



Ajuntament
de Potries



Potries
Turisme

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME INTEL·LIGENT DEL MUNICIPI DE POTRIES

març 2023

ÍNDEX

Introducció

Objectiu

Metodologia

1.- Línies de treball per a ser declarat municipi turístic de singularitat

1.1. Particularitats en els criteris

1.2. Particularitats en les obligacions

1.3. Conclusió

2.- Pla estratègic de turisme i de màrqueting del municipi de Potries

2.1. Introducció

2.2. Diagnòstic de la destinació

2.2.1. Característiques generals

2.2.1.1. Ubicació geogràfica, demografia i accessibilitat al destí

2.2.1.2. Infraestructures, equipaments i serveis

2.2.2. Recursos turístics de primer ordre

2.2.3. Oferta i demanda turística

2.2.3.1. Anàlisi externa

2.2.3.2. Anàlisi interna

2.3. Anàlisi DAFO

2.4. Objectius

2.5. Programes operatius i propostes de mesures

2.5.1. Programa de governança turística

2.5.2. Programa transició verda i sostenible

2.5.3. Programa transició digital

2.5.4. Programa destí inclusiu i accessible

2.5.5. Programa qualitat e destí i competitivitat

2.5.6. Programa formació i qualificació de recursos humans

2.5.7. Programa promoció i comunicació del recursos turístics (Plan de màrqueting)

2.6. Cronograma d'execució i pressupost

2.7. Annexos

2.7.1. Accions evaluables dins de les 100 recomanacions per a les destinacions turístiques de la GVA i dels ODS

2.7.2. Perspectiva de gènere de les accions

2.7.2. Codi ètic

2.7.3. Accessibilitat

3.- Pla operatiu de turisme intel·ligent de Potries

3.1. Introducció

3.2. Model DTI-CV Invat.tur

3.3. La demanda turística

3.4. Línies d'actuació prioritàries i reptes

3.5.- Autodiagnòstic de Potries com DTI

3.6.- Actuacions per al compliment de l'autodiagnòstic

3.6.1.- La governança

3.6.2.- La sostenibilidad

3.6.3.- L'accessibilitat

3.6.4.- La innovació

3.6.5.- La connectivitat

3.6.6.- Intel·ligència

3.6.7.- La informació

3.6.8.- El màrqueting en línia

3.7.- Conclusions i full de ruta

Introducció

Potries és una localitat amb un important component turístic, no sols pels seus recursos patrimonials, sinó pels museus, festes d'interés i recursos mediambientals. Però el seu desenvolupament turístic es veu afectat per quatre elements:

- 1.- En aquests moments la situació post- COVID-19 i els efectes col·laterals de la guerra d'Ucraïna generen una incertesa a mitjà termini.
- 2.- En els últims anys l'administració pública valenciana ha anat desenvolupant noves lleis, acompanyades de nous plans i multitud de Manuals i guies d'ajuda
- 3.- Així mateix, Potries ha apostat per convertir-se en una Destinació Turística Intel·ligent, per a formar part a curt termini de la Xarxa DTI d'Invattur.
- 4.- Finalment, Potries té la intenció d'obtenir la declaració de Municipi Turístic seguint les directrius del DECRET 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana.

De la crisi del COVID-19 s'ha generat un nou turisme, que tendeix a ser molt més sostenible i segur, elements que els destins d'interior com Potries tenen de manera potencial. Per tant, el municipi té l'oportunitat de millorar el seu posicionament turístic en un futur i generar més ocupació i riquesa en la localitat.

Per a reduir la incertesa es poden emprar dues eines: les dades, com a elements objectius que aporten una informació rellevant per al destí i la planificació, com l'eina essencial per a convertir aquestes dades en coneixement que ajuden a prendre decisions perquè en el futur la destinació turística siga intel·ligent.

Objectiu

Tal com diu l'Article 11 del DECRET 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana “Els municipis turístics hauran d'elaborar, aprovar i executar un pla turístic en el qual es complisquen els principis establits en la LTOH”.

L'objectiu d'aquest projecte és disposar d'un document de planificació turística del municipi de Potries de cara a la seua declaració com a Municipi Turístic i la seua entrada en la Xarxa DTI de la Comunitat Valenciana de Invat.tur com a destinació turística intel·ligent.

Metodologia

Per a això s'usaran les eines existents:

1.- Legislatives:

- Llei 15/2018, 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana
- DECRET 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana.

2.- Planificació:

- Llibre blanc per a una Nova Estratègia Turística de la Comunitat Valenciana
- Pla estratègic de Turisme CV 2020- 2025

- Bases i horitzó del model DTI-CV: cap a la intel·ligència en la gestió de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana
- Reglament de funcionament de la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents de la Comunitat Valenciana

3.- Manuals, guies i recomanacions

- Codi Ètic del turisme valencià
- Manual operatiu per a la configuració de Destinacions Turístiques Intel·ligents
- Guia d'implantació de Destinacions Turístiques Intel·ligents
- Impacte de la COVID-19 sobre el sector turístic de la Comunitat Valenciana
- 100 Recomanacions per a les Destinacions Turístiques de la Comunitat Valenciana
- Manual de l'empresari d'allotjaments d'interior de la Comunitat Valenciana
- Manual sobre Sostenibilitat per a Gestors de Destinacions Turístiques
- Manual sobre Accessibilitat per a Gestors de Destinacions Turístiques
- Manual sobre Sistemes d'intel·ligència per a Gestors de Destinacions Turístiques
- Manual sobre Governança per a Gestors de Destinacions Turístiques

L'esquema d'aquest projecte segueix les directrius de la Federació Valenciana de Municipis i Províncies (FVMP), que, a través de la Universitat d'Alacant (UA), ha elaborat un Model Tipus "Pla estratègic de turisme i de màrqueting" per als xicotets municipis, iniciativa contemplada en el Conveni entre Turisme Comunitat Valenciana i la FVMP per a 2022.

Els municipis destinataris d'aquesta eina són municipis amb població al voltant de 500 habitants i essencialment de l'interior, per la qual cosa el municipi de Potries, encara que duplica aquesta població pot adoptar aquest model.

<https://www.fvmp.es/modelo-tipo-de-plan-estrategico-de-turismo-y-de-marketing-para-los-pequenos-municipios/>

D'altra banda, se segueix la filosofia de la Xarxa DTI-CV plasmada el document “Bases i horitzó del model DTI-CV: cap a la intel·ligència en la gestió de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana”, que inclou l'anàlisi d'indicadors (Annex III), així com el “Reglament de funcionament de la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents de la Comunitat Valenciana”.

<https://invattur.es/modelo-destinos-turisticos-inteligentes.html>

Així doncs, el present document s'estructura en tres apartats diferenciats, però complementaris:

- 1.- Anàlisi i línies de treball per a ser declarat municipi turístic de singularitat
- 2.- Pla estratègic de turisme i de màrqueting del municipi de Potries
- 3.- Pla operatiu de turisme intel·ligent de Potries

1.- Línies de treball per a ser declarat municipi turístic de singularitat

Entre les obligacions que l'Estatut del Municipi Turístic (EMT) estableix per al reconeixement de la condició de municipi turístic es troba “comptar amb un pla turístic que contemple, entre altres, mesures de sostenibilitat i millora en la prestació dels serveis, havent de tindre definit un programa de qualificació dels recursos humans vinculats al sector turístic i afins” (article 9.1b) EMT).

D'altra banda, després de la modificació de l'EMT es contemplen tres categories de municipi turístic. La present anàlisi està dirigit al reconeixement de Potries per la categoria de Municipi Turístic de Singularitat, la qual cosa comporta particularitats tant en el compliment de criteris com d'obligacions. Per això, és important assenyalar quins són concretament aquestes particularitats dels criteris que ha de complir el municipi de Potries, així com les altres obligacions que se'ls imposen, a més de comptar amb un pla de turisme.

Les tres categories de municipis turístics en funció del compliment dels requisits són: excel·lència, rellevància i singularitat. Potries podria optar al de singularitat, sempre que complisca amb els compromisos, criteris i obligacions establides en el decret:

1.1. Particularitats en els criteris

Els criteris s'estableixen en l'article 5 EMT, no obstant això, es poden assenyalar les següents particularitats:

Criteri 1, Població turística: aconseguir, almenys, les 10.000 persones en el període d'un any natural -turistes i visitants- (article 6.3 EMT).

Població turística mínima:

El còmput de la població turística mínima per a municipis de fins a 5.000 habitants és de 10 multiplicat per la Població resident

En el Padró d'habitants (2022) s'indica que Potries té 1.075 habitants.

http://www.argos.gva.es/bdmun/pls/argos_mun/dmedb_mundatosindicadores.dibuja pagina?anmunid=46198&anindicador=2&avlengua=c

Per tant, es necessita acreditar un mínim de 10.075 turistes en la població.

Població turística real:

La Població turística real és el resultat del còmput de turistes i visitants. Si un dels còmputs o la suma de tots dos és igual o major a la població turística mínima del municipi, es compleix amb el criteri

Còmput de turistes:

Total de places d'allotjament reglat x 365 x ocupació mitjana anual(en decimal)/estada mitjana (dies). A Potries es disposa de 2 places en l'allotjament reglat "La Cambra", per la qual cosa el resultat de la fórmula és el següent:

Turistes: $*2 \times 365 + (0,147/2,5) = 42,92$ turistes en el municipi

Còmput de visitants: sumatori d'excursionistes rebuts en els recursos turístics de primer ordre del municipi.

