turística posterior del participante y su entorno	005
♣ Capacidad de creación de nuevas empresas turísticas	006
♣ Posibilidad de crear paquetes turísticos	007
♣ Desarrollo a nivel comarcal de la Marca de Calidad Integral	008

DEMANDA TURÍSTICA	COD
-------------------	-----

DEBILIDADES

• Reducido gasto del visitante	DD1
• Mayor peso del excursionista frente al visitante que pernocta	DD2
• Bajo nivel de los valores diferenciales del territorio	DD3

• Concentración del origen de la demanda: Comunidad Valenciana	DD4
--	-----

AMENAZAS

♦ Mejor percepción por parte del visitante de destinos competidores	AD1
♦ Atracción de demandas poco interesantes (visitantes de bajo consumo)	AD2
♦ Touroperadores influyen negativamente en los alojamientos y restauración al desviar a la demanda	AD3
♦ Cambios en los hábitos de la demanda	AD4

FORTALEZAS

♥ Demanda que puede verse influenciada por la cercanía con varias regiones	FD1
♥ Incremento de la demanda en destinos de naturaleza en la época post-Covid	FD2
♥ Incremento de la demanda del turismo deportivo	FD3

OPORTUNIDADES

♣ Posibilidad de convertir al deportista en turista	OD1
♣ Posibilidad de atraer nuevos segmentos de demanda con la creación de producto (rutas accesibles)	OD2
♣ Llegar a acuerdos con los touroperadores	OD3

POLÍTICA INSTITUCIONAL Y DINÁMICA SOCIAL	COD
---	------------

DEBILIDADES

• Gestión turística no planificada	DP1
• Baja capacidad de inversión municipal	DP2

• Falta de coordinación interna público-privada	DP3
• Falta de unidad de acción turística en la comarca	DP4
• Falta de organización del sector (asociaciones, agentes, etc)	DP5

AMENAZAS

♦ Organización institucional más eficientes en otras comarcas	AP1
♦ Desaparición y reducción de ayudas de otras administraciones	AP2

FORTALEZAS

♥ Predisposición del Ayuntamiento por el desarrollo turístico	FP1
♥ Existencia de una asociación de alojamientos comarcal	FP2
♥ Existencia de una normativa que proteja la estética de fachada	FP3
♥ Colaboración con el CdT en formación (gastronomía)	FP4
♥ Integrados en la Ruta dels Ibers València	FP5

OPORTUNIDADES

♣ Programas de ayudas y subvenciones de entidades supralocales (Conselleria, Diputación...)	OP1
♣ Existencia de proyectos de ámbito regional, estatal y europeo (Creaturisme, Planes de Dinamización, Planes de Sostenibilidad...)	OP2
♣ Desarrollo de la adhesión a la Red DTI	OP3
♣ Posibilidad de crear agentes económicos y sociales para estimular el desarrollo de la actividad económica y del turismo	OP4
♣ Fortalecimiento de la organización supramunicipal (Mancomunidad)	OP5

02

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO
ADEMUZ 22>25

2.1 MODELIZACIÓN PRODUCTO TURÍSTICO

Una vez desarrollado el diagnóstico a través del análisis dafo, se establece en este apartado la identificación y ponderación de los mercados-producto que surgen como consecuencia lógica del análisis previo realizado.

En este apartado hay que apuntar que resulta importante (y podría ser estratégicamente imprescindible) que el desarrollo turístico de Ademuz esté vinculado con la estrategia turística de la Mancomunidad de Rincón de Ademuz.

Se propone, por tanto, la búsqueda de desarrollo de sinergias entre los valores culturales, naturales y gastronómicos de la zona, lo cual contribuirá a la economía local de Ademuz, generando así un beneficio que acaba fortaleciendo de igual forma la base del proyecto de Ademuz y la base del proyecto global de la Mancomunidad.

Dos elementos componen principalmente este apartado, en primer lugar, se establece una identificación de los mercado-producto turísticos actuales y potenciales que, por sus características, merezcan ser tratados y, en segundo término, se lleva a cabo un

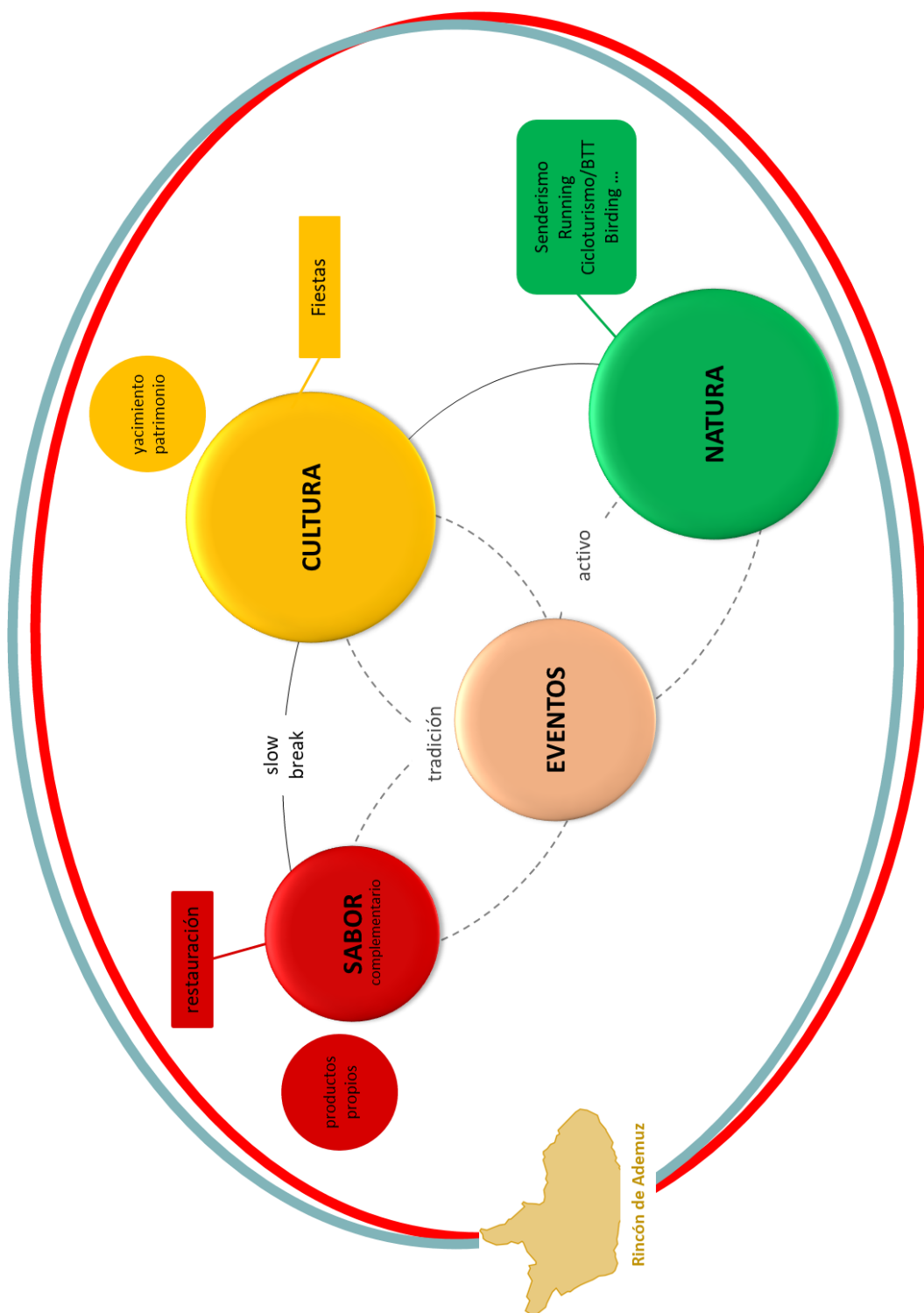
análisis de potencialidad de cada uno de los mercado-producto turísticos identificados y que gráficamente se traduce en una matriz.

2.1.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADO PRODUCTO

De acuerdo, con el análisis anterior realizado del municipio de Ademuz puede definirse los siguientes mercados-producto:

- ADEMUZ CULTURA
- ADEMUZ NATURA
- ADEMUZ EVENTOS
- ADEMUZ SABOR

El desarrollo de estos productos ayudarán a impulsar Ademuz como un destino de slow break (escapadas 2-3 días) basados en la combinación de las propuestas de cultura, gastronomía y naturaleza y el concepto de bienestar, descanso, vida saludable...



2.1.2 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO

El análisis de potencialidad de los diferentes mercados-producto turísticos identificados se ha plasmado a través del diseño de una matriz rentabilidad.

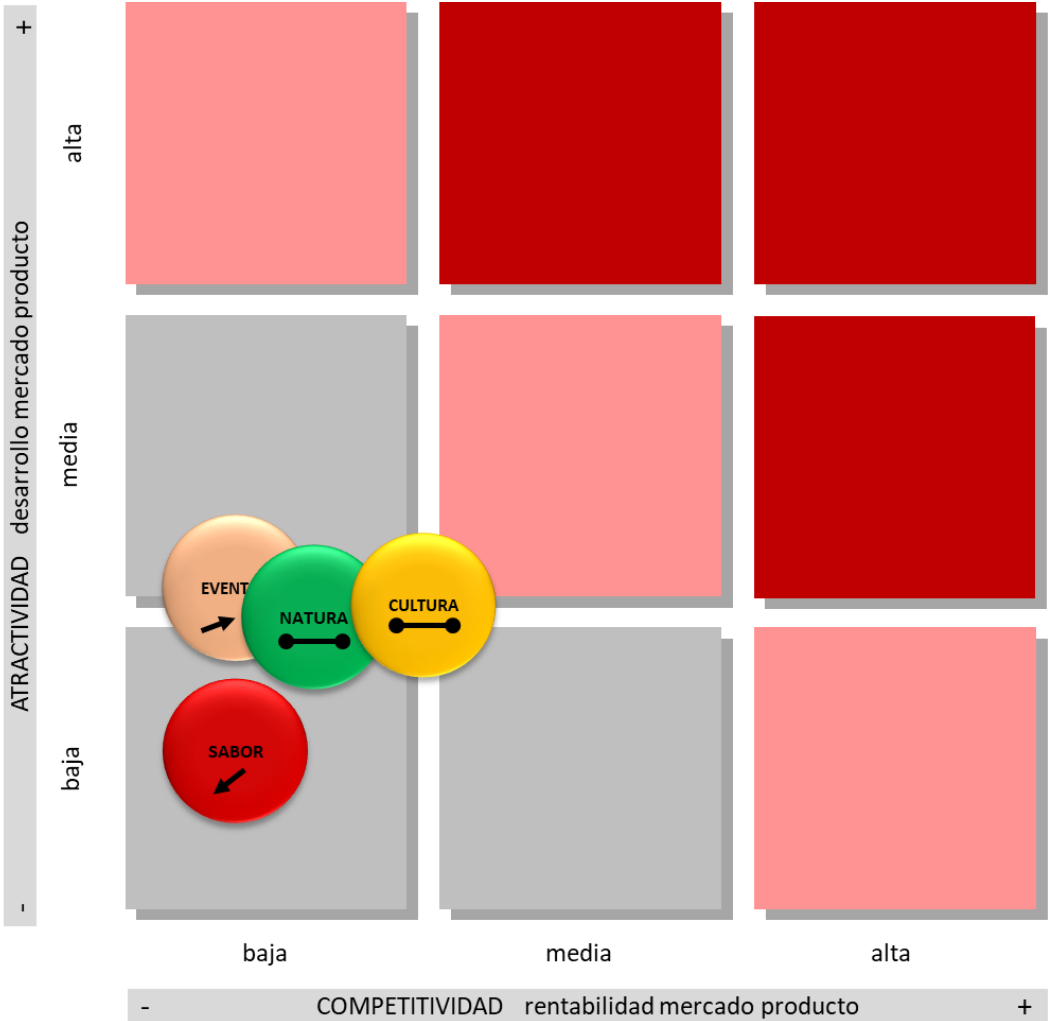
De esta forma, puede observarse gráficamente la posición de los diferentes mercados-producto turísticos según dos parámetros que definen su potencialidad, el nivel de desarrollo alcanzado y su nivel de rentabilidad.

