

índice

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

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

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

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