L'activitat turística a la Província de València es pot analitzar en el document “Evolució de l'activitat turística a la Província de València 2021”

https://www.turisme.gva.es/tcv/tcv2021/4-valencia_2021c.pdf, on s'indica que el grau d'ocupació de les places en allotjament rural va ser del 0,167% i l'estada mitjana anual va ser de 2,5 dies

2 places equivalen a 43 persones, per la qual cosa $*1075 \times 10 = 10.750/2 = 5.375$ visitants

Per tant, no s'aconsegueixen els 10.000 turistes potencials, per la qual cosa es passa al segon criteri:

Criteri 2, Oferta allotjaments turístics: disposar de places d'allotjament reglades a 31 de desembre de l'any anterior a la sol·licitud, sempre que aquestes siguin d'ús turístic i així s'acredite -mínim 2 places (article 7.3a EMT).

En aquests moments hi ha un allotjament rural donat d'alta en el Registre oficial d'establiments d'allotjament rural de la Comunitat Valenciana

(https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/listado_empresas/listado_empresa.html?tam=&menu_id=10), La Cambra, un allotjament d'ús compartit amb 1 habitació i 2 places, havent-se donat d'alta el 2/07/2020 i estant obert en tot moment de Dilluns a Domingo

(<https://potriesrural.com/la-cambra-casa-rural-alojamiento/>).

Turisme residencial: segons l'Institut Nacional d'Estadística (INE) de l'any 2011 hi ha 35 habitatges turístics.

25,26% apartaments

5,1 estada mitjana

35 habitatges turístics multiplicat per 5 dies d'estada mitjana dóna un total de 175 dies.

$3.164 + 43 = 3.207$ turistes residencials

En aquest cas tampoc s'aconsegueixen els 10.000 turistes potencials, per la qual cosa es passa al tercer criteri:

Criteri 3, comptar en el seu terme municipal amb algun recurs turístic de primer ordre d'acord amb el catàleg elaborat en virtut del que s'estableix en el paràgraf segon de l'apartat 3 de l'article 24 de la LTOH.

Per a conèixer el nombre de visitants es realitza el sumatori excursionistes rebuts en els recursos turístics de primer ordre del municipi

(https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2021_catalogo_recursos_territorial_es_turisticos_cv.pdf). En aquests moments aquests són els recursos catalogats:

- El Porrat de Sant Blai, Festa d'Interés Turístic Provincial i que ha sigut declarat recentment Bé de Rellevància Local Immaterial
- Ermita del Santíssim Crist de l'Agonia
- Església Parroquial Sants Joans
- Retaule ceràmic de la Mare de Déu del Pilar
- Retaule ceràmic de la Mare de Déu dels Desemparats

El Museu Cassoleria d'Àngel Domínguez de Potries, encara que no està en catàleg com a recurs de 1r ordre a l'ésser de 2020, es pot utilitzar en disposar del distintiu de la Q de Qualitat. Aquest recurs ha d'estar obert 120 dies/any i tindre visitants fins a 10.000 (o bé fins a arribar a aquesta xifra sumant els 3.207 turistes residencials de l'anterior criteri). Durant l'any 2022 es van comptabilitzar 2.785 visitants a aquest museu.

1.2. Particularitats en les obligacions

La relació d'obligacions es troba en l'article 9 EMT, són les següents:

- Subministrar informació turística veraç i completa.

Compliment per la pàgina web existent: <https://turisme.potries.org/es/turismo/>

- Comptar amb un pla turístic que contemple, entre altres, mesures de sostenibilitat i millora en la prestació dels serveis, havent de tindre definit un programa de qualificació dels recursos humans vinculats al sector turístic i afins.

Aquest mateix pla compleix amb aquest objectiu.

- Identificar, protegir i promocionar els seus recursos turístics de primer ordre.

Es complirà segons els criteris establits

https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/conselleria/catalogo_servicios_aytos/catalogo_serv_dirigidos_a_munis_cv.html

- Orientar el municipi cap al concepte de destinació turística intel·ligent fins a la consolidació d'una infraestructura tecnològica d'avantguarda que garantisca el

desenvolupament sostenible del territori, accessible per a totes les persones, facilitant la interacció i integració de les persones visitants amb l'entorn i incrementat la satisfacció de l'experiència en el destí, a més de la millora de la qualitat de vida de les persones residents.

S'ha entrat a formar part de la Xarxa DTI Comunitat Valenciana de manera provisional en el Nivell 1, que serà efectiva una vegada presentat el present Pla al costat de l'autodiagnòstic.

<https://invattur.es/sobre-la-red-de-destinos-turisticos-inteligentes.html>

- Posar en marxa estratègies que reforcen la qualitat en destí.

Obtenció de certificacions Q de Qualitat que atorga l'Institut per a la Qualitat Turística Espanyola (ICTE) a la qual recentment s'ha sumat el Museu Cassoleria d'Àngel Domínguez de Potries

(https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/home/noticia/noticia_1610541614000.html) .

A més, Potries està adherit al SICTED-GANDIA.

<https://turisme.potries.org/es/barro/museo-cassoleria-dangel-dominguez/>

- Col·laborar amb mitjans locals en els plans d'inspecció contra l'intrusisme que desenvolupa la Generalitat

A desenvolupar a partir del contacte amb Turisme Comunitat Valenciana.

- Aprovar i posar en marxa mecanismes per a facilitar la participació efectiva de la ciutadania i de les persones i entitats que intervenen en els àmbits social i econòmic en l'acció pública en matèria de turisme.

Se seguirà el procés participatiu que s'està desenvolupant en l'àmbit cultural, en el qual ja està vigent el Pla Estratègic Cultural de Potries 2023-2026.

En l'establiment d'aquestes obligacions existeixen algunes particularitats referides als municipis destinataris d'aquest model tipus de pla.

a) Amb caràcter general, és important recordar que aquestes obligacions poden complir-se pels municipis mitjançant “iniciatives conjuntes sobre el seu espai turístic, a través de convenis o altres mecanismes de governança multinivell, o a través de mancomunitats o altres entitats supramunicipals de constitució voluntària”, la qual cosa concorren en no pocs supòsits dels municipis que són destinataris d'aquest model tipus de pla.

En el cas de Potries està inclòs dins de la Mancomunitat de Municipis de La Safor (<https://www.mancomunitat-safor.es/landing>).

b) Amb caràcter específic, les particularitats en les obligacions referides als municipis que opten per la categoria de singularitat són les següents:

- Comptar amb un pla turístic. El compliment d'aquesta obligació és la finalitat del present model tipus de pla. En la concreció d'aquesta obligació s'especifica el contingut mínim del pla: diagnòstic de situació, anàlisi DAFO, definició d'objectius i actuacions/mesurades amb la seua corresponent planificació temporal d'execució. A més, l'horitzó temporal de la planificació ha de ser, com a mínim, de 3 anys.

És important subratllar que, en la categoria de singularitat, el municipi haurà de tindre elaborat i aprovat el pla amb anterioritat a la sol·licitud i l'inici de la seua execució en no més d'1 any des de la seua aprovació.

- Identificar, protegir i promocionar els seus recursos turístics de primer ordre. Quant a la promoció, existeix una important particularitat, puix que s'especifica l'exigència d'un pla estratègic de màrqueting o de promoció anual o plurianual, amb un contingut orientatiu (anàlisi de situació, DAFO, objectius, estratègia, actuacions, calendari i indicadors de control). En el present model tipus també s'integren aquests aspectes de màrqueting en la planificació estratègica. Encara que no existeix singularitat, no obstant això, entenem que la que s'estableix en l'obligació anterior quant a l'aprovació i execució del pla també és aplicable a aquesta obligació.
- Orientar el municipi cap al concepte de destinació turística intel·ligent. Per al supòsit que ací es preveu, això és, la categoria de singularitat, es considera complida aquesta obligació si el municipi està adherit a la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents de la Comunitat Valenciana (DTI-CV) estant en el nivell 1 (com a mínim), encara que també s'exigeix una participació activa en la Xarxa. És important recordar que, en aquests moments, existeix un nou marc normatiu i un període de transició.
- Posar en marxa estratègies que reforcen la qualitat en destí. Per al supòsit que ací es preveu, això és, la categoria de singularitat, existeixen dues maneres de complir aquesta obligació:

1a. Acreditar que està adherit al Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED) (amb serveis/recursos distingits a la data de sol·licitud). A més, el seu

compliment sempre ha de ser individualitzat, ja que, si el municipi estiga adherit al SICTED a través d'una mancomunitat o entitat supramunicipal, haurà de comptar amb serveis/recursos distingits a la data de sol·licitud situats en el municipi sol·licitant.

2a. Tindre, almenys, un servei/recurs de gestió municipal, (museu, Tourist Info, etc.) certificat amb algun dels certificats reconeguts en el programa Qualitur.

1.3. Conclusió

De moment hi ha menys de 25 municipis en tota la Comunitat Valenciana declarats turístics.