Se relacionan, pues, los factores internos correspondientes a cada mercado-producto y los externos, asignando a

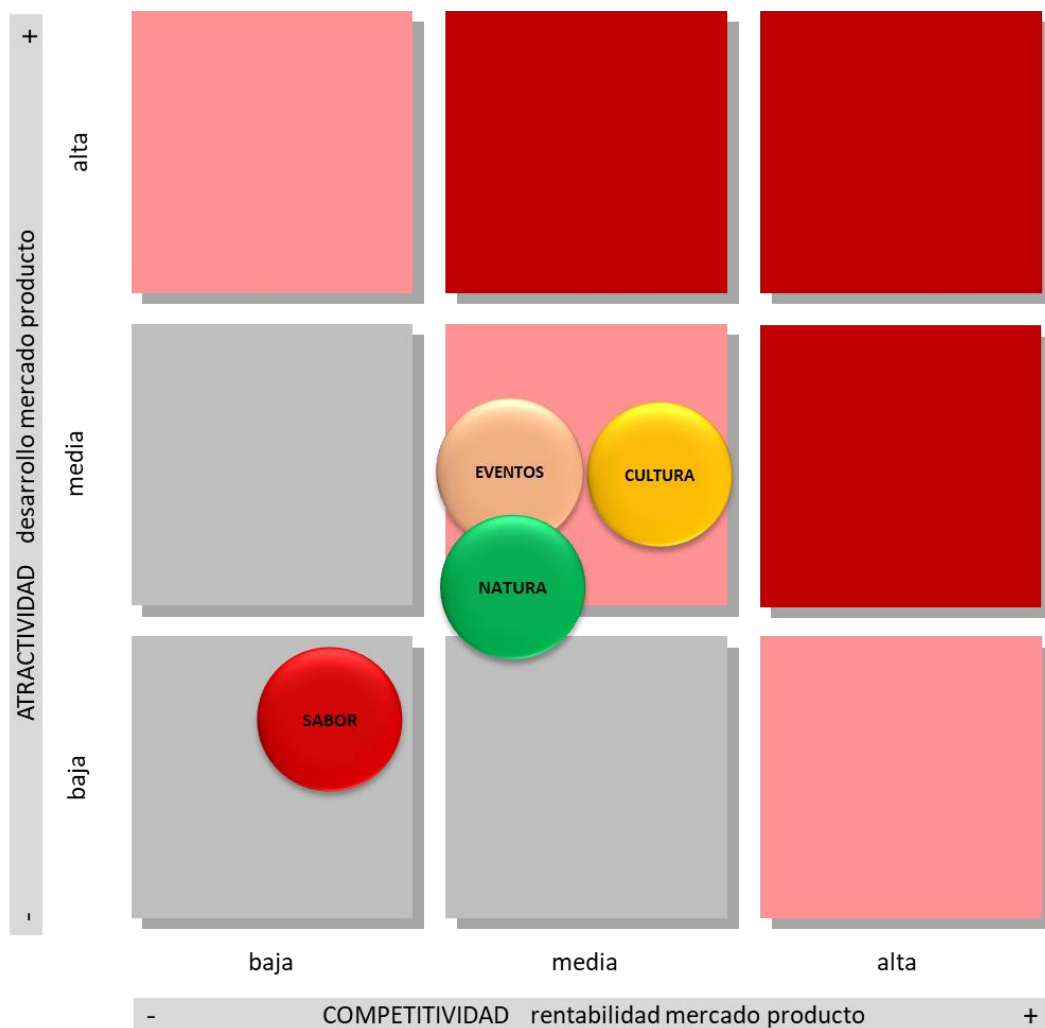
cada factor un peso relativo según su importancia y evaluando cada factor.

Este proceso de cálculo está desarrollado de acuerdo al estudio llevado a cabo durante los anteriores meses y el diagnóstico que de ello se ha derivado, la actuación de los técnicos especializados se apoya pues, en datos cuantitativos y cualitativos de análisis y, con ello, el componente de subjetividad que se pudiera desprender en la ponderación se reduce en la mayor medida posible, teniendo siempre presente que este análisis se caracteriza por tener un porcentaje significativo de cualidad.

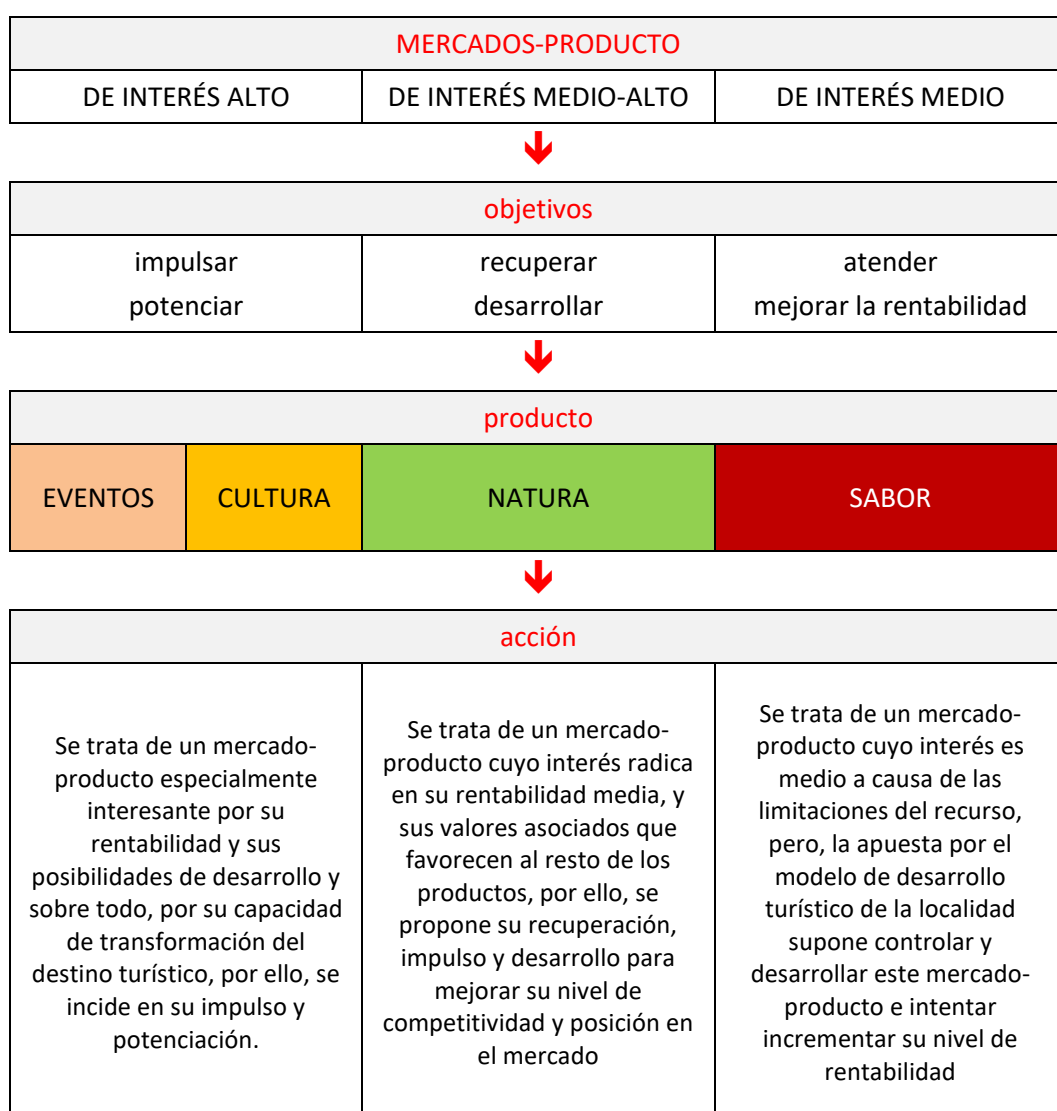
Matriz de posición de mercados-producto (ESCENARIO ACTUAL).



Matriz de posición de mercados-producto (ESCENARIO FUTURO).



Como puede observarse gráficamente en las matrices, los mercados–producto que han sido identificados se sitúan de forma que puede extraerse las siguientes reflexiones:



03

PLAN OPERATIVO

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO
ADEMUZ 22>25

3.1 ARTICULACIÓN ESTRATÉGICA

3.1.1 IDENTIDAD COMPETITIVA

La identidad competitiva se entiende como los distintos elementos (individual y/o agrupadamente) que distinguen a un destino turístico de otros, éstos son especialmente relevantes, pues representan los aspectos que determinan la base sobre la que definir inicialmente y establecer sólidamente después la ventaja competitiva del municipio.

La identidad competitiva está destinada a orientar las distintas líneas

estratégicas, programas y actuaciones concretas (proyectos motores y proyectos base) que tendrán un desarrollo específico posterior y que, en su conjunto y con su puesta en marcha, harán posible el modelo futuro de Ademuz.

La identidad competitiva que se ha identificado para Ademuz se compone principalmente por los siguientes elementos:

- **UBICACIÓN GEOESTRATÉGICA** – su situación singular de isla, junto con los municipios que integran el Rincón de Ademuz, en las provincias de Cuenca y Teruel perteneciendo a la provincia de Valencia, la convierte en una zona de alta capacidad de captación de visitantes por su singularidad aunque las vías de comunicación no son las perfectas.
- **OFERTA TURÍSTICA** – en referencia a su nivel de calidad cultural, relacionado con su patrimonio y tradiciones, y paisajística, capacidad de desarrollo de oferta activa y a una parte del potencial de desarrollo empresarial de la oferta.
- **COOPETICIÓN** - entendida como la capacidad de generar sinergias tanto con empresarios como con otros destinos como Valencia y su área metropolitana, Teruel y Cuenca o municipios del Rincón.

3.1.2 POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Teniendo como base los objetivos anteriormente definidos, de acuerdo al proceso metodológico adoptado, se

diseña la visión estratégica para Ademuz, que se define como la verbalización específica del destino deseado para el futuro.

ADEMUZ 22/25

CONVERTIRSE EN DESTINO TURÍSTICO SLOW BREAK DE VALENCIA Y LA COMUNIDAD VALENCIANA

un destino interno, diferencial por su ubicación y patrimonio, a los destinos ubicados en la Comunidad y más concretamente en toda la costa valenciana (principalmente Valencia y Castellón)

▼ desarrollar la

IDENTIDAD de la OFERTA TURÍSTICA

GENUINA

ATRACTIVA

TRADICIONAL

CALIDAD



POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

RESPETUOSO

SOSTENIBLE

AUTÉNTICO



Marca DESTINO SLOW

Se selecciona el año 2025 como un objetivo temporal adecuado para que se consolide el proyecto turístico como mínimo en su vertiente básica.

El modelo de futuro se determina por una serie de elementos que en su conjunto lo conforman, el objetivo es tratar de certificar definitivamente y de la mejor forma posible, la conversión de Ademuz con características de sociedad rural a un municipio de servicios caracterizado por su solidez como destino turístico de calidad.

3.1.3 OBJETIVOS OPERATIVOS

Se establecen una serie de objetivos operativos que deben alcanzarse con la aplicación de las diferentes acciones que se proponen en el Plan. Estos objetivos están agrupados según diferentes áreas de afectación.

Los objetivos han sido extraídos de un proceso de reflexión, son la respuesta a la cuestión de ¿a dónde queremos ir?, que se traduce en el diseño de una serie de objetivos globales operativos vinculados a los objetivos base que metodológicamente debe definir a un destino.

Estos objetivos son:

DINAMIZAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Es un objetivo prioritario enriquecer la oferta turística de Ademuz mediante a la valorización de recursos y el diseño de nuevas actividades dirigidas a incrementar el atractivo del municipio como destino turístico slow. Como consecuencia debe incrementarse el número y calidad de los visitantes a lo largo de todo el año.