Potries no pot aconseguir-ho a curt termini, però sí que pot establir una estratègia per a aconseguir-ho a mitjà termini per tres vies:

1.- Augmentant les places d'allotjament en el municipi

2.- Aconseguint augmentar el nombre de visitants al Museu, per a això es pot utilitzar el potencial del *Porrat al febrer de cada any. Igualment és necessari millorar el sistema de cuenteo de visitants perquè siga validat a l'hora de sol·licitar la declaració de municipi turístic.

3.- Reforçant la resta de requisits

2.- Pla estratègic de turisme i de màrqueting del municipi de Potries

2.1. Introducció

2.2. Diagnòstic de la destinació

2.2.1. Característiques generals

2.2.1.1. Ubicació geogràfica, demografia i accessibilitat al destí

2.2.1.2. Infraestructures, equipaments i serveis

2.2.2. Recursos turístics de primer ordre

2.2.3. Anàlisi de l'oferta i la demanda

2.2.3.1. Anàlisi externa

2.2.3.2. Anàlisi interna

2.3. Anàlisi DAFO

2.4. Objectius i línies estratègiques

2.5. Programes operatius i propostes de mesures

2.6. Cronograma d'execució i pressupost

2.7. Annexos

2.7.1. Accions avaluables dins dels 100 recomanacions per als destinacions turístiques de la GVA i dels ODS

2.7.2. Perspectiva de gènere dels accions

2.7.3. Codi ètic

2.7.4. Accessibilitat

2.1. Introducció

A) El marc normatiu actual

Segons el Decret 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana, modificat pel Decret 203/2021, de 17 de desembre, per al reconeixement de la condició de municipi turístic, el municipi de Potries haurà d'adoptar l'hospitalitat com a marc de referència en l'acció pública turística, així com complir una sèrie d'obligacions, entre les quals destaca «comptar amb un pla turístic» [article 9.1.b)]. D'aquesta manera, Potries haurà d'elaborar, aprovar i executar un pla turístic en el qual es complisquen els principis establerts en la Llei 15/2018, de 7 de juny, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana (LTOH), havent d'incloure, com a mínim, els següents tipus de mesures (art. 11):

- De sostenibilitat, d'accessibilitat integral i inclusives.
- De millora i reforç de la qualitat dels serveis turístics i de millora de la competitivitat i de l'ocupació.
- De gestió intel·ligent de la destinació turística.

A més, la promoció dels recursos turístics de primer ordre exigeix l'elaboració d'un pla de màrqueting o programa de promoció anual o plurianual.

L'horitzó temporal de la planificació ha de ser, com a mínim, de 3 anys, havent de ser aprovat el pla pel ple municipal amb anterioritat a la seua sol·licitud de reconeixement de la condició de municipi turístic de singularitat, i l'inici de la seua execució en no més d'1 any des de la seua aprovació.

B) Finalitat del pla

Precisament, una de les principals raons per a elaborar i executar un Pla Turístic és permetre que el municipi pugua obtenir el reconeixement de la condició de Municipi Turístic de Singularitat, la qual cosa, al seu torn, requereix que des de l'entitat local es promoga la qualitat en la prestació dels serveis municipals al conjunt de la població turística, contribuint a un turisme sostenible i inclusiu, amb fonament en el principi d'hospitalitat i en els compromisos que deriven del codi ètic del turisme valencià. En definitiva, un canvi i innovació en el model de desenvolupament turístic.

A través del Pla es dotarà al producte i recurs turístic del municipi de Potries d'un marc orgànic i estructurat que cobrisca les necessitats que requereix el sector per a dur a terme amb èxit les seues perspectives de creixement econòmic continuat i sostenible, i que propicie la creació d'ocupació de qualitat i de riquesa.

Per tant, es pretén amb aquest instrument determinar les potencialitats existents i la definició de les accions a emprendre a fi de proporcionar major contingut i dinamisme a l'activitat turística del municipi, incorporant mesures de sostenibilitat i millora en la prestació dels serveis, de consolidació progressiva del municipi com a destí intel·ligent, inclusiu i accessible, i de millora de qualitat en la gestió i l'ocupació turística, definint un programa de qualificació dels recursos humans vinculats al sector turístic i afins. Tot això, sense perdre de vista la competitivitat i la necessària innovació intel·ligent en la promoció, comunicació i marketing dels seus recursos i productes turístics.

2.2. Diagnòstic de la destinació

En aquesta part del Pla, en primer lloc, es descriuran de manera senzilla però detallada les característiques físiques, geogràfiques, climàtiques, històriques, etc. del municipi de Potries, així com les infraestructures, equipaments i serveis municipals, amb la fi de determinar les potencialitats turístiques com a pas previ a fixar, en una altra fase del

pla, els objectius i mesures per a aconseguir-los. Tindrà particular importància identificar els recursos turístics de primer ordre, perquè a més de ser un dels criteris alternatius necessaris per al reconeixement de la condició de municipi turístic [art. 5.c) Decret 5/2020], tenen la capacitat, per si mateixos, de generar fluxos i corrents de turisme rellevants que contribueixen a reforçar la imatge de marca turística de la Comunitat Valenciana, així com la seua promoció com a destinació turística.

2.2.1. Característiques generals

2.2.1.1. Ubicació geogràfica, demografia i accessibilitat al destí

La comarca de la Safor part d'un dinamisme econòmic madur que ha contribuït al desenvolupament de l'activitat turística i residencial. La polarització litoral de l'activitat econòmica s'ha vist reforçada pel desenvolupament turístic del model de sol-i-platja, sent els nous municipis costaners els que concentren el major volum d'oferta d'allotjament i una estructura turística més consolidada i autosuficient.

En general, els trams litorals disposen d'un cert nivell de qualitat turística, amb nombroses platges amb bandera blava. Si es sumar en els espais interiors, es podria crear una estratègia de desenvolupament turístic sostenible, afavorida, a més, per la recuperació del patrimoni cultural com a signe d'identitat territorial i factor de diferenciació turística.

Un dels reptes de la comarca, és minimitzar la forta pressió antròpica del litoral, per ficar en valor el turisme d'interior, un àmbit d'indubtable interès per al desenvolupament d'activitats turístiques complementàries al litoral i per a la consolidació de productes i oferisques turístiques específiques.

L'àrea funcional de la Safor comprèn 31 municipis amb una població al voltant de 170.000 habitants.



Potries és una xicoteta i acollidora població situada al cor d'aquesta ubèrrima comarca, a mig camí entre les excepcionals platges del litoral i el cinturó muntanyenc que la flanqueja pel sud-oest, on destaca el massís calcari de la Safor amb els seus 1.013 m. sobre el nivell de la mar.

El terme municipal té una extensió de 3'2 km², fita amb els municipis de Beniflà, la Font d'en Carròs, Vilallonga i Ador. El terreny és pràcticament pla, apte pels diferents cultius que s'han desenvolupat al llarg de la història, llevat d'unes menudes muntanyes, que tot just superen els 100 m. d'altura, denominades "Els Tossalets", als peus de les quals s'assenta el municipi. El riu Serpis voreja el terme per l'oest, constituint l'accident geogràfic més rellevant i un espai natural de singular bellesa, de fet, el riu Serpis i el seu entorn, van ser declarats Paisatge Protegit de la Comunitat

Valenciana “pels seus valors paisatgístics, ecològics i culturals, derivats d’una relació històrica harmoniosa entre l’home i el medi natural” (Decret 39/2007).

La climatologia es caracteritza per tenir uns hiverns relativament suaus i uns estius calorosos, les temperatures mitjanes al llarg de l’any oscil·len entre els 13 i els 25 graus. Les pluges es concentren sobretot en la tardor i també en la primavera.



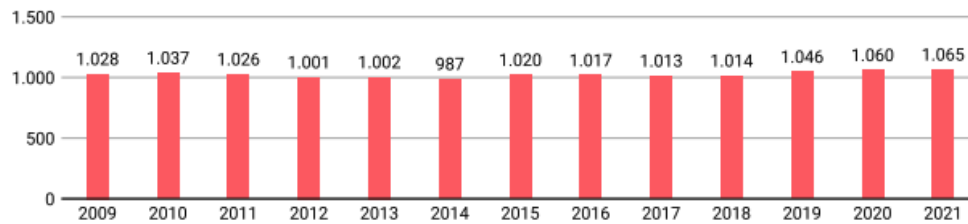
Evolució demogràfica.

Per a analitzar l'evolució demogràfica de Potries es basarà en les fitxes municipals elaborades per l'Institut Valencià d'Estadística mitjançant una selecció de la informació que conté el Banc de Dades Territorial (BDT). estan situades en: <https://pegv.gva.es/es/ficha>

Evolució de la població: Potries ha augmentat la seua població en 37 persones, des de l'any 2009 (1.028 habitants fins als 1.065 de l'any 2021). Cal destacar el descens de la mateixa l'any 2014 a 987 habitants i en 2017 a 1.013 habitants, a partir de la data dels quals hi ha hagut un augment progressiu fins a les xifres actuals.

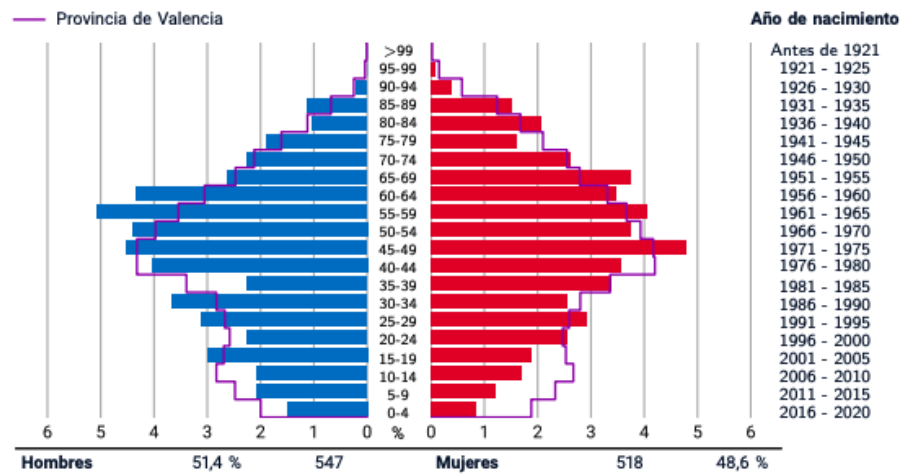
EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN

Datos a 1 de enero



Quan l'estructura de la població, Potries presenta una piràmide típica de societats desenvolupades, amb una gran part de la mateixa com a població activa i un equilibri entre sexes. Encara que, en comparació amb la mitjana provincial, té una població més envellida (menys menors de 15 anys i majors de 75 anys). Cal destacar la baixada de població masculina dels nascuts entre 1981 i 1985 i entre els anys 1996 i 2000.

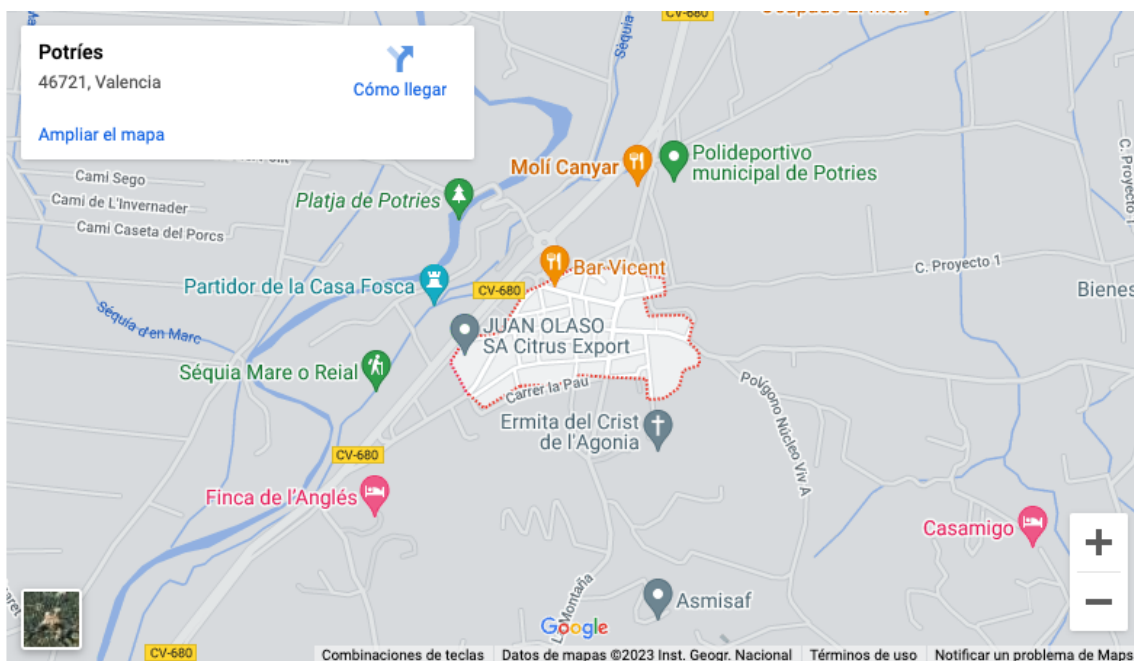
POBLACIÓN A 1 DE ENERO DE 2021 POR SEXO Y EDAD



Potries va obtindre l'esment de Capital Cultural Valenciana per a municipis de menys de 5000 habitants en el període 2018-2019. És a partir d'aquest període, quan es produeix un increment de la població, la qual cosa demostra la importància de la Cultura en la lluita contra la despoblació en les zones rurals.

L'accessibilitat al destí

Actualment la població està perfectament comunicada per carretera: amb les comarques de l'interior per la CV-60 en direcció a Albaida; amb les principals vies de l'eix mediterrani (AP-7, E-15, N-332) per la CV-680, que possibiliten estar en pocs minuts en qualsevol de les principals ciutats del territori. El tren arriba a l'estació intermodal de Renfe a Gandia, desde la qual es pot agafar un autobús per a desplaçar-se a Potries. També es pot arribar amb bicicleta seguint la CV-680 o buscant itineraris alternatius pels camins rurals. La Via Verda del Serpis, que aprofita el traçat de l'antic ferrocarril Alcoi-Gandia, està en projecte i serà la millor opció.



Elements fisiogràfics i històrics que configuren la base dels recursos turístics, naturals i culturals

Quant a la seua història, Potries té una llarga trajectòria que es remunta a l'època romana, quan es va establir en la zona una població anomenada "Potentia". No obstant això, el municipi no va aconseguir gran importància fins a l'època medieval,

quan es va convertir en un centre de producció agrícola gràcies a les seues fèrtils terres.

Durant la Guerra de la Independència, Potries va ser escenari de diversos enfrontaments entre les tropes franceses i espanyoles. En la segona meitat del segle XIX, el municipi va experimentar un auge econòmic gràcies al cultiu i comercialització de la taronja, la qual cosa va permetre la construcció de noves infraestructures i l'expansió del nucli urbà.

Quant a la seua geografia, Potries es troba en la vessant sud de la Serra de la Safor, a una altitud mitjana de 80 metres sobre el nivell de la mar. El seu territori es caracteritza pel seu relleu suau i ondulat, amb un clima mediterrani que es tradueix en estius calorosos i secs i hiverns suaus i plujosos.

Alguns dels elements fisiogràfics i històrics que configuren la base dels recursos turístics, naturals i culturals de Potries:

Riu Serpis: el riu Serpis travessa el municipi de Potries, i el seu llit és un important recurs natural i turístic de la zona. Al llarg dels seus marges es poden trobar diverses àrees recreatives, rutes de senderisme i paisatges de gran bellesa.

Serra de la Safor: la Serra de la Safor és un massís muntanyenc que s'estén per la comarca homònima, i que es troba en la proximitat del municipi de Potries. És un lloc ideal per a la pràctica del senderisme, amb rutes com la pujada al cim del Mondúver, que ofereix unes impressionants vistes panoràmiques de la zona.

Patrimoni històric i cultural: Potries compta amb un ric patrimoni històric i cultural, amb monuments com l'Església dels Sants Joans, el calvari-Ermita, la casa Ajuntament, diversos jaciments arqueològics i elements relacionats amb l'arquitectura de l'aigua.

Gastronomia: gastronomia és prou variada en relació amb els diverses estacions de l'any, amb productes generalment de la terra, encara que alguns plats s'elaboren amb productes de la mar.

Festes i tradicions: Potries compta amb diverses festes i tradicions que atrauen a nombrosos visitants cada any. Destaca el Porrat de Sant Blai, festa d'interés turístic provincial, així com la festa de Sant Joan, en la qual s'encenen fogueres i se celebra l'arribada del solstici d'estiu, i les festes patronals, celebrades a l'agost i que estan dedicades a Santa Rita, la Mare de Déu del Carme, la Divina Pastora, la Mare de Déu del Pilar i al Santíssim Crist de l'Agonia.

2.2.1.2. Infraestructures, equipaments i serveis

Les infraestructures turístiques estan compostes pel conjunt de mitjans que són necessaris per al funcionament del sector turístic a Potries. Integren multitud d'activitats i eines (restauració, hostaleria, mitjans de l'Ajuntament, recursos turístics, comunicació, etc.) i tenen per finalitat oferir un turisme competitiu i millorar l'experiència de l'usuari.

Ací té particular importància el turisme accessible i inclusiu, de manera que el municipi tinga disponibilitat d'instal·lacions, infraestructures, transports i recursos segurs, còmodes i de fàcil accés per a totes les persones i especialment per a aquelles amb diversitat funcional, majors i menors, de manera que tots puguin gaudir dels mateixos serveis i productes independentment de les seues capacitats.