En una segunda fase, debe aprovechar el flujo de visitantes que generarán las nuevas actividades para convertirlos en clientes más especializados, sensibilizados y conocedores de lo que puede ofrecer Ademuz.

FOMENTAR LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR

La creación y promoción de nuevos productos turísticos es un elemento fundamental como eje de competitividad frente a la nueva oferta turística de destinos con niveles inferiores de costes. El uso de la tecnología es un objetivo esencial puesto que ofrece importantes oportunidades para el sector sobre todo

en el ámbito de la promoción y comercialización.

POSICIONAR ADEMUZ COMO DESTINO TURÍSTICO SLOW

Se busca fomentar la proyección turística de Ademuz con la promoción, para reforzar su imagen a nivel regional dando a conocer sus valores relacionados con el concepto slow, principalmente en sus mercados emisores.

GENERAR E IMPULSAR NUEVOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El modelo tradicional de comercialización es un sistema poco desarrollado en Ademuz. Las oportunidades que las tecnologías de información y comunicación, en el campo del marketing relacional, en el desarrollo de la cultura del destino, etc., es tan relevante que Ademuz debe dar un paso adelante en este sentido.

INCREMENTAR LA DEMANDA Y GASTO PROMEDIO DE LOS VISITANTES

El incremento de visitantes en Ademuz que aporten gasto frente a los visitantes que aportan solo coste es imprescindible

para el desarrollo tanto de la actividad actual como para la generación de nueva actividad como para la preservación y valorización de los recursos. El incremento de gasto generalmente se obtiene fomentando la creación de nuevos servicios turísticos, valorizando económicamente los servicios existentes, atrayendo segmentos de demanda con una capacidad adquisitiva media o superior o que haya un incremento en el uso de actividades turísticas generadoras de mayor gasto.

FOMENTAR E IMPULSAR LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO LOCAL

El visitante cada vez tiene más experiencia y es más exigente lo que obliga a una mayor profesionalización de las personas dedicadas a las actividades turísticas, por lo tanto, a los profesionales se les exige también cada vez más una mejor preparación. La falta de profesionalización repercutiría, a medio, plazo negativamente en el desarrollo turístico de Ademuz. Es imprescindible que los empresarios y trabajadores, tanto públicos como privados, del sector turístico asistan a cursos, congresos o jornadas de acuerdo con las necesidades del sector.

MEJORAR LA GESTIÓN TURÍSTICA

Considerando la apuesta de Ademuz por el desarrollo de la actividad turística, se hace necesario fomentar los cauces de interrelación entre las empresas para mejorar su capacidad de intercambio de información y la creación de una estructura mixta ágil y flexible para la implementación de las acciones conducentes a la mejora y al logro de los objetivos turísticos que se determinan aquí.

COMPROMISO CON UN DESARROLLO SOSTENIBLE

Minimizar el impacto de la actividad turística sobre el medio ambiente y la cultura local. Con el Plan se busca promover aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social y con los valores de la comunidad que permita disfrutar de un intercambio positivo y equilibrado de experiencias entre los residentes y visitantes.

3.1.4 PRIORIDAD Y ETAPAS

Para la correcta puesta en marcha del Plan Estratégico, los proyectos se ordenan por una serie de prioridades,

situándose, con la mayor prioridad, en primer lugar, los proyectos motores de acuerdo al cronograma general definido. La priorización se ha considerado de acuerdo a la situación activa de cada proyecto.

Se han establecido una clasificación de las actuaciones según el grado de priorización en directa relación a su importancia, capacidad de influencia sobre otros proyectos y transformación del entorno. Se considera para esta clasificación la siguiente escala de medida.

Grado de priorización

símbolo	prioridad
A+	muy alta
A	alta
M	media
B	baja

Las actuaciones se caracterizan por una serie de cuestiones que han de tenerse en cuenta antes, durante y después del proceso de la implementación:

- Los proyectos motores son indispensables para obtener un resultado de eficiencia adecuado de la aplicación de los proyectos asociados.

- Además, entre los mismos proyectos asociados existen interdependencias, por lo que, si una acción no se lleva a cabo o se desarrolla de una forma u otra, puede afectar más o menos directamente a otra u otras acciones.
- Debe tenerse en cuenta la influencia de la realidad a la hora de llevar a cabo las acciones, por ello, deben integrarse sin traumas los cambios y variaciones que se sucedan. Es decir, el Plan Estratégico es una guía metódica y sólida de lo que se debe de hacer y, al mismo tiempo una herramienta flexible y con capacidad de adaptación que debe asimilar adecuadamente la realidad y sus constantes cambios en el tiempo.
- Las actuaciones exigen un proceso propio para su puesta en marcha que se define por las siguientes fases:

Fase de aplicación

FASE 0 INICIO	0.1	Concreción ideal
▼		
FASE I DISEÑO	I.1	Selección / definición previa del proyecto
	I.2	Redacción / presentación informe del proyecto
	I.3	Aceptación formal proyecto Comisión Directiva
▼		
FASE II DESARROLLO	II.1	(Re) formulación acción - plan de trabajo
	diseño acciones a desarrollar calendario acciones a desarrollar	
	II.2	Identificación / compromiso agentes implicados
	II.3	Dotación económica
	II.4	Constitución grupo de trabajo
▼		
FASE III APLICACIÓN	III.1	Implementación acciones del proyecto
	III.2	Conclusión acciones del proyecto

3.2 CUADRO DE MANDO

Este apartado describe el modo de obtener el éxito en la consecución de los objetivos planteados con anterioridad. Es la respuesta a la cuestión ¿cómo llegamos allí?, para ello, se plantea unas líneas de actuación que, desarrollan a su vez, una serie de programas que agrupan una sucesión de acciones.

Es necesario para su aplicación entender esta planificación como un proceso flexible y dinámico que se debe ir gestionando desde la perspectiva del cambio para conseguir el modelo turístico deseado.

3.2.1 EJES ESTRATÉGICOS

Los ejes estratégicos que deberán complementar las actuaciones son:

eje 1. Desarrollo del producto

Eje central cuyo objeto es desarrollar la imagen turística de Ademuz y su diferenciación como destino.

Exige creatividad, cambio de paradigmas o renovación sobre las posibilidades de los recursos locales.

- Este eje se relaciona directamente con la Línea de actuación de estructuración de producto y las acciones contenidas en el mismo.

eje 2. Mantenimiento y la captación de nuevos públicos

Resulta clave para generar un nuevo enfoque de la venta del destino, es necesario buscar nuevos públicos.

El éxito de este eje estará muy vinculado a la capacidad de involucración del sector privado.

- Este eje se relaciona directamente con la línea de comunicación y comercialización y las acciones contenidas en el mismo.

eje 3. Sensibilización de los públicos locales y estimulación del sector privado

Servirá no sólo para sensibilizar a los públicos referidos sino también para fortalecer el posicionamiento del turismo de Ademuz, ante la sociedad de la localidad.

El turismo se presenta ante la población y el sector privado con un proyecto con futuro y defendiendo el valor económico del turismo para el territorio.

- Este eje se relaciona directamente con la línea de comunicación y comercialización y las acciones contenidas en el mismo.

eje 4. Creación de conocimiento

Este eje responde a la necesidad de alerta permanente respecto a los movimientos que se producen alrededor del fenómeno turístico.

El objetivo sería desarrollar una fuente de conocimiento permanente que permita nutrir los ejes anteriores (conocimiento de los públicos, diseño más competitivo del equipo, formación en disciplinas diversas...).

- Este eje se relaciona directamente con la línea de sistema de gestión y las acciones contenidas en el mismo.

3.2.2 LÍNEAS DE ACTUACIÓN

En este apartado se desarrolla una serie de líneas de actuación que suponen la posibilidad de alcanzar, desde una situación dada y estudiada, otra situación deseada.

Representan los ejes principales de las cuales parten las consiguientes acciones que, en su conjunto, deben conducir a la consecución de los objetivos y, por consiguiente, a la plasmación en la realidad del modelo turístico definido.

Los proyectos que permite alcanzar ese modelo turístico son propuestas que, excepto algunas acciones cuya temporalidad se mide en otra escala por su gran desarrollo, se establecen dentro de un marco temporal de 3 periodos anuales y medio [2022-2025], tienen distinto grado de prioridad y se encuentran mayoritariamente interrelacionados, dependiendo unos de otros y viceversa; algunos de ellos suponen un relevante coste económico, otros no tienen un coste monetario, pero, sin embargo, si exigen costes de otro tipo.

La actuación consensuada y la participación de agentes públicos y

privados son algunos de los aspectos clave que, sin duda, determinan y determinarán el futuro trazado de este

camino alternativo de desarrollo turístico de Ademuz. Las líneas de actuación básicas son:

Lc 1 ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO

engloba los programas que permitirán estructurar el modelo turístico estableciendo las bases de su impulso inicial y sólido desarrollo posterior.

Lc 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

establece las acciones básicas para el desarrollo comunicativo global / específico y venta del/os producto/s turísticos establecidos.

Lc 3 SISTEMA DE GESTIÓN

define los elementos indispensables de organización, formación / dinamización y control / seguimiento del plan y gestiona de ese modo, la aplicación del plan.

3.2.3 ACTUACIONES

Las medidas propuestas a desarrollar por el Plan Estratégico se describen acción por acción a través del siguiente esquema:

- Descripción general.
- Producto asociado.
Se significa por describir el producto turístico con el que se relaciona la acción del siguiente modo: Cultura, Naturaleza, Gastronomía y Eventos.
- Objetivos.
- Agentes implicados.
- Aproximación presupuestaria.
Señala una estimación del coste asociado a la puesta en marcha de la actuación. Se han establecido cuatro niveles de presupuesto:
 - No existe, no exige inversión económica
 - Bajo, de 0 a 6.000 €
 - Medio, de 6.001 a 20.000 €
 - Alto, de 20.001 a 50.000 €
 - Gran Proyecto, más de 50.000 €
- Hoja de ruta de la actuación.
Enumeración de los pasos a seguir que posibilitan el logro de las actuaciones.
- Calendario previsto de ejecución.
(por años).
- Grado de prioridad del proyecto.

Se significa por describir el nivel de prioridad de cada proyecto o actuación del siguiente modo: A*: muy alto; A: alto; M: medio; y B: bajo

Estos cuadros permiten tener una visión más extensa y concreta de las diferentes actuaciones y proyectos, de este modo, se posibilita obtener más ágilmente la información acción por acción.

Estos cuadros, sobre todo, representan una guía descriptiva inicial de las diversas acciones individuales a emprender que, en su conjunto y de acuerdo, al grado de implementación, nos acercaran en mayor o menor medida a la consecución de los objetivos determinados.

CUADRO GENERAL DE ACCIONES

Se establece un cronograma aproximativo del desarrollo de las diferentes actuaciones, se trata de una guía para la puesta en marcha y seguimiento de estas actuaciones, determinando la fecha óptima en la que es conveniente iniciar, desarrollar y finalizar cada actuación.

Estas actuaciones se caracterizan por una serie de cuestiones que han de tenerse en cuenta antes, durante y después del proceso de la implementación:

- Existen interdependencias prácticamente entre todas las actuaciones, por lo que, si una actuación no se lleva a cabo o se desarrolla de una forma u otra, afecta más o menos directamente a otra u otras actuaciones.
- Debe tenerse en cuenta la influencia de la realidad a la hora de llevar a cabo las actuaciones, por ello, deben integrarse sin traumas los cambios y variaciones que se provoque. Es decir, el Plan es una guía metódica y sólida de lo que se debe de hacer y, al mismo tiempo una herramienta flexible y adaptativa que debe asimilar la realidad y sus influencias, por ello, es muy importante su gestión controlada.
- Las actuaciones se caracterizan también según la situación temporal en que se encuentran dentro del Plan, por ello, pueden considerarse en un momento dado:
 - De INICIO, como se denomina a las actuaciones cuando se ponen en marcha (denominándose así, tan solo en su primer año).
 - En ACTIVO de años anteriores, como se denomina a las actuaciones del Plan Estratégico que habiéndose iniciado en un año anterior se siguen llevando a cabo en los siguientes años.