D'altra banda, el servei turístic es defineix com l'acció o prestació que té per objecte atendre algun interès o necessitat de les persones usuàries de serveis turístics, identificables per separat, i que no està necessàriament lligada amb altres productes i serveis en el desenvolupament de l'activitat turística [art. 3.m) LTOH]. A més, l'activitat turística pot ser entesa com la destinada a proporcionar serveis d'allotjament, restauració, intermediació, informació, assistència, entreteniment i gaudi de recursos i productes turístics. Els serveis turístics també s'estenen a activitats d'intermediació, informació turística i a les d'esplai que s'ofereixen amb finalitats turístics. D'aquesta manera, els proveïdors de serveis turístics han d'enfrontar-se a una demanda cada vegada més exigent i informada, de fet, la connexió wifi és un dels serveis més demandats, tant pels turistes com pels residents de les destinacions turístiques. Així mateix, existeix també una modalitat d'activitat turística que es va obrint espai en els mercats, l'anomenat turisme actiu i els serveis complementaris relacionats amb el turisme, en el qual s'han anat especialitzant diferents empreses per a atendre una demanda incipient, i que consisteixen en activitats d'entreteniment, salut, terapèutiques, esportives, ocupacionals, culturals, congressuals, acadèmiques i qualssevol que comporten esplai i oci, així com altres serveis complementaris quan s'ofereixen amb finalitats turístics, o puguen comportar aquests fins.

Sobre la base de l'anterior, es proposa que s'identifiquen i descriguen els següents ítems relacionats amb les infraestructures i els serveis turístics:

1) Infraestructures, equipaments i serveis relacionats amb el turisme. Per exemple: oficines turístiques, poliesportiu i altres equipaments esportius, biblioteques o sales d'ús polivalent, senyalització, parcs, jardins i passejos, pàrquings per a turistes.

Fonda d'Entitats

La Fonda d'Entitats és un edifici per als associacions i els col·lectius del poble. És un espai on es puguin compartir moments de treball i de diàleg, on es puguin desenvolupar activitats. L'objectiu de la Fonda d'Entitats és dinamitzar la vida social del poble i afavorir la relació entre persones de diverses edats i generacions.

La Fonda d'Entitats compta amb dos espais per a l'ús social i cultural: un espai principal amb vistes l'hermita i el seu paratge natural; i una sala amb projector i pantalla.

Ubicació	Carrer de les Eres, 2, 46721 Potries
Aforament	Espai principal: 50 persones. Sala: 25 persones.
Activitats	Reunions, xarrades, projeccions, debats, exposicions...
Sol·licitud	Instància general

Casa de la Cultura

La Casa de la Cultura és el principal centre de serveis socials i culturals de Potries. En l'actualitat alberga la Llar de persones jubilades i pensionistes, la Biblioteca municipal i l'arxiu. Compta amb una gran sala polivalent de 400 m², amb capacitat d'adaptar-s'a molts tipus d'activitats diferents.

Ubicació	Carrer Jaume I, 57, 46721 Potries
Aforament	200 – 300 persones (dependent de l'activitat)
Activitats	Xarrades, conferències, obres de teatre, concerts, representacions artístiques...
Sol·licitud	Instància general

Casa Abadia

La Casa Abadia és un espai en el nucli antic del poble de Potries, vella casa del rector de l'Església dels Sants Joans, que es converteix en un punt neuràlgic en el desenvolupament del Porrat de Sant Blai.

Ubicació	Plaça de l'Església, 2, 46721 Potries
----------	---------------------------------------

Poliesportiu

El Poliesportiu Municipal és el conjunt d'instal·lacions esportives que hi ha als afores del poble, en l'entrada des de Gandia, junt al Molí Canyar.

Ubicació	Carrer de les Eres, 2, 46721 Potries
Aforament	Espai principal: 50 persones. Sala: 25 persones.
Activitats	Reunions, xarrades, projeccions, debats, exposicions...
Sol·licitud	Instància general

Sala Polivalent

La Sala Polivalent és una sala ubicada en el Poliesportiu de Potries, amb capacitat per albergar activitats esportives en un espai tancat.

Ubicació	Poliesportiu Municipal (Polígon Equip Esportiu, 3, 46721 Potries)
Aforament	30 persones
Activitats	loga, zumba, pilates...
Sol·licitud	Instància general

2) Identificació dels principals establiments turístics com a locals, instal·lacions o infraestructures estables oberts al públic i condicionats de conformitat amb la normativa aplicable en els quals les empreses turístiques i altres prestadors realitzen o presten algun dels seus serveis. Per exemple: allotjament, restauració i venda de productes turístics.

En aquests moments Potries compta amb una casa rural "La Cambra", amb capacitat per a 2 places, una empresa de turisme actiu.

Quant a empresa de turisme actiu, compta amb “Potries Rural”, que realitza activitats de cicloturisme, senderisme, agroturisme, etc.

Cases rurals				
Nom	Localitat	Places	Preu*	+ info
La Cambra casa rural	Potries	2	40-45 €	http://lacambracasarural.com/
* preus aproximats per persona/nit.				
Empreses de turisme actiu				
Nom	Activitats		+ info	
Potries Rural	Cicloturisme, Senderisme, Agroturisme, etc.		http://potriesrural.com/	

El sector de la Restauració

Un dels aliats indiscutibles del turisme és el sector de la restauració en la nostre municipi. Els mesos d'estiu i vacances són l'època daurada per a la restauració, tant en l'increment del volum de facturació com del nombre de comensals que visiten bars i restaurants. En aquest sentit, el turisme té gran part de culpa en l'obtenció de resultats dins del negoci de la restauració, un sector que rellevant en l'economia local.

La important gastronomia del nostre municipi, diversifica la seua cartera de clients i inclou als potencials visitants; així com co-participa cada vegada més en els esdeveniments turístics organitzats des de l'ajuntament i el teixit associatiu local.

Les persones que ens visiten poden gaudir de la cultura i gastronomia local, vivint experiències úniques, coneixent les fantàstiques essències i aromes d'un poble amb una diversitat gastronòmica sorprenent. Segons el catàleg de Recursos Territorials Turístics, Potries destaca en els plats del bonyítol, arròs al forn, arròs caldòs, putxero i l'olleta de Sant Blai.

On menjar

En aquests moment existeixen quatre serveis de restauració, dos bars i dos restaurants:

- Bar Vicent
- Bar La Plaça
- Restaurant Cassoleta
- Restaurant Molí Canyar

3) Descripció de l'estat dels serveis complementaris (o la distància als més pròxims) i del mobiliari urbà. Per exemple, salut (centres d'atenció primària, hospitals), seguretat, papereres, fanals)

Sanitat:



Consultori auxiliar de Potries - C/ L'Ermita, 7 - 416721 - Potries -Telèfons taulell: 96 2826780 - Urgències: 96 2826456. El centre està en bon estat, ja que es va reformar fa 3 anys.

Aquest Consultori depèn del Centre de Salut de Bellreguard - Av. dels esports s/n - 46713 - Bellreguard - Mail: cs_bellreguard@gva.es - Telèfons: cita prèvia: 961 613180 - urgències: 961 613181

L'Hospital més pròxim està a Gandia: Hospital Sant Francesc de Borja, situat en l'avinguda de la Medicina, en el sector de Sancho Llop, al sud-est de la ciutat. Presta assistència a més de 188.000 habitants de les 31 poblacions de la comarca de la Safor i de deu municipis de La Vall d'Albaida.

Seguretat:

Potries manca de Policia Local i té transferides les seues competències al lloc de la Guàrdia Civil de Vilallonga (a 4 km), que al seu torn depèn de la Caserna de la Guàrdia Civil d'Oliva.

Papereres i fanals:

Es disposa de suficients papereres en tot el municipi. No hi ha un mapa d'ubicació de papereres, però sí es té un mapa d'ubicació dels contenidors de residus quan es va realitzar el Pla Local de Gestió de Residus. Potries té implantat el 5é contenidor per a matèria orgànica.

Hi ha suficients fanals d'enllumenat públic en el municipi i totes funcionen amb tecnologia LED. Cal un sistema de monitoratge i control de l'enllumenat públic, el qual es troba reflectit en la Guia Smart City de Potries.

Altres mobiliari urbà:

Conforme es van convertint en zona de vianants els carrers del centre històric, es van incorporant mobiliari urbà, com a bancs, papereres, bolardos, senyalètica, etc.

4) Revisar si existeixen serveis privats necessaris per a enfortir el destí i suportar la demanda turística. Per exemple: bancs, caixers i farmàcies

Bancs/caixers: no hi ha cap banc, i es disposa d'un caixer de CaixaBank, situat en la Plaça País Valencià

Farmàcia: 1 farmàcia

Uns altres: <https://potries.org/webs-i-telefonos/>

2.2.2. Recursos turístics de primer ordre

La Comunitat Valenciana comprèn una notable varietat d'espais i recursos que ha de traduir-se en una oferta turística diversa i equilibrada. Els espais litorals madurs i emergents, els destins tradicionals de ciutat i els nous metropolitans i periurbans, els espais amb alta personalitat i tradició cultural, natural i rural, i els assentats sobre l'oci-turisme de nova generació, contenidors culturals tematitzats i de negocis; tots són susceptibles de ser turístics. D'ací la importància que cada espai turístic identifique la seua vocació i estratègies de desenvolupament en un context interrelacionat, definint un perfil turístic i territorial competitiu, sostenible i diversificat.

A diferència d'un producte turístic, un recurs turístic es compon de béns, valors, elements o manifestacions de la realitat física, geogràfica, natural, cultural, històrica,

social o econòmica que siguen susceptibles de generar fluxos o corrents turístics [art. 3.k) LTOH], és a dir, que compta amb potencial capacitat de generar un desplaçament per motius d'oci. Per tant, un recurs turístic és un element previ i imprescindible al desenvolupament d'un producte turístic, però en el cas del primer, no es disposa de les infraestructures, equipaments i serveis estructurats que promoguen el seu gaudi per part dels turistes.