A continuación, se describe el cuadro completo de actuaciones diseñadas para el periodo 2022-2025.

			2022	2023		2024		2025	
			2	1	2	1	2	1	2
Lc1	ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO								
01	PAQUETES TURÍSTICOS Creación	A+							
02	RECURSOS Señalización y mantenimiento	M							
03	ENTORNO ERMITA DE LA HUERTA Embelllecimiento y adecuación	B							
04	RUTAS INCLUSIVAS ADEMUZ. Creación	M							
05	PRIMAVERA EN ADEMUZ. Creación eventos	A+							
06	LOS RINCONES DE ADEMUZ Elección y acondicionamiento	M							
07	PROYECTO ÁREA DE SERVICIO CARAVANAS Redacción	M							
08	APARCAMIENTO DISUASORIO Construcción	M							

			2022	2023		2024		2025	
			2	1	2	1	2	1	2
Lc2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN								
01	STORYTELLING IMAGEN TURÍSTICA Aplicación	A+							
02	CONTENIDO WEB TURÍSTICA Creación	A+							
03	ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES Definir y aplicar	A							
04	INFORMACIÓN TURÍSTICA Control y difusión	B							
05	PANELES INFORMATIVOS Diseño e instalación	M							
06	TOTEM INFORMATIVO Diseño	M							
07	OFICINA TURISMO Acondicionar	M							
08	SHOWROOM DE PRODUCTOS Celebración	A							
09	AGENDA ANUAL DE EVENTOS Diseño	A							
10	PRESS TRIP/ PRESCRIP TRIP Organización	M							

			2022		2023		2024		2025	
Lc3 SISTEMA DE GESTIÓN			2		1	2	1	2	1	2
01	COMISIÓN MIXTA DE TURISMO Creación	A+								
02	ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Impulso	M								
03	TALLER EXPERIENCIAS TURÍSTICAS Paquetización	M								
04	PLAN DE FORMACIÓN Elaborar	M								
05	SENSIBILIZACIÓN CIUDADANA Y EMPRESARIAL Conoce Ademuz	B								
06	CERTIFICADO CITTASLOW Solicitud	A								
07	DESARROLLO PROCESO DTI Impulso	M								
08	MANUAL DE PROTOCOLO DE EVENTOS Redacción	M								

AC 01 PAQUETES TURÍSTICOS. CREACIÓN

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

El éxito de la puesta en valor de productos turísticos no estriba tanto en el valor patrimonial e histórico del argumento sobre el que se lleva a cabo si no en la capacidad de facilitar su compra y en el envoltorio que se genera en torno a él. Sin duda, si además el argumento es consistente, relevante y facilita a priori generar demandas, será más sencilla su compra. Se entiende por paquete turístico el ensamblaje de una serie de servicios turísticos independientes, aunque complementarios como el alojamiento, restauración y ocio. Para crear productos turísticos concretos, es necesario antes decidir cuáles son los elementos definitorios de este producto, a que perfil turístico se dirigen, que recursos turísticos concretos se incluyen y que hay que poner en valor, así como determinar la participación del sector privado.

El contenido de estos paquetes turísticos estará directamente relacionado con los siguientes ítems: el paisaje y la naturaleza, el patrimonio histórico y cultural, los eventos y actividades y en menor medida la gastronomía.

Un ejemplo de experiencia sería “Ademuz Birding” en el que alojamiento, la empresa de guía profesional de avistamiento de aves y una guía de las incluidas en #AdemuzConLos5Sentidos se ofertara todo junto en un paquete de dos días. La participación y la creación de líneas de diálogo entre los diferentes prestatarios de servicios turísticos es fundamental para la estructuración de la oferta turística de la localidad en productos comercializables como se sugiere en la acción “taller experiencias turísticas”.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob1	Dinamizar la actividad turística
Ob3	Posicionar Ademuz como destino turístico slow
Ob5	Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
Ob6	Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
Ob7	Mejorar la gestión turística
Ob8	Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Determinar los elementos definitorios del producto
- Determinar el perfil del turista al que se dirigen
- Determinar los recursos a incluir
- Realización de workshops
- Definición de los paquetes

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☒ 2023 ☒ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☒ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC 02 RECURSOS. SEÑALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

Es muy importante el mantenimiento de los recursos tanto naturales como patrimoniales, por ejemplo, el castillo de Ademuz está en la lista roja de la asociación Hispania Nostra. En el caso de los recursos patrimoniales el paso del tiempo y el clima influyen de manera determinante en el desarrollo de los procesos de deterioro de estos recursos. Su mantenimiento se debe centrar en mantener en buen estado los materiales de construcción y los elementos arquitectónicos. Aquellos bienes que son de propiedad privada se debe solicitar a sus propietarios la reparación y mantenimiento de los mismo. Dos recursos sobre los que se debería realizar una intervención inmediata son el Cubo del Tío José Maroto y la ermita de la Virgen de la Huerta.

También se propone un acondicionamiento respetuoso de los senderos y espacios naturales. Se basará en pequeñas intervenciones de bajo impacto, realizadas con criterios tradicionales y materiales disponibles en el lugar, como piedra o vegetación.

Con la finalidad de recuperar las condiciones ambientales y paisajísticas y la contención de la degradación producida por el paso del tiempo, el clima y el ser humano. Se recomienda sólo contratar aquellas labores que no pueda realizar la brigada municipal. Además, se deberían resolver las deficiencias existentes con lo que respecta a la señalización de las rutas. Es necesario su señalización, tanto la direccional como la interpretativa al objeto de facilitar el recorrido por las mismas y la mejorar la experiencia del visitante.

La señalización juega un papel primordial en relación con la propuesta de creación de recorridos autoguiados, rutas, el aumento de los tiempos de estancia, la orientación de flujos de visitantes... Es indispensable que la señalización sea homogénea y se adapte a la morfología del entorno en el que ubica, que sea resistente ante las inclemencias del tiempo y actos vandálicos y que su ubicación evite la confusión del senderista. En los elementos de señalización debe aparecer la marca turística de Ademuz.

Las señales tanto direccionales como interpretativas que se instalen deben incluir sistemas de digitalización que permitan recopilar información de los visitantes y mostrarles mensajes que fueran de su interés, como por ejemplo códigos QR o balizas digitales (beacon).

Se recomienda que la señalización este como mínimo en castellano y valenciano, se propone colocar códigos QR con la misma información en otros idiomas, como mínimo en inglés.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
☒ NATURA
☐ SABOR
☐ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob1 Dinamizar la actividad turística
 Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
 Ob7 Mejorar la gestión turística
 Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☒ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Inventario de trabajos a realizar en cada recurso arquitectónico y ruta
- Determinar que trabajos los puede realizar la brigada municipal
- Elaboración proyectos
- Contratación de empresas especializadas en mantenimiento y recuperación de espacios

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☒ 2023 ☒ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 03 ENTORNO ERMITA DE LA HUERTA. EMBELLECIMIENTO Y ADECUACIÓN

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

La Ermita de la Huerta es un edificio románico que en el momento de su construcción el entorno en el que se edificó difiere notablemente al actual. Está junto a un moderno centro de enseñanza y rodeada de pavimento de hormigón.

Se propone adecuar el entorno de la ermita intentando que se asemeje al paisaje existente en el momento de su construcción. Se recomienda sustituir el hormigón por una zona ajardinada e intentar mitigar la visión del colegio con arbolado o plantas.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
☐ NATURA
☐ SABOR
☐ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|---|
| Ob1 | Dinamizar la actividad turística |
| Ob3 | Posicionar Ademuz como destino turístico slow |
| Ob8 | Compromiso con un desarrollo sostenible |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☒ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Redactar el proyecto de adecuación de zona verde entorno de la ermita
- Contratación empresa para adecuación
- Inicio obras
- Comunicación medios

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☐ 2023 ☒ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☒ Bajo

AC 04 RUTAS INCLUSIVAS ADEMÚZ. CREACIÓN

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

Los espacios abiertos no son accesibles para personas con diversidad funcional, el propósito de esta acción es mejorar la calidad de vida de las personas con capacidades diferentes ayudándoles a recorrer y descubrir los espacios abiertos de Ademuz. Además, el turismo accesible tiene un gran potencial ya que en Europa hay 120 millones de personas con diversidad funcional. Desde el año 2016 Turisme Comunitat Valenciana y el colectivo de personas con discapacidad Cocemfe trabajan en la generación y divulgación de rutas inclusivas bajo el sello “La Comunitat també per a tu”.

Se propone adaptar las rutas más visitadas en una primera fase para personas con diversidad funcional intelectual y psíquica, por ello es importante que los materiales estén adaptados a los participantes, que sean fáciles de manipular y su diseño debe ser sencillo y realista. Se recomienda el uso de sistemas de comunicación como los pictogramas o el sistema de lectura fácil, que facilitan la comprensión de los mensajes.

Esta acción hace avanzar la accesibilidad en el sector turístico de Ademuz, uno de los ámbitos de la Red de Destinos Turístico Inteligentes.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
☒ NATURA
☐ SABOR
☐ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|---|
| Ob1 | Dinamizar la actividad turística |
| Ob3 | Posicionar Ademuz como destino turístico slow |
| Ob4 | Generar e impulsar nuevos canales de comercialización |
| Ob5 | Incrementar la demanda y gasto promedio de los visitantes |
| Ob8 | Compromiso con un desarrollo sostenible |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☒ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☐ Nivel bajo ☒ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Decidir entre las rutas naturales más visitadas cuáles van a ser accesibles
- Preparar documentación para licitación
- Contratación de la empresa encargada
- Comunicación de las rutas naturales accesibles

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC	05	PRIMAVERA EN ADEMUZ. CREACIÓN DE EVENTOS
----	----	--

LC	1	ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO
----	---	-------------------------

Los meses de febrero a mayo son los meses con menos agenda cultural y festividades del calendario de Ademuz, se propone la creación de mínimo dos eventos con una duración de un fin de semana durante estas fechas

Se propone la creación de al menos dos de los siguientes eventos:

- Festival de Música de Cámara en la Ermita de la Huerta.
- Concurso de pintura rápida.
- Concurso de fotografía Otoño en Ademuz.
- Festival Ademuz en familia. Donde se podrían realizar cuentacuentos, talleres de juegos populares tradicionales, actividades infantiles...
- Festival el Almendro en Flor

Todos estos eventos deben encajar con el modelo slow propuesto.

La oferta de restauración, alojamiento y otros comercios estarán debidamente informados de los eventos para su preparación. En esta misma línea, la comunicación del evento se realizará en con el tiempo y medios suficientes: RRSS, prensa, portales web, etc como para causar un impacto significativo.

Al mismo tiempo también debería servir de plataforma para dar a conocer los atractivos turísticos de la localidad. Se recomienda que la Oficina de Turismo de la localidad esté abierta durante todos los eventos.

Para una correcta planificación, organización, ejecución y evaluación del evento se debería incluir en el Manual de Protocolo de eventos (propuesto en el plan). Ha de ser una guía que permitirá a los actores públicos y privados disponer de una herramienta de organización, gestión y control a ser utilizada en el momento de llevar a cabo los sucesivos eventos.

La estructura del manual ha de describir las tres etapas por las cuáles debe pasar la organización de un evento para lograr el impacto positivo sobre el turismo que se desea, estas son: etapa pre-evento (planificación y organización), etapa evento (ejecución) y la tercera etapa post-evento (evaluación y monitoreo).