Per això, en aquest apartat del Pla s'han de relacionar i descriure els recursos més singulars del Municipi, utilitzant-se com un criteri per a la seua selecció, per exemple, el comptar amb alguna figura de protecció o declaració oficial del seu interès. Aquesta anàlisi de caràcter quantitatiu i qualitatiu identifica nítidament les característiques, dimensionament, magnituds econòmiques, infraestructures i serveis del sector turístic a escala municipal.

Així mateix, resulta de gran importància identificar els recursos turístics de primer ordre, en ser un dels requisits que, amb caràcter alternatiu, la normativa exigeix per a poder accedir al reconeixement de la condició de municipi turístic [art. 5.c) Decret 5/2020]. Addicionalment, el municipi que adquireix la condició de turístic té, entre les seues obligacions, identificar, protegir i promocionar els seus recursos turístics de primer ordre, mitjançant una senyalització adequada i suficient que facilite l'accessibilitat i el coneixement dels diferents recursos i destinacions turístiques. (arts. 9 i 12 Decret 5/2020).

Quant a com identificar aquest tipus de recursos, és necessari tindre en compte que són aquells que aïllada o conjuntament tenen capacitat per si mateixos de generar fluxos i corrents de turisme rellevants i contribueixen a reforçar la imatge de marca turística de la Comunitat Valenciana, així com la seua promoció com a destinació turística, sent, per tant, els recursos turístics més rellevants amb els quals pot comptar

un municipi. A l'efecte de la LTOH, sense caràcter exhaustiu, tenen la consideració de recursos turístics de primer ordre de la Comunitat Valenciana les manifestacions festives que compten amb la corresponent declaració d'interés turístic, les platges, els recintes congressuals i firals, els esdeveniments esportius i els festivals de música amb projecció nacional i internacional, la gastronomia pròpia de la Comunitat Valenciana, el paisatge agrari i industrial i els seus usos i valors etnològics, les aigües termals i els balnearis, els béns declarats patrimoni de la humanitat, els d'interés cultural així com els espais naturals i territorials declarats protegits.

Per tant, en aquest apartat es recomana:

1r. Identificació dels recursos turístics: pot realitzar-se una descripció del mateix o elaborar una fitxa de cadascun d'ells.

2n. Situació en la qual es troba quant al manteniment, conservació, senyalització i protecció.

3r. A més, també es recomana realitzar una descripció de l'accessibilitat als recursos turístics. Es recomana valorar la situació d'accés a monuments, com a castells o muralles, i a espais naturals, rutes o senderes (aquesta informació també pot integrar-se en la fitxa del recurs).

En la identificació i descripció dels recursos turístics ha d'examinar-se si existeix un gran element diferenciador des del punt de vista turístic per a potenciar-lo.

A continuació, exposem, en primer lloc, un exemple de fitxa de recurs turístic de primer ordre i, en segon terme, una identificació d'aquests recursos que poden trobar-se en els municipis valencians destinataris d'aquesta guia-model.

En aquests moments aquests són els recursos catalogats:

- .- El Porrat de Sant Blai, Festa d'Interés Turístic Provincial
- .- Ermita del Santíssim Crist de l'Agonia
- .- Església Parroquial Sants Joans
- .- Retaule ceràmic de la Mare de Déu del Pilar
- .- Retaule ceràmic de la Mare de Déu dels Desemparats
- .- Paisatge Agrari, Citricultura
- .- Paisatge protegit Riu Serpis

A més, el Catàleg de Béns i Espais Protegits de Potries disposa de més recursos.

Llistat de recursos turístics que poden trobar-se en els municipis valencians destinataris d'aquest pla. Poden classificar-se de la següent forma:

A) Festes d'interés turístic

Pot tractar-se bé festes d'interés nacional o internacional, previstes en l'Ordre ICT/851/2019, de 25 de juliol, per la qual es regulen les declaracions d'Interès Turístic Nacional i Internacional, que s'atorguen a aquelles que suposen manifestacions de valors culturals i de tradició popular, amb especial consideració a les característiques etnològiques i que tinguen una especial importància com a atractiu turístic. O bé, festes d'interés turístic de la Comunitat Valenciana, en atenció al Decret 119/2006, de 28 de juliol, del Consell, que regula les declaracions de festes, itineraris, publicacions i obres audiovisuals d'interès turístic de la Comunitat Valenciana, i que reconeix a

aquells certàmens, festes o esdeveniments que se celebren en el territori i que, oferint una especial rellevància des del punt de vista turístic, suposen una valoració de la cultura i de les tradicions popular.

Pot consultar-se el Registre de Festes declarades d'Interés Turístic en la CV: https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2021_registro_especial_fitcv.pdf

SECCIÓN PRIMERA: FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO

PROVINCIAL

MUNICIPIO	FIESTA	FECHA CONCESIÓN	DETALLES
BENICÀSIM / BENICÀSIM (C)	EL DÍA DE LAS PAELLAS	17/01/2007 (DOCV 01-02-2007)	Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico.
BURRIANA /BORRIANA (C)	FALLAS	02/03/2007 (DOCV 22-03-2007)	Los inicios de las fallas en Burriana datan de 1928. Todos los años el día 15 de marzo dan comienzo las fallas de Burriana con la tradicional "plantà" de los "Ninots", que envuelven a la ciudad en una semana donde la música, el sonido de las tracas y olor a pólvora son los protagonistas. Desde ese día "Les despertaes" (cohetes/tracas) anuncian por la mañana temprano que comienzan las actividades y las "mascltaes" (Espectáculos de pirotecnia ofrecidos por varias empresas profesionales), llenan de ruido y pólvora la ciudad. Las fallas en Burriana se viven con gran alegría y se festejan por todo lo alto.
POTRIES (V)	EL PORRAT DE SANT BLAI	18/04/2007 (DOCV 22-05-2007)	El "Porrat de San Blai" se celebra alrededor del 3 de febrero, día de la Festividad de San Blai. La fiesta no se entendería sin el mercado que se instala con gran variedad de paradas de artesanía, alimentos tradicionales, de asociaciones y la misma Feria de Atracciones. Además, el "Porrat de San Blai de Potries" es la excusa perfecta para disfrutar y descubrir el patrimonio que esconde esta aldea de la Safor que año tras año busca reafirmar la vinculación de este bonito pueblo saforenc con sus tradiciones.
DÉNIA (A)	LES CARROSSES	18/05/2007 (DOCV 29-05-2007)	El desfile de carrozas y comparsas de Dénia se remonta a principios del siglo XX y es uno de los principales actos que conforma el programa de las fiestas mayores en honor a la Santísima Sangre que se celebran en el mes de julio en Dénia. Las comisiones falleras de la ciudad son las encargadas de elaborar sus propias carrozas, que salen a la calle el último sábado de la semana de fiestas para llenar el centro de la ciudad del colorido más creativo.

El Porrat de Sant Blai és el resultat d'una ampla programació cultural que gira entorn al 3 de febrer, dia de la Festivitat de Sant Blai.

Encara que el Porrat de Sant Blai cada any té una programació diferenciada respecte l'any anterior, hi ha diversos projectes i actes que cada any es repeteixen.

L'Art al Porrat és el projecte artístic de la festivitat i es produeix el cap de setmana anterior al Porrat de Sant Blai, amb motiu de les inauguracions de les diferents exposicions que acull la mateixa festivitat.

El Porrat escolar és el projecte educatiu que any rere any té com a objectiu fomentar la tradició de visitar Potries per Sant Blai, un projecte que acull milers d'alumnes d'escoles i centres de secundària del diversos racons del territori.

El Porrat de Sant Blai no s'entendria sense la gran varietat de parades en els diversos mercats de la terra, d'artesania, d'associacions i la mateixa Fira d'Atraccions.

No podem parlar d'aquest Porrat sense parlar de l'Olleta del Porrat de Sant Blai, un plat de calent que a més d'ajudar a combatre el fred de febrer també us farà recordar la cuina valenciana més tradicional. Els diversos comerços del municipi, a més, ofereixen els millors dolços basats en aquells que utilitzaven en el segle XVII, segle de la fundació del nostre Porrat, amb productes com és la canyamel.

Una part fonamental per a transmetre la tradició del nostre Porrat és l'obra de Titelles "Sant Blai i la seua relíquia", fundada per l'Associació TriesTitelles en el 2013. Aquesta obra conta la història del patró de Potries d'una forma amena i divertida.

I la part més alternativa i per a la gent jove, el BLAIFEST, una aposta per fomentar la música en valencià.

A més, el Porrat de Sant Blai de Potries és l'excusa perfecta per a gaudir i descobrir el patrimoni que amaga aquest llogaret de la Safor. Una festa marcada per la seua innovadora temàtica, que any rere any busca reafirmar la vinculació d'aquest bonic poble saforenc amb la terra, l'aigua i tot allò que és cultura popular i que al cap i a la fi ens marca la nostra pròpia identitat.



B) Itineraris i Rutes d'interès turístic

Són Itineraris d'Interès Turístic de la Comunitat Valenciana aquells que transcorren majoritàriament pel territori d'aquesta, permeten al turista descobrir la història, cultura i patrimoni, arquitectura, gastronomia o altres anàlegs propis de la Comunitat Valenciana i que, singularment i globalment considerats, s'erigeixen com a recurs turístic dins de l'oferta de la Comunitat Valenciana.

recorregut	tipus	dificultat
La Ruta de l'Aigua	Lineal	Baixa
Ruta Urbana	Circular	Mitja
Camins de Sotaia	Lineal	Mitja
EntreArrels: éssers vius per descobrir	Circular	Mitja
Cicloruta pel Serpis, entre tarongers	Lineal	Baixa

La Ruta de l'Aigua al seu pas per Potries

El recorregut comença a l'Ajuntament, on es conserva una porta amb cinc panys relacionada amb el sistema de distribució de l'aigua. Continua l'itinerari pel poble, passant per les restes d'un antic pou públic i un vell llavador a la sèquia del Rebollet. Eixint del nucli urbà, vorejarem el riu Serpis gaudint del singular espai agrari fins a un

mirador per endinsar-nos al voltant del partidor d'aigües de la Casa Fosca, amb una zona d'esplai i una senda amb elements del sistema, com un anivellador d'aigües, la fila de la Catorzena o els restes d'una sènia. Tornarem pel mateix recorregut fins a l'encreuament del partidor d'aigües de la Casa Clara, on ens dirigirem. És el segon gran element d'assignació del cabal d'aigua que correspon a les séquies. Tornarem al poble per dirigir-nos a l'antic molí d'Aynat, que aprofitava la força de l'aigua des d'almenys el segle XV, hui transformat en un magnífic establiment hostaler que rep el nom de Molí Canyar.



Els camins de Sotaia

El llibre *Diari de Sotaia* de Joan Pellicer remarcava el vell tòpic literari del beatus ille (l'elogi de la senzillesa i l'austeritat de la vida al camp enfront de la vana agitació de la ciutat). Sutayha (que vol dir "la terrassa, l'enllosat, la safa de l'almàssera") va ser el nom que li van ficar els musulmans per semblar-se a un terrat, una planura, un espai que esperaven fos llaurat i conreat.

Els Camins de Sotaia és un passeig que combina les descripcions de l'evolució dels paisatges culturals de l'aigua i els retrats dels costums i tradicions de la seua gent en relació al seu medi.

Un passeig entre Bellreguard, Rafelcofer i Potries, per un mar de tarongers que projecta la successió de parcel·les irrigades per les innombrables séquies i files; la concatenació de fileres rectilínies que dibuixen unes estructures geomètriques i l'explosió de colors i olors de la flor del taronger i de les taronges.



La ruta urbana a Potries

Et proposem un agradable passeig per la ruta urbana de Potries visitant el singular edifici de l'Ajuntament, una casa palau datada cap a l'any 1600, antiga propietat de la poderosa família Borja. Continua pel carrer Boamit, amb evidents reminiscències d'un passat musulmà, per arribar a l'església parroquial dels sants Joans, de la fi del segle XVI, on es conserva una relíquia de sant Blai, patró de Potries. Aquest fet congrega milers de visitants en romeria durant la celebració del "Porrat" al mes de febrer. Des de la plaça de l'Església, pel carrer Major, arribaràs a la pintoresca plaça del País Valencià, continua pel carrer Sant Salvador, denominat antigament "Alfarería", per les fàbriques de terrissa que hi havia. Trenca pel carrer Ermita per arribar a l'inici del Calvari, aleshores anima't i puja pel costerut camí flanquejat de xiprers fins a l'ermita, construïda entre 1854 i 1865. Des d'ací les panoràmiques són espectaculars, una extensa planura envoltada de muntanyes s'estén fins a la mar. La ruta finalitza amb la

visita al museu etnològic d'Àngel Domínguez, darrer vestigi d'una activitat mil·lenària al nostre poble.

Cicloruta

La cicloruta amb bicicleta per Potries, enllaça amb la CR-84, oferint una ruta alternativa a través del nostre espai agrari, orientant el ciclista, i els visitants en general, per camins rurals tradicionals cap al nucli urbà de Potries, donant una completa informació de l'oferta turística i dels serveis que ofereix el municipi, així com dels enllaços amb altres rutes i propostes, com la futura Via Verda del Serpis que passa pel nostre municipi.

L'itinerari discorre per la partida rural de la Catorzena, situada en un sinuós meandre del riu Serpis. Un terreny quasi pla, a excepció dels marges del riu ocupats per terrasses de cultiu que conserven prodigiosos murs de pedra en sec. Hui domina el cultiu del taronger, encara que antigament sabem es va cultivar la vinya, l'olivera i fruiters, de fet la seua denominació prové de la quantitat del fruit que s'havia d'entregar al noble propietari del domini de la terra durant l'antic règim, la catorzena part.



La ruta Entrearrels

“EntreArrels” és una iniciativa turística, mediambiental i històrica al voltant d’una quinzena d’arbres (i arbredes) emblemàtics de Potries. Proposa un recorregut per exemplars de gran bellesa i encant, cadascun amb una singularitat associada a la seua forma o dimensions, antiguitat, o fets històrics de què han estat testimoni.

C) Senderes oficials i vies pecuàries

El gaudi recreatiu practicat en terrenys forestals de la Comunitat Valenciana aquestà regulat a través de la Llei 3/1993, de 9 de desembre, de la Generalitat, Forestal de la Comunitat Valenciana, la qual introdueix com un dels seus objectius l'afavorir, amb les cauteles necessàries, l'ús excursionista, recreatiu, esportiu i pedagògic de les muntanyes i terrenys forestals i promoure la conscienciació social sobre els valors culturals, ecològics, ambientals i econòmics que comporta el patrimoni forestal valencià. En resposta a la demanda formulada per les entitats federatives muntanyenques sobre l'ordenació i foment de les senderes i esports de muntanya, es va aprovar el Decret 179/2004, de 24 de setembre, del Consell de la Generalitat, de

regulació del senderisme i esports de muntanya de manera compatible amb la conservació del medi natural, que defineix a les senderes com aquells itineraris senyalitzats que, localitzant-se durant la major part del seu recorregut en el medi natural i seguint en la mesura del possible sendes, camins, vies pecuàries, pistes forestals i altres vials tradicionals, es troben inscrits en el Registre Públic de Senderes de la Comunitat Valenciana i formen part de la Xarxa de Senders de la Comunitat Valenciana (art. 3).

D'altra banda, pel que fa a les vies pecuàries, tenen una longitud en la Comunitat Valenciana que supera els 14.000 quilòmetres. En l'actualitat es complementa la seua original funció de trànsit ramader, amb nous usos relacionats amb activitats recreatives i mediambientals, com el senderisme o les rutes a cavall.

La Llei 3/2014, d'11 de juliol, de la Generalitat, de Vies Pecuàries de la Comunitat Valenciana defineix a aquestes vies com aquelles rutes o itineraris per on discorre o ha vingut discorrent tradicionalment el trànsit ramader. Tenen la consideració de vies pecuàries els descansaderos, abeuradors, pletes i qualsevol altre tipus de terreny o instal·lació annexa a aquelles que servisca al bestiar i als pastors que el condueixen. En l'actualitat les vies pecuàries són elements multifuncionals, que compaginen la seua funció tradicional de la transhumància estacional i altres moviments ramaders, amb altres funcions compatibles de caràcter agrícola, i les que tenen com a destí l'ús recreatiu, esportiu i mediambiental. Segons la seua amplària es classifiquen en canyades, cordills, corriols o assagadors i bugades (art. 5).

No existeixen senderes homologades en aquests moments en el terme municipal de Potries.

D) Recursos turístics relacionats amb la música

Els esdeveniments relacionats amb la música com a festivals, concerts o concursos de música poden ser considerats com a recurs turístic quan tenen caràcter periòdic i són reconeguts com d'un determinat lloc o municipi. També les festes el principal element de les quals és la música, i que a més tinguen algun tipus de reconeixement d'interès turístic.

Així mateix, un altre recurs turístic el compon la tradició musical popular valenciana materialitzada per les Societats Musicals de la Comunitat Valenciana, que ha sigut declarada com a Bé d'Interés Cultural Immaterial pel Decret 68/2018, de 25 de maig, del Consell.

Cicle de cambra

Durant els mesos de tardor i hivern, quan als pobles disminueixen les activitats culturals, Potries ofereix una sèrie d'actuacions musicals de música de cambra, que tenen lloc al llarg de 4 mesos. Compta amb músics locals, nacionals i internacionals, i els concerts tenen lloc a l'Església dels Sants Joans. La primera edició es va celebrar entre gener i abril del 2020.



Potries Music Fest

Potries Music Fest pretén ser una trobada de caràcter intercultural que combina la música amb l'essència mediterrània del nostre poble, tant des del punt de vista turístic, patrimonial, com ambiental i etnològic. La variada oferta d'actuacions musicals que es proposa aborda estils musicals ben diversos i amb orígens a tot arreu del món.

Potries
Music
Fest
2022

Potries
Música Fest



De l'11/08
al 14/08

Residència de Composició Musical Rodamúsic

L'activitat cultural programada a **Potries** , precedent del seu nomenament com la primera localitat rural reconeguda com a **Capital Cultural Valenciana 2018-2019** , culmina cada estiu al festival **Potries Music Fest** , un esdeveniment que congrega més de 10 actuacions en 4 dies, i que inclou artistes locals, nacionals i internacionals de diverses disciplines i estils.