Al finalizar los eventos se debería elaborar un informe de balance, conclusiones y recomendaciones.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- | | |
|-------------------------------------|---------|
| ☐ | CULTURA |
| ☐ | NATURA |
| ☐ | SABOR |
| ☒ | EVENTOS |

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|--|
| Ob1 | Dinamizar la actividad turística |
| Ob2 | Fomentar la cultura de la innovación en el sector |
| Ob3 | Posicionar Ademuz como destino turístico slow |
| Ob5 | Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes |
| Ob7 | Mejorar la gestión turística |
| Ob8 | Compromiso con un desarrollo sostenible |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|---|--|---|------------------------------|---------------------------------------|
| ☒ Ayuntamiento | ☐ Mancomunidad | ☐ Diputación | ☐ GVA | ☐ Adm. Estatal |
| ☒ Empresas Turísticas | ☒ Otras empresas | ☒ Entidad mixta | | |

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------------|--|
| ☐ No existe | ☐ Nivel bajo | ☒ Nivel medio | ☐ Nivel alto | ☐ Gran proyecto |
|------------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------------|--|

AC 05 PRIMAVERA EN ADEMUZ. CREACIÓN DE EVENTOS

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Determinar los eventos a celebrar
- Determinar el perfil del turista al que se dirigen
- Determinar las personas responsables de cada evento
- Elaboración de los Manuales de Protocolo de los eventos
- Comunicación de los eventos
- Redacción informe final

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☒ 2023 ☒ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☒ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC 06 LOS RINCONES DE ADEMUZ. ELECCIÓN Y ACONDICIONAMIENTO

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

El casco urbano de Ademuz cuenta con interesantes lugares que por sus características arquitectónicas se pueden convertir en rincones con encanto que atraigan a visitantes. Es una forma de dar a conocer la historia, vida cotidiana y el día a día de Ademuz.

Estos espacios se deben adecuar mediante trabajos de rehabilitación de fachadas, embellecimiento con plantas, donde sea posible colocación de bancos, etc. Estos rincones invitarán al visitante a callejear por el casco urbano para descubrirlos y tras fotografiarlos compartir su experiencia en sus RRSS. Se colocará una señal que indique el lugar donde el turista se tiene que situar con su cámara para hacer la foto perfecta. Se creará un hashtag para que los visitantes compartan sus fotografías nombrado a la localidad.

Se recomienda que una vez al año, los habitantes de Ademuz seleccionen la foto más bonita de entre las compartidas en RRSS, el ganador recibirá un premio buscando que vuelva a visitar Ademuz. Es una acción en línea con la filosofía slow que se propone.

Estos rincones estarán recogidos en la web turística, se debería realizar un folleto digital donde se recomendará un itinerario para su disfrute y se compartirán en las RRSS de Ademuz cada una de las fotos que los visitantes suban a sus RRSS.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
☐ NATURA
☐ SABOR
☐ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob1 Dinamizar la actividad turística
 Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
 Ob4 Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
 Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
 Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☐ Nivel bajo ☒ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Elección de los rincones
 → Determinar acciones a llevar a cabo en cada rincón
 → Comunicación de los Rincones de Ademuz

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☐ 2023 ☐ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 07 PROYECTO ÁREA DE SERVICIO PARA CARAVANAS. REDACCIÓN

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

Tras el cese temporal de la actividad del hostel, existe deficiencia en cuanto a plazas de alojamiento de manera que el área de servicio para caravanas completaría y diversificaría la oferta de plazas turísticas, contribuyendo a mejorar en calidad y cantidad de la oferta existente.

En los últimos años las ventas de autocaravanas en España han experimentado un crecimiento espectacular, rondando el parque actual las 73.000 unidades, que llegan a 2.500.000 en toda Europa. Supone un volumen potencial de más de 8 millones de potenciales turistas.

Los usuarios de autocaravanas disponen de una gran movilidad y son personas que, por lo general, disfrutan de más tiempo de vacaciones de lo habitual y permanecen en las diferentes localidades del orden de 1-3 días y son usuarios habituales de restaurantes, comercios y visitantes del llamado turismo cultural.

En la actualidad Ademuz no dispone de este servicio para autocaravanas. La parcela sobre la que se debería emplazar el "Área de Servicio para autocaravanas" será una parcela sin actividad alguna que será necesario dotarla de todos los servicios en su interior. Se debe realizar la urbanización completa para dotarla de los servicios adecuados que requieren este tipo de instalaciones.

Las autocaravanas son vehículos que necesitan regularmente; llenar sus depósitos de agua potable (150 litros aproximadamente; cada 3 ó 4 días), vaciar sus depósitos de "aguas grises" (150 litros aproximadamente de aguas jabonosas; cada 3 ó 4 días), vaciar sus depósitos de "aguas negras" (20 litros WC químico con materia orgánica; cada 3 ó 4 días). Además de estacionar, todos los días, en lugares seguros y tranquilos para pernoctar y proveerse regularmente de productos básicos de consumo (alimentos, bebidas, etc.).

Por lo tanto, el área de servicio para autocaravanas deberá disponer de una toma de agua para el llenado del depósito de aguas limpias, de unas rejillas para el vaciado de aguas grises y negras del vehículo y disponer de un espacio llano para estacionar y pernoctar, también se podría incluir otros servicios complementarios.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob1 Dinamizar la actividad turística
 Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
 Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☒ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Elección de la ubicación del área de servicio para autocaravanas
- Diseño del área, elaboración de los planos
- Redacción del proyecto de las bases del concurso para la construcción
- Puesta en marcha del concurso
- Elección de la empresa

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☐ 2023 ☒ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 08 APARCAMIENTO DISUASORIO. CONSTRUCCIÓN

LC 1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

El objetivo es facilitar el acceso al casco urbano de Ademuz y evitar en temporada alta que por falta de posibilidades de aparcamiento los residentes y visitantes realicen sus estacionamientos en zonas donde no está permitido, además la vía pública debe destinarse al disfrute de los peatones. Los visitantes, tanto si son particulares con vehículo propio, como en grupo por medio de autocares, han de poder estacionar sus medios de transporte de forma apropiada, fácil y segura.

Se deben adecuar espacios para el estacionamiento de vehículos particulares y para autobuses que visiten Ademuz. Se propone que la zona de aparcamiento esté en la Avenida Valencia, junto a la gasolinera.

Los materiales de comunicación que incluyan planos y rutas deben incorporar la ubicación de este estacionamiento de vehículos en las proximidades del casco urbano. También en la web ademuzconlos5sentidos.com se debería incluir información sobre esta zona de aparcamiento.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob1 Dinamizar la actividad turística
 Ob5 Incrementar la demanda y gasto promedio de los visitantes
 Ob7 Mejora de la gestión turística

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☒ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Seleccionar ubicación de las zonas de aparcamiento
- Eliminación de malezas
- Eliminación de malezas y rasanteo del terreno
- Aportación de tierra y zahorra
- Diseño de la señalización direccional

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☐ 2023 ☒ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 01 STORYTELLING IMAGEN TURÍSTICA. APLICACIÓN

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La compra de un producto turístico se basa en las expectativas del turista, es decir, en la imagen preconcebida del destino en su mente. Además, el turista, ya no adquiere solamente un producto, sino que lo compra pensando en adquirir la experiencia que se encuentra detrás de cada producto turístico, y que pretende disfrutar durante sus vacaciones en ese destino. Eso requiere que los destinos turísticos deben ser capaces de crear una potente imagen de marca que permita atraer la atención del turista e influenciarle en el proceso de decisión y de compra de sus vacaciones.

Por consiguiente, se recomienda a Ademuz una estrategia de branding bien estructurada y ejecutada con éxito para contribuir favorablemente al valor, la reputación y el poder competitivo de Ademuz. Sin embargo, el nombre del destino ya no es suficiente para diferenciarlo y asociar determinadas características para conseguir el posicionamiento deseado, así como otros aspectos que contribuyen a la complejidad del branding en un territorio.

El storytelling es una técnica que permitirá comunicar, de forma efectiva, la marca turística de Ademuz a través de la conversión de historias y mitos en experiencias tangibles que junto con su correspondiente argumento y varios personajes permitan al turista conocer mejor la localidad. El storytelling posibilitará que, Ademuz sea diferente al resto de competidores y gane un valor añadido positivo a través del aprovechamiento de unos recursos intangibles, como pueden ser los mitos y las leyendas propios de la localidad y pertenecientes a su cultura y sus tradiciones particulares. Además, la importancia del storytelling como recursos reside en parte en la creencia que sus cualidades particulares contribuyen a realzar el valor de la experiencia turística.

Se redactará un brand book que será una herramienta útil, práctica e inspiradora que permitirá orientar y sintonizar todos los mensajes e iniciativas de los diferentes agentes públicos y privados que inciden en la reputación de la marca turística de Ademuz. Será una síntesis de un nuevo relato de Ademuz. Un relato pensado en clave de futuro que expone aquellas capacidades y dimensiones turísticas que la localidad posee y quiere mantener y potenciar.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
- ☒ NATURA
- ☒ SABOR
- ☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
- ☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

→ Contratación de profesionales para definir storytelling

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☒ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC	02	CONTENIDO WEB TURÍSTICA. CREACIÓN
----	----	-----------------------------------

LC	2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
----	---	---------------------------------

El contenido de la web actual es completo, pero no cubre los requisitos de web user-friendly. Además, su información debe ser dinámica y en continua actualización según oferta y demanda del mercado (noticias, calendario de eventos...) auditando, revisando y corrigiendo los contenidos, así como controlando los resultados de las visitas al portal. Se podría crear para este fin un Sistema de Gestión de Contenido que permita la autogestión del portal en dichos apartados. Habrá una persona o personas responsables internas de la administración o se podrá contratar a una empresa especializada. También se aconseja que sea un portal accesible a cualquier persona siguiendo las normativas europeas en esta materia y con un diseño responsive.

De forma, específica, se recomiendan las siguientes mejoras en la web turística ademuzconlos5sentidos.com:

- restauración: indicar en que bares y restaurantes se pueden degustar platos típicos y utilizan productos locales. Se recomienda eliminar la ficha de máquina de vending.
- alojamientos y restauración: sería recomendable incluir un mapa de ubicación en sus correspondientes apartados donde aparezcan todos los establecimientos.
- experiencias: seleccionar unas pocas fotos y de buena calidad (alguna de ellas están pixeladas) para cada experiencia, además indicar duración y coste. La información sobre "La señalización de los senderos ha sido financiada gracias a la convocatoria de ayudas 2021 de València Turisme "IMPULSEM TURISME" ponerla al final del apartado. Al igual que el código QR y wikiloc.
- birding: se propone eliminar "noticias birding" ya que no hay ninguna información al respecto. Esta pestaña según la sección que este activa cambia, por ejemplo, en "guía comercios y servicios" aparece como audioguías.
- producto local: en el apartado "iberian real food" breve descripción sobre dicho sello y listado de comercios que disponen de éste, como son los mismos que aparecen en el apartado "comercios producto local" se propone unirlos. En el apartado "producto agroalimentario" breve descripción, faltaría información, se recomienda esté como mínimo lo que aparece en el pdf denominado productos locales agroalimentarios. Teniendo en cuenta que es una web turística, en el apartado "guía de comercios" se recomienda no aparezcas aquellos comercios no interesantes para el turista, como por ejemplo yesaires, electricistas, construcción..., dichos comercios deberían estar en la web municipal. La sección noticias se propone su eliminación ya que no dispone de información.
- crear un apartado de eventos: con la agenda, información sobre eventos, actividades, fiestas de interés para el visitante.
- Ademuz dispone de Facebook e Instagram turísticos, dicha información no esta disponible en la web.
- alojar en la web un mapa interactivo con información sobre las rutas. El mapa interactivo es un recurso con el que cuenta el visitante, a modo de una aplicación. Este mapa muestra el trazado de todas las rutas e información de los puntos de interés en diferentes formatos multimedia (texto, audio, fotos, paneles, enlace a wikiloc, etc.) e idiomas. Relacionado con la acción "recursos. Señalización y mantenimiento"

También es fundamental el posicionamiento de la Web allá donde los internautas que formen parte del público objetivo naveguen. Por ello se debería hacer:

- Una campaña de posicionamiento en los principales buscadores, sobre todo Google y en menor medida en yahoo o Bing.
- Establecimiento de una relación fluida con Web turísticas públicas basada en el envío de información sobre los diferentes eventos de interés que se desarrollan en la localidad (webs de Turespaña, de Turisme Comunitat Valenciana, de la provincia de Valencia, de la ciudad de Valencia, etc.).
- Así como su presencia en portales de turismo de interior, gastronomía, senderismo, clicoturismo; y campañas publicitarias en medios online, principalmente los orientados a información turística, controlando posteriormente el impacto de las mismas.

El dominio de la web debería aparecer en todos los soportes de comunicación turística que se editen.

Además, habría que realizar campañas de cobertura en internet con tres técnicas de trabajo.

SEO – Search Engine Optimization. Consiste en aplicar diversas técnicas tendientes a lograr que los buscadores de Internet sitúen el portal web de Ademuz turística en una posición y categoría alta dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda. Se utilizan técnicas SEO en portales web que ofertan productos o servicios con mucha competencia como es el caso de Ademuz, buscando el posicionar determinadas páginas sobre las de sus competidoras en la lista de resultados.

SEM – Search Engine Marketing El objetivo es promover la web de Ademuz turística mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados (SERPS). Son métodos SEM: la optimización del motor de búsqueda, el pago por la colocación en buscadores PPC, la publicidad contextual, siempre que haya un pago de por medio. Los principales motores de búsqueda con programas SEM actuales son Google Adwords; Yahoo Search Marketing; y Microsoft Live.

SMO- Social Media Optimization - Son acciones que se llevan a cabo en redes sociales y comunidades online con una finalidad publicitaria o comercial. Este trabajo es en general realizado por un administrador de un medio social. Ademuz deberá optar por contar con servicios propios o contratar externos.

AC 02 CONTENIDO WEB TURÍSTICA. CREACIÓN

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

☐ Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
☐ Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
☐ Ob4 Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
☐ Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Rediseño y creación de contenido para la web
- Inventario de la web turísticas y privadas con las que establecer relación fluida
- Campaña de posicionamiento de la web
- Realización de cambios, mejoras y correcciones de los contenidos de forma continua

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☒ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC 03 ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES. DEFINIR Y APLICAR

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La influencia de las redes sociales en turismo se ha incrementado exponencialmente en los últimos años. Éstas se han convertido en el canal ideal para acceder a información sobre viajes y destinos. Las RRSS permiten a los viajeros descubrir los lugares más adecuados a sus preferencias, favoreciendo la implementación de estrategias que garanticen una experiencia personalizada. Así mismo, estas plataformas ofrecen al visitante la posibilidad de compartir su experiencia con otros usuarios, convirtiéndose en un embajador del destino que atraerá a otros viajeros con intereses relacionados.

Ademuz dispone del perfil de Facebook (Tourist Info Ademuz) con más de 1.500 seguidores y de Instagram (Tourist Info Ademuz), con casi 2.000 seguidores, pero, tras el análisis realizado es evidente que no dispone de una estrategia, por lo tanto se está desaprovechando las oportunidades que aporta el social media.

Por ello es importante que la estrategia en las redes sociales de Ademuz cuente con una planificación de inicio a fin. Las ventajas de una planificada gestión de las RRSS son:

- Promueven el desarrollo de nuevos vínculos entre la audiencia y la organización sin importar el lugar de procedencia.
- Permiten atraer a nuevos visitantes.
- Desarrollan canales de comunicación mucho más inmediatos con los potenciales visitantes, dado que estos pueden obtener información sobre el destino en cualquier momento y lugar.
- Mejoran el posicionamiento del destino frente a la competencia.
- A pesar de que las estrategias de posicionamiento SEO, como las planteadas en la acción “contenido web turística. creación” permitirán dar mayor visibilidad del sitio web en los distintos buscadores, las RRSS también sirven para incrementar el tráfico hacia cualquiera de los mecanismos de promoción en línea.
- Facilitan el desarrollo de vínculos de confianza con los seguidores. Las estrategias de social media contribuyen a mejorar la experiencia de los usuarios.

Las estrategias con influencers, como lo propuesta en la acción “presstrip/influencers. Organización”, mejoran la reputación y notoriedad de las marcas

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

☐ Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
☐ Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
☐ Ob4 Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
☐ Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
☐ Ob7 Mejorar la gestión turística

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☐ Nivel bajo ☒ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Establecer los objetivos de la estrategia
- Crear un calendario de contenidos
- Crear los contenidos
- Monitorear las RRSS

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☒ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC 04 INFORMACIÓN TURÍSTICA. CONTROL Y DIFUSIÓN

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Se pretende unificar criterios entre los medios que desarrollen algún contenido sobre Ademuz. El programa constará de tres fases. En una primera fase se realizará una búsqueda de medios que mencionen la localidad (webs, medios escritos, diputación o la Generalitat, etc.) y se seleccionará en cuáles de estos se desea promocionar el territorio.

También se buscarán nuevos medios para promocionar el destino como las oficinas de información turística ubicadas en comarcas próximas a la localidad, en la costa de la Comunidad Valenciana y en ciudades con peso demográfico, tanto poblacional como turístico como por ejemplo Valencia, Torrent, Sagunto...

En una segunda fase se debería decidir la información que se desea aportar de Ademuz en cada uno de los medios seleccionados y, por último, se debería realizar una actualización periódica de la información facilitada.

Se recomienda que esta labor la realice el informador de turismo.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
- ☒ NATURA
- ☒ SABOR
- ☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- ☐ Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
- ☐ Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
- ☐ Ob4 Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
- ☐ Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
- ☐ Ob7 Mejorar la gestión turística

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento
- ☐ Mancomunidad
- ☐ Diputación
- ☐ GVA
- ☐ Adm. Estatal
- ☐ Empresas Turísticas
- ☐ Otras empresas
- ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☒ No existe
- ☐ Nivel bajo
- ☐ Nivel medio
- ☐ Nivel alto
- ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Búsqueda de los medios que desarrollan contenido sobre la localidad
- Búsqueda de nuevos medios para la promoción del destino
- Selección de los medios donde promocionar el territorio
- Decidir qué información se va a promocionar
- Actualización periódica de la información

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☒ 2022
- ☒ 2023
- ☒ 2024
- ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total
- ☐ Alto
- ☐ Medio
- ☒ Bajo

AC 05 PANELES INFORMATIVOS. DISEÑO E INSTALACIÓN

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Se propone colocar en las entradas al casco urbano unos paneles informativos donde mediante códigos QR el visitante se puede descargar información más detallada de los principales recursos/productos de Ademuz, además de los códigos QR se incluirían fotografías atractivas de la localidad.

Los paneles dispondrán de una placa fija con la información anteriormente señalada y unos anclajes para colocar unas placas temporales, que se pudieran poner y quitar, a los que se coloquen para promocionar los eventos/ferias/actividades que se realicen en el municipio, por ejemplo los eventos otoño en Ademuz que se propone en esta Plan, el Mes de la Lavanda...

Las placas han de ser de un material que dure en el tiempo y sea resistente a las inclemencias del tiempo y al vandalismo, tanto la placa fija como las temporales.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
 Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Selección de los puntos donde colocar los paneles
- Decidir la información que estará disponible en los paneles
- Diseño de los paneles
- Concurso para la compra e instalación de los paneles.
- Elección de los eventos/ferias/actividades a promocionar
- Diseño de los vinilos para la promoción de los eventos/ferias/actividades
- Impresión de los vinilos y colocación

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 06 TÓTEM INFORMATIVO. DISEÑO

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Actualmente la oficina de información turística de Ademuz está abierta de lunes a sábado de 9,00 a 15,00 horas y los sábados de 16,30 a 18,30 horas, por lo tanto, fuera de esos días y horario el visitante no dispone de un punto donde poder informarse. Con el tótem informativo se busca cubrir dicha carencia ya que estaría disponible los 365 días del año, las 24 horas.

Se recomienda que el tótem se ubique en un lugar estratégico de paso de visitantes, se propone la Plaza de la Iglesia, Plaza del Ayuntamiento o en la propia oficina de información turística. El tótem informativo debería de disponer de una pantalla táctil de 47 pulgadas transfectiva, perfectamente visible a la luz del sol, soportar cualquier tipo de condición meteorológica (agua, calor, suciedad, nieve, etc.) y completamente antivandálico.

En el tótem se podría consultar tanto la web turística, la agenda de eventos, la agenda de rutas guiadas y un mapa interactivo de la localidad.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

☐ Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
☐ Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
☐ Ob4 Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
☐ Ob7 Mejorar la gestión turística

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Elección tipo de tótem
- Elección ubicación del tótem
- Compra e instalación tótem

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☐ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC	07	OFICINA TURISMO. ACONDICIONAR
----	----	-------------------------------

LC	2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
----	---	---------------------------------

En la Oficina de Turismo se propone colocar una vitrina expositora para mostrar los productos locales para su promoción. El objetivo es que los productos (miel, zumo de manzana, turrónes, embutido, lavanda...) sean conocidos por los turistas que se acercan hasta la Oficina de Turismo a lo largo del año. Además, junto a la vitrina se ofrecerá información, mediante un mapa de productos de la localidad, donde están indicados todos los comercios y restaurantes donde pueden adquirir o degustar estos productos. Aquellos productos que sean perecederos se fabricarán réplicas de los mismos.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☐ CULTURA
☐ NATURA
☒ SABOR
☐ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|--|
| Ob3 | Posicionar Ademuz como destino turístico slow |
| Ob5 | Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes |
| Ob8 | Compromiso con un desarrollo sostenible |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|---|--|---|------------------------------|---------------------------------------|
| ☒ Ayuntamiento | ☐ Mancomunidad | ☐ Diputación | ☐ GVA | ☐ Adm. Estatal |
| ☒ Empresas Turísticas | ☒ Otras empresas | ☒ Entidad mixta | | |

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe
 ☒ Nivel bajo
 ☐ Nivel medio
 ☐ Nivel alto
 ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Elección y compra de la vitrina y colocación en la oficina
- Compra de las réplicas de productos perecederos
- Elaboración e instalación del mapa de información de comercios y restaurantes

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☒ 2022
 ☐ 2023
 ☐ 2024
 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total
 ☐ Alto
 ☒ Medio
 ☐ Bajo

AC	08	SHOWROOM DE PRODUCTOS. CELEBRACIÓN
----	----	------------------------------------

LC	2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
----	---	---------------------------------

Consistiría en buscar un espacio, en la ciudad de Valencia, y en una segunda fase en los mercados de Castellón, Teruel y Cuenca, en la que los productores de la localidad expongan sus productos (miel, zumo de manzana, turrónes, embutido, dulces, manzana...) con objeto de darlos a conocer a compradores y consumidores y dar a conocer el destino.

El público en algunos casos degustará los productos y en todos conocerá sus procesos de elaboración. Será necesario realizar una promoción adhoc del acto. Entre las actividades a celebrar se propone un showcooking con los cocineros de los restaurantes de la localidad y charlas de los artesanos. También habrá un punto de información turística y se proyectará en bucle los videos promocionales de la localidad.

Se celebrará durante un fin de semana y se recomienda durante su celebración desarrollar una estrategia que permita controlar el ingreso del público, para cuantificar la asistencia y disponer de una basa de datos de potenciales visitantes para remitirles información turística de la localidad.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
- ☒ NATURA
- ☒ SABOR
- ☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|--|
| Ob3 | Posicionar Ademuz como destino turístico slow |
| Ob4 | Generar e impulsar nuevos canales de comercialización |
| Ob5 | Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes |
| Ob6 | Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local |
| Ob7 | Mejorar la gestión turística |
| Ob9 | Compromiso con un desarrollo sostenible |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|---|--|---|------------------------------|---------------------------------------|
| ☒ Ayuntamiento | ☐ Mancomunidad | ☐ Diputación | ☐ GVA | ☐ Adm. Estatal |
| ☒ Empresas Turísticas | ☒ Otras empresas | ☒ Entidad mixta | | |

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------------|--|
| ☐ No existe | ☐ Nivel bajo | ☒ Nivel medio | ☐ Nivel alto | ☐ Gran proyecto |
|------------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------------|--|

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Reunión con productores locales y establecimientos de restauración
- Elección de los lugares y fecha donde celebrar el showroom
- Contratación de empresa de organización de eventos
- Elaboración de un informe de resultados

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|
| ☐ 2022 | ☒ 2023 | ☒ 2024 | ☒ 2025 |
|-------------------------------|--|--|--|

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- | | | | |
|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|
| ☐ A+ total | ☒ Alto | ☐ Medio | ☐ Bajo |
|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|

AC 09 AGENDA ANUAL DE EVENTOS. DISEÑO

LC 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Ademuz cuenta, según se desprende del diagnóstico, de un calendario de actos disponible en la web ademuzconloscincosentidos.com en formato googlecalendar, sin embargo, esta oferta no dispone de una adecuada puesta en valor turística, no está suficientemente comunicada. La actuación propuesta busca poner a disposición de los ciudadanos y visitantes información de todas las opciones de entretenimiento y diversión tales como fiestas, eventos culturales, deportivos, etc. que se desarrollen en el municipio, de manera ordenada, y en función de su atractivo y relevancia, al objeto de complementar la visita o servir incluso como excusa del viaje.

Es importante realizar una labor de coordinación con las diferentes organizaciones responsables de la preparación de los actos, organizando las fechas al objeto de no saturar en momentos el destino y rentabilizar al máximo su repercusión. A partir de esta organización se llevará a cabo un calendario de actividades en el que además de incluir aquellas festividades que anualmente se celebran destacando, como es obvio, los elementos que turísticamente pueden tener mayor interés, se presentarán los eventos propios de ese año o época. La agenda debe incluir una información mínima que se concrete en una breve descripción de la temática de la actividad, el coste de entrada si procede, de la organización y los participantes, los datos de contacto y horarios y lugares de celebración. Este calendario además de ser comunicado de manera anual deberá informarse por temporadas, incluso por meses o trimestres y deberá promocionarse adecuadamente:

- Promoción de la agenda en soporte papel estando disponible en la red de tourist info, la oficina de turismo local y del Rincón, el Ayuntamiento, alojamientos, restaurantes y principales puntos de interés turístico del municipio.
- Promoción en el tótem informativo propuesto en una acción anterior.
- Promoción online a través de la página web y sobre todo en las redes sociales.
- Promoción en medios de comunicación, cualquier evento que se realice en Ademuz deberá transmitirse a medios de comunicación regionales y específicos cuya temática esté relacionada con la actividad.

Para que estos eventos puedan ser consumidos por los turistas deberán ser comunicados con suficiente antelación. La oficina de información turística será la responsable de difundir el calendario.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

☒ Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
☒ Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
☒ Ob4 Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
☒ Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
☒ Ob6 Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
☒ Ob7 Mejorar la gestión turística
☒ Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Coordinar entre el Ayuntamiento y agente sociales las distintas actividades que se celebren
- Diseño, creación y edición calendario
- Realizar base de datos con contactos a los que hacer llegar la agenda
- Distribución, comunicación de la agenda de actividades

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☒ 2023 ☒ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☒ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC	10	PRESS TRIP/PRESCRIP TRIP. ORGANIZACIÓN
----	----	--

LC	2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
----	---	---------------------------------

Para potenciar la promoción y comercialización de un destino es muy importante que sus posibles prescriptores lo hayan conocido de primera mano. El objetivo de esta acción es conseguir la publicación de reportajes o artículos en donde a la vez que se informe, se promocio Ademuz como destino turístico. También se deberá realizar una cuidadosa selección de los medios y de las personas con las que contactar para que posteriormente sean prescriptores del público objetivo del municipio. Se recomienda trabajar con periodistas especializados y con periodistas de medios de comunicación generalistas, así como con influencers que creen contenido de viajes, escapadas...

Los press trips/prescrip trip deberán ser dirigidos por una persona con amplios conocimientos sobre el destino tanto desde el punto de vista patrimonial, como gastronómico y de naturaleza. Se deberá contar con personal de apoyo del propio Ayuntamiento y de los empresarios para atenderles y en su caso colaborar en la elaboración del programa, comidas, etc. Se recomienda que estén dirigidos por la técnico de la oficina de turismo y la guía de las rutas turísticas, que disponen de amplios conocimientos sobre el destino.

El grupo no deberá exceder de 20 personas en el caso de periodistas y 10 personas en el caso de los influencers, pudiendo realizar tantos press trips/prescrip trip como se consideren necesarios. No conviene mezclar este grupo de invitados entre sí, es decir periodistas con influencers, ya que sus intereses pueden ser diferentes y se puede perjudicar el ambiente de la estancia, lo que a su vez puede acarrear resultados contraproducentes. Los empresarios deberían colaborar facilitando los servicios con descuentos o gratuitamente. Una vez finalizado es recomendable la realización de una encuesta en la que se pueda medir los resultados de la actuación.

Se realizarán los viajes de press trips/prescrip trip cuando los productos estén desarrollados y aproximadamente una vez al año.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☐ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|--|
| Ob2 | Fomentar la cultura de la innovación en el sector |
| Ob3 | Posicionar Ademuz como destino turístico slow |
| Ob4 | Generar e impulsar nuevos canales de comercialización |
| Ob5 | Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes |
| Ob6 | Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Elección de las personas encargadas de los presstrip y prescrip trip
- Reunión entidad mixta y empresarios locales para organización
- Elección fechas para los viajes
- Selección de los participantes
- Informe de impacto de los press trip y prescrip trip

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☐ 2023 ☐ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 01 COMISIÓN MIXTA DE TURISMO. CREACIÓN

LC 3 SISTEMA DE GESTIÓN

Para la gestión turística de Ademuz resulta fundamental la creación de un foro de participación que implique tanto a entidades públicas como privadas. Su objetivo primordial es el impulso, la promoción y ordenación del turismo de la localidad, proyectando la imagen de Ademuz en el exterior como destino atractivo y singular, aumentando el impacto económico del turismo en el municipio y la sensibilización de la población local sobre la importancia de la actividad turística para la localidad.

Formarían parte de la comisión la corporación municipal, empresarios locales turísticos (restauradores ...) y asociaciones relacionadas con el turismo como la Comisión de Fiestas de Ademuz o la Asociación Turística Rincón de Ademuz... La entidad será responsable de la mejora constante de Ademuz como destino turístico, así como de la difusión de sus valores en el exterior con la puesta en marcha de estrategias turísticas profesionales y el establecimiento de alianzas entre los sectores público y privado, quienes llevarán a cabo la estrategia turística de la localidad y participarán así en la evolución del turismo en el municipio. La comisión se encargará, entre otros, de la gestión de los productos turísticos, de la promoción y de la comercialización

Los resultados de su correcto funcionamiento repercutirán positivamente en la promoción y comercialización de Ademuz como destino turístico atractivo y contribuirá a la búsqueda de mercados. Esta comisión es un elemento importante en el desarrollo del Proceso DTI en el que se propone a Ademuz a formar parte en la acción "desarrollo procedo DTI. Impulso" del presente apartado del Plan.

Cuando la "asociación de empresarios turísticos", que se propone en este mismo apartado del presente Plan, esté constituida deberá formar parte de la comisión siendo un miembro destacado.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☒ CULTURA
- ☒ NATURA
- ☒ SABOR
- ☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- ☒ Ob6 Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
- ☒ Ob7 Mejorar la gestión turística
- ☒ Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
- ☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☒ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Listado de posibles integrantes de la comisión
- Reuniones informativas con los posibles integrantes
- Reuniones con los integrantes para determinar las normas de funcionamiento de la comisión
- Constitución de la comisión mixta
- Se realizarán reuniones a lo largo del año, se recomiendan como mínimo dos reuniones ordinarias al año

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☒ 2022 ☐ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☒ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC	02	ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS. IMPULSO
----	----	------------------------------------

LC	3	SISTEMA DE GESTIÓN
----	---	--------------------

La constitución de una asociación de empresarios turísticos supone una herramienta clave para impulsar el trabajo en conjunto y poder establecer objetivos y estrategias, así como actuar como un órgano representativo para dialogar con la administración pública. Se propone la constitución de una asociación de profesionales del sector con el objetivo de configurar una oferta turística integrada, con una imagen de unidad y equilibrio, que persiga la defensa de la actividad turística y la elaboración y presentación de propuestas sobre la coordinación y dinamización de todos los recursos de la oferta turística de la localidad.

La asociación debería elaborar y presentar proyectos de gestión sobre recursos turísticos invirtiendo en la promoción de estos y las empresas vinculadas al sector turístico. Además, resulta imprescindible que la asociación apueste por la formación de los profesionales del sector contribuyendo a la mejora de los servicios y la experiencia del visitante. Se recomienda que los integrantes de la asociación participen en el “plan de formación. Elaborar” que se propone en este Plan.

Otro de los fines sería el establecimiento de nexos, convenios y colaboraciones con las diferentes entidades, públicas o privadas vinculadas o no al sector turístico que permitan la consecución de los objetivos que se propongan; así como la promoción, producción y publicación de todo tipo de materiales destinados a la divulgación y promoción de los recursos turísticos de Ademuz y de todas las empresas vinculadas al sector turístico.

Se recomienda que, dentro de la asociación y con el apoyo de los técnicos de la localidad, se establezcan unos criterios mínimos de calidad turística basados en el producto “slow” para los establecimientos, como por ejemplo la apuesta por los productos del territorio, la vocación por la calidad y el trabajo bien hecho, la innovación y el fomento de la cooperación y la cohesión. Estos valores y criterios ayudarán a certificar la localidad como “Cittaslow”, acción propuesta en el Plan, posicionando a Ademuz como un destino singular.

La constitución de la asociación facilitará la creación de la “comisión mixta de turismo. Creación” que se recomienda en el presente Plan.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob6	Fomentar la cultura de la innovación en el sector
Ob7	Mejorar la gestión turística
Ob8	Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☒ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Jornada informativa a empresarios sobre ventajas de asociarse
- Redactar acta de constitución y estatutos
- Composición de la junta directiva
- Pago de las tasas
- Presentar la solicitud de inscripción en la Secretaría General Técnica del Ministerio de Interior

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 03 TALLER EXPERIENCIAS TURÍSTICAS. PAQUETIZACIÓN

LC 3 SISTEMA DE GESTIÓN

La generación de participación y colaboración entre los diferentes prestatarios de servicios turísticos es fundamental para la estructuración de la oferta turística de la localidad en productos comercializables.

Se organizarán mesas de trabajo entre los diferentes empresarios para acompañarlos en las distintas fases de creación de las experiencias. Se deberían realizar reuniones semestrales, en las que se facilite e incentive el diálogo por ejemplo entre alojamiento, restaurantes y empresas de actividades para crear experiencia que ofrecer a los visitantes para que pasen unos días en la localidad y conozcan el territorio. Se recomienda que participen los miembros de la asociación de empresarios de turismo que se propone en este mismo plan. Las experiencias estarán basadas en la filosofía slow, con productos de la zona, características culturales de la localidad, generación del menor impacto negativo posible social, medioambiental y económico, etc.

Una vez creados los paquetes se debería comunicar su existencia al público. Dicha comunicación se puede realizar de forma mixta, incluyendo una sección web turística municipal de Ademuz ademuzconlos5sentidos.com/experiencias/, en la sección turística del sitio web de la Mancomunidad del Rincón de Ademuz rincondeademuz.es/pagina/ven-al-rincon, a través de Creaturisme, y completándolo con actuaciones para captar la atención de estructuras de venta sobre la localidad.

Posteriormente se propone la edición de un catálogo de ventas que describirá los paquetes, los agrupará y adjudicará un precio. Dicho catálogo estará editado en formato digital como un apartado disponible en el portal turístico.

Uno de los éxitos de esta iniciativa depende de la permanente actualización de precios y ofertas y, por ende, de la colaboración de todos los empresarios del sector que oferten servicios en el territorio.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob1	Dinamizar la actividad turística
Ob2	Fomentar la cultura de la innovación en el sector
Ob3	Posicionar Ademuz como destino turístico slow
Ob4	Generar e impulsar nuevos canales de comercialización
Ob5	Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
Ob6	Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
Ob7	Mejorar la gestión turística
Ob8	Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☒ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Realización de workshops
- Definición de los paquetes
- Comunicación mixta de los paquetes
- Creación y edición de un catálogo de ventas
- Actualización permanente del catálogo

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 04 PLAN DE FORMACIÓN. ELABORAR

LC 3 SISTEMA DE GESTIÓN

La formación de los recursos humanos es uno de los pilares básicos y el principal activo para un desarrollo turístico de calidad de un destino. El objetivo es fomentar e impulsar la capacitación de los profesionales públicos y privados que directa e indirectamente tienen relación con la actividad turística para ofrecer una experiencia de calidad a los visitantes.

El 82% de las personas que realizan un viaje acude a internet como fuente principal donde informarse. Además, el turista de hoy en día se caracteriza por su hiperconectividad, por ser activo en sus comunidades online, así como por estar muy informado y comunicativo. Cada acción en internet de los turistas se convierte en registros, los agentes públicos deben saber traducir esos datos en información valiosa para el destino. Gracias a los datos se pueden detectar tendencias de turistas, predecir comportamientos, visualizar oportunidades, y sobre todo analizar las estimaciones y distintos resultados que nos proporcionan las estadísticas.

Ademuz es una localidad que aún no tiene conciencia de ser turístico y que todavía no se comporta como tal. Los establecimientos turísticos (comercios, restaurantes, alojamientos, etc.) tienen diferentes niveles de vocación turística y diferentes niveles de calidad. Además, algunos de éstos establecimiento, aunque son formalmente parte del sector, no se consideran como empresas turísticas, porque orientan el servicio al público local.

Se propone el diseño anual de un plan de formación para los agentes públicos y privados de la localidad que guarden relación directa, o indirectamente con la actividad turística. El plan ha de contemplar desde la asistencia a jornadas, cursos o seminarios con una temática en torno a la gestión turística, la participación en el intercambio de experiencias, la comercialización y promoción de los productos turísticos etc. Previa a la realización de cursos de formación-reciclaje se han determinar cuáles son las necesidades formativas, en caso contrario, se corre el peligro de acabar ofertando los cursos “de siempre” cuyo éxito es limitado, no sólo en los resultados obtenidos, sino también en la misma asistencia a los cursos.

Se trabajará en colaboración con el CdT de la ciudad de Valencia y con Invat.tur para aprovechar sus ofertas y demandando si es necesario, cursos a medida. Supone, además, una oportunidad para impulsar también la adhesión del destino como Destino Turístico Inteligente (DTI) que hace necesario la formación continua de los agentes, acción que se propone en este mismo plan.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

☐ Ob2 Fomentar la cultura de la innovación en el sector
☐ Ob6 Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
☐ Ob7 Mejorar la gestión turística

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☒ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Detectar las necesidades formativas de los agentes públicos
- Encuesta a los profesionales del sector turístico empresarial para detectar las necesidades formativas
- Contactar con CdT e Invattur para conocer su oferta
- Comunicación a agentes públicos y privados del calendario de cursos
- Encuesta de satisfacción a participantes tras la realización de cada curso
- Realización de un informe anual con las conclusiones

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☒ 2023 ☒ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 05 SENSIBILIZACIÓN CIUDADANA Y EMPRESARIAL. CONOCE ADEMUZ

LC 3 SISTEMA DE GESTIÓN

Ademuz es un municipio turístico que aún no tiene conciencia de serlo y que todavía no se comporta como tal. Esta acción plantea llevar a cabo sesiones informativas para los principales representantes de la sociedad de Ademuz y empresarios relacionados con la actividad turística principalmente, pero también para la sociedad en general, al objeto de sensibilizarles sobre el importante papel que desempeña los establecimientos turísticos y la sociedad de un municipio en la acogida de los visitantes.

Los establecimientos turísticos (comercios, restaurantes, alojamientos) tienen diferentes niveles de vocación turística y diferentes niveles de calidad. Además, algunos de éstos establecimiento, aunque son formalmente parte del sector, no se consideran como empresas turísticas, porque orientan el servicio al público local.

Se recomienda diseñar y editar soportes de comunicación (folletos digitales) con los que transmitir mejor los mensajes institucionales considerados para el desarrollo turístico de Ademuz.

En paralelo se recomienda la realización de diferentes acciones encaminadas al objetivo de sensibilizar positivamente la opinión de la sociedad y empresariado de Ademuz respecto al desarrollo turístico del municipio y el de su necesaria colaboración y apoyo a la misma. Durante un par de fines de semana se realizarán dos sesiones guiadas al día de las rutas existentes, por ejemplo, la ruta Descubre Ademuz o Vestigios de Sesga, dirigidas en un primer momento a los principales representantes de la sociedad y empresarios y luego a los ciudadanos de Ademuz. Previamente se habrán realizado campañas de comunicación para alentar a los ciudadanos a participar, también se les animará a visitar los equipamientos turísticos del municipio.

Además, para fomentar el afloramiento de opiniones, sobre la situación actual y futura del turismo en Ademuz, se pondrá a disposición de la población y el empresariado un buzón online y otro físico con el fin de facilitar la canalización de su opinión sobre el presente y el futuro del turismo en Ademuz. Además, se divulgará la existencia de los buzones a través de anuncios, mailing conteniendo una carta informativa, post en las RRSS, etc. Se realizará una síntesis para comunicar las opiniones y sugerencias de la población recogidas a través de los buzones.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob6 Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
 Ob7 Mejorar la gestión turística
 Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☐ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Listado de principales representantes de la sociedad y empresarios
- Diseño y edición de campañas de comunicación
- Seleccionar las fechas para la realización de las rutas
- Realización de las rutas
- Sondeo de la participación ciudadana en las rutas
- Programación de los buzones online
- Divulgación de la existencia de los buzones
- Análisis de las opiniones y sugerencias

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☐ Medio ☒ Bajo

AC 05 CERTIFICADO CITTASLOW.SOLICITUD

LC 3 SISTEMA DE GESTIÓN

El movimiento *Cittaslow* promueve una filosofía de turismo sostenible que genere el menor impacto negativo posible en el medio ambiente, económico y social y acerque al visitante a los valores de comunidad, encontrado el equilibrio con los residentes. La adhesión a la red promoverá el modelo turístico que se pretende implantar basado en el posicionamiento de Ademuz como un destino de slow break.

Para su adhesión Ademuz ha de cumplir al menos el 50% de los propósitos por los que aboga el movimiento:

- Minimizar los impactos sociales, económicos y ambientales negativos.
- Promover la generación de beneficios económicos para la población local y mejorar el bienestar de los visitantes.
- Impulsar la participación de los agentes y empresas turísticas para la toma de decisiones que afectan a la actividad turística.
- Hacer contribuciones positivas a la conservación del patrimonio natural y cultural diverso.
- Ofrecer experiencias a los visitantes que incluyan conexiones significativas con las tradiciones culturales, sociales y ambientales locales.
- Proporcionar el acceso normalizado para todo tipo de discapacidad física y psíquica.
- Fomentar el respeto entre turistas y anfitriones, generando y construyendo un ambiente de confianza y orgullo local.

Esta actuación pretende poner en valor las características propias de la localidad y buscar una imagen diferenciada del destino que lo haga más competitivo, ya que en España son solo 12 los municipios miembros de la red. Su adhesión significaría, además, la promoción del destino en la página web y redes sociales oficiales de la asociación, así como el intercambio de información y cooperación con la misma.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

☐ Ob3 Posicionar Ademuz como destino turístico slow
☐ Ob5 Incrementa la demanda y gasto promedio de los visitantes
☐ Ob8 Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☒ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Verificar el cumplimiento de los propósitos de la Red.
- Presentación de candidatura.
- Promoción de la localidad como destino turístico slow y su certificado "cittaslow"
- Mantenimiento de los propósitos y criterios.

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☐ 2022 ☒ 2023 ☒ 2024 ☒ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☒ Alto ☐ Medio ☐ Bajo

AC	06	DESARROLLO PROCESO DTI. IMPULSO
----	----	---------------------------------

LC	3	SISTEMA DE GESTIÓN
----	---	--------------------

Destino Turístico Inteligente (DTI) es una distinción propuesta por la Secretaría de Estado de Turismo y apoyada por Turisme Comunitat Valenciana. Se propone que Ademuz comience su adhesión a esta red. La implantación del DTI plantea una estrategia turística basada en la gobernanza, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología como ejes vertebradores.

Para obtener el distintivo de DTI hay que llevar a cabo un primer ciclo de autodiagnóstico y planificación y un segundo ciclo de ejecución y seguimiento, esta última fase es imprescindible para la continuidad en la red. Los DTI se clasifican en tres niveles; básico, óptimo y excelente. Ademuz, debido a su características territoriales y turísticas buscaría alcanzar el nivel básico.

PRODUCTOS ASOCIADOS

☒ CULTURA
☒ NATURA
☒ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

Ob2	Fomentar la cultura de la innovación en el sector
Ob6	Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
Ob7	Mejorar la gestión turística
Ob8	Compromiso con un desarrollo sostenible

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☒ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☐ Otras empresas ☐ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

☐ No existe ☐ Nivel bajo ☒ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Creación Comisión Interdepartamental de Turismo
- Elaboración del autodiagnóstico
- Elaboración Plan Director DTI
- Inicio de las siguientes fases

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

☒ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

AC 07 MANUAL DE PROTOCOLO DE EVENTOS. REDACCIÓN

LC 3 SISTEMA DE GESTIÓN

Se propone la creación de un manual de protocolo para el desarrollo de los eventos. De este modo, se profesionalizará su puesta en marcha, garantizando una correcta planificación, organización, ejecución y evaluación de los mismos, tal y como se propone en la acción "Otoño en Ademuz. Creación eventos" de este mismo plan. En él se incluirán no solo los nuevos eventos, si no los ya consolidados como el Mes de la Lavanda.

El manual ha de ser una guía que permita a los actores públicos y privados disponer de una herramienta de organización, gestión y control a ser utilizada en el momento de llevar a cabo los sucesivos eventos. La estructura del manual ha de describir las tres etapas por las cuáles debe pasar un evento para lograr el impacto positivo sobre el turismo que se desea: etapa pre-evento (planificación y organización), etapa evento (ejecución) y la tercera etapa post-evento (evaluación y monitoreo).

Como mínimo, durante los distintos eventos, es importante desarrollar una estrategia que permita controlar el ingreso del público, para cuantificar la asistencia, así como recoger la opinión de los visitantes con respecto a los productos, servicio de atención al cliente y los servicios que se derivan del evento. Estos datos serán útiles para los organizadores al momento de evaluar si los objetivos se cumplieron y si obtuvieron los resultados esperados, así como disponer de un perfil de demanda del visitante que ha acudido. Su actualización es crucial para adaptarse a las necesidades que surjan por los cambios de mercado o de acciones.

Por último, al finalizar el evento se debería elaborar un informe de balance, conclusiones y recomendaciones. Debería ser evaluado desde tres ámbitos: desde el punto de vista de los visitantes, de los participantes y de los organizadores. Estos puntos de vista pueden ser evaluados a través de los instrumentos de entrevistas y encuestas. Estos instrumentos deben ser apropiados y concretos para poder determinar el éxito del evento.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- ☐ CULTURA
☐ NATURA
☐ SABOR
☒ EVENTOS

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob2 Fomentar e impulsar la profesionalización del sector turístico local
 Ob3 Mejorar la gestión turística

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- ☒ Ayuntamiento ☐ Mancomunidad ☐ Diputación ☐ GVA ☐ Adm. Estatal
☒ Empresas Turísticas ☒ Otras empresas ☒ Entidad mixta

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- ☒ No existe ☐ Nivel bajo ☐ Nivel medio ☐ Nivel alto ☐ Gran proyecto

HOJA DE RUTA DE LA ACTUACIÓN

- Creación órgano gestor para cada evento
- Elaboración de los manuales para los eventos
- Listado de posibles participantes en los eventos
- Organización de los eventos
- Ejecución de los eventos
- Control del ingreso público a los eventos y recogida de opiniones
- Informe final

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- ☐ 2022 ☒ 2023 ☐ 2024 ☐ 2025

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- ☐ A+ total ☐ Alto ☒ Medio ☐ Bajo

A M U N D S E N
turismo inteligente

c/ Les Garrigues, 2. 1
46001 Valencia
T. 963 519 543
hola@amundsen.team