Juntament amb aquest, el **Cicle de Música de Cambra** , l'òpera itinerant del Palau de les Arts, entre d'altres activitats de dinamització cultural, formen part de l'extensa i creixent oferta que Potries allotja.

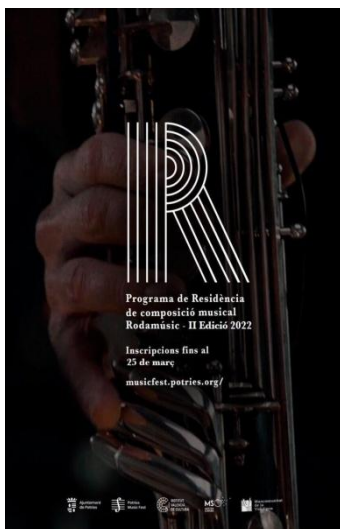
Sumar a aquest conjunt una **residència de composició musical** aporta una nova perspectiva creativa, oferint l'oportunitat a un compositor o compositora, de promocionar el seu treball col·laborant en el desenvolupament de la seva carrera artística, així com donant visibilitat al seu treball creatiu i també enriquint culturalment la activitat de la localitat.

Residència artística d'una setmana a Potries , on un artista escriurà o compondrà una obra basada o inspirada en algun o alguns elements de la localitat, la comarca, o l'entorn natural que l'envolta. La peça tindrà una durada d'entre 7 i 14 minuts, i serà oficialment estrenada al festival Potries Music Fest, pels músics per als quals, el/la compositor/a escriurà l'obra, i amb els quals es crearà un procés de treball col·laboratiu.

Aquest procés consistirà en sessions o tallers experimentals de treball que tindran lloc durant la residència artística a Potries, en què l'artista podrà treballar directament amb els músics per elaborar l'obra, i es donarà l'opció de comptar amb la col·laboració d'un compositor, per guiar, supervisar o ajudar a la seva feina.

En aquesta col·laboració amb els intèrprets, l'autor/a podrà aprofundir en el coneixement dels instruments per als quals escriurà: acústica, notació, possibilitats sonores, tècniques, etc.

Durant aquests dies de residència, es tindrà accés a museus, edificis emblemàtics, rutes i altres opcions diverses per descobrir i explorar el poble i el seu entorn, i així que l'artista pugui incidir la seva activitat creativa en béns inclosos de l'Inventari General del Patrimoni Cultural Valencià, com el Monestir de Santa Maria de la Valldigna, el Palau dels Ducs de Gandia (els dos declarats BIC), o l'Ermita del Santíssim Crist de l'Agonia, l'Església Parroquial de Sants Joans (BRLs de Potries), entre altres.



E) La gastronomia municipal singular

La gastronomia és el conjunt de plats i usos culinaris propis d'un determinat lloc. Es tracta dels coneixements i activitats que estan relacionats amb els ingredients, receptes i tècniques de l'art culinari, així com la seua evolució històrica. Tenen interès turístic tant els plats singulars com les fires i jornades gastronòmiques que se celebren en els municipis de la Comunitat Valenciana, ja que són un factor d'atracció de visitants a la recerca de gastronomia tradicional i productes típics.

La nostra gastronomia és prou variada en relació amb les diverses estacions de l'any, amb productes generalment de la terra, encara que alguns plats s'elaboren amb productes de la mar. A la majoria de les cases encara es cuina amb cassoles de fang, que abans era costum portar-les al forn del poble per a la seua cocció. Un lloc preeminent a la cuina l'ocupen els arrossos, al forn (on cal destacar una varietat amb aladroc), la paella (amb cigrons, amb caragols, de bacallà i flor-i-col...), o els caldosos (amb fesols i naps...); així com el tradicional "putxero" o olla de festa. Un plat típic a Potries, fet sempre amb cassola de fang i al forn, és el "Bonyítol", exquisit plat cuinat amb peix salat. També són típiques les tradicionals coques i els pastissos (de tomaca, de pèsols i ceba, d'herbes...).

Respecte als dolços, s'elaboren els tradicionals en les diferents estacions de l'any, encara que hi destacarem els afamats bunyols de carabassa, els tortells (amb una varietat amb anous) o la coca de taronja.

Entorn al 3 de febrer el poble de Potries té per costum gaudir de l'Olleta de Sant Blai, un plat de calent que a més d'ajudar a combatre el fred de febrer també us farà recordar la cuina valenciana més tradicional. Els diversos comerços del municipi, a més, ofereixen els millors dolços basats en aquells que utilitzaven en el segle XVII, segle de la fundació del nostre Porrat, amb productes com és la canyamel.

F) Béns del Patrimoni Cultural valencià

En la categoria de Béns del Patrimoni Cultural Valencià s'inclouen els Béns d'Interès Cultural (BIC) tant immobles com immaterials i els Béns de Rellevància Local (BRL), tant materials com immaterials.

Els BIC Valencians són aquells que pels seus singulars característiques i rellevància per al patrimoni cultural són objecte de les especials mesures de protecció, divulgació i foment que es deriven de la seua declaració com a tals (art. 2 la Llei 4/1998). Les classes de BIC comprenen els monuments, conjunts històrics, jardins històrics, espais etnològics, llocs històrics, zones arqueològiques i paleontològiques, parcs culturals, col·leccions o fons de museus i col·leccions museogràfiques; documents i obres bibliogràfiques, cinematogràfiques, fonogràfiques o audiovisuals, declarades individualment, com a col·lecció o com a fons d'arxius i biblioteques; i béns immaterials com a activitats, creacions, coneixements, pràctiques, usos i tècniques representatius de la cultura tradicional valenciana. Tots ells definits en l'article 26 de la Llei 4/1998.

Per part seua, els BRL són aquells béns immobles inclosos amb aquesta qualificació en els Catàlegs de Béns i Espais Protegits regulats per la legislació urbanística. En concret, són tots aquells béns immobles que, no reunint els valors culturals en grau tan singular que justifique la seua declaració com a béns d'interès cultural, tenen no obstant això significació pròpia, en l'àmbit comarcal o local, com a béns destacats de caràcter històric, artístic, arquitectònic, arqueològic, paleontològic o etnològic (art. 46 Llei 4/1998).

Béns de rellevància local (BRL)

Potries compta amb 5 Béns materials de rellevància local (BRL) i amb un Bé Immaterial de rellevància Local, així com un Museu i col·leccions reconegudes per la GVA.

Denominació
Ermita del Santíssim Crist de l'Agonia

Església Parroquial dels Sants Joans
Retaule Ceràmic de la Mare de Déu del Pilar
Retaule Ceràmic de la Mare de Déu dels Desamparats
Museu Cassoleria d'Àngel Domínguez
Casa-Consistorial de l'Ajuntament de Potries (antic palau de Pere de Borja)

Béns immaterials de rellevància local

Denominació	Àmbit
Porrat de Sant Blai (Declarat Festa d'Interès Turístic Provincial)	Creences, rituals festius i altres pràctiques cerimonials

Museus i col.leccions reconegudes per la GVA

tipus	Descripció
Museu	<u>Museu Cassoleria d'Àngel Domínguez:</u> programa de recuperació de la memòria relacionada amb la producció ceràmica en el municipi. L'edifici, de gran interès tipològic i ambiental, presenta un habitatge tradicional amb un taller artesà associat. A la planta baixa es troba l'espai domèstic, en ell observarem les clàssiques estances de la cuina menjador i l'alcova amb el seu mobiliari original. Part de la planta baixa i tot el pis superior, al costat del pati i el cobert adjacent, constitueixen el sector artesanal de l'edifici. Aquest sector conserva intactes bona part dels elements i utensilis emprats en el procés d'elaboració de la ceràmica; forn, basses de decantació, torn de peu, molí de vernís,...

Arquitectura de l'aigua

Potries es troba dins la fèrtil planura costanera de la Safor, que s'estén fins a la mar des de les muntanyes. Unes excepcionals condicions orogràfiques i climàtiques que, al costat del curs de l'aigua que la travessa, el riu Serpis o Alcoi, han afavorit la implantació d'un sistema d'irrigació que ha fet possible en aquest ubèrrim territori el desenvolupament continuat al llarg de la història de cultius intensius de regadiu. Un sistema hidràulic que naix a Potries i que articula i ordena el territori, creant el paisatge construït i que, sense dubte, representa l'herència del nostre esdevenir històric, constituint un dels caràcters distintius de la nostra comunitat i que ens identifica com a valencians.

L'aigua es va constituir com un element indispensable que possibilità l'articulació d'un conjunt de construccions, enginys i artefactes per transformar el medi i crear un vertader element de civilització, de cultura. Aquest conjunt material és el que denominem arquitectura de l'aigua. Assuts, pous, sèquies, llavadors, braçals, partidors, molins... construccions que formen una part fonamental del nostre patrimoni cultural.

Elements del sistema de reg tradicional de l'Horta de Gandia que es troben a Potries:

- Llavador de la Fàbrica de l'Espart
- Llavadors dels poble (2)
- Partidor de la Casa Fosca
- Partidor de Sotaia o del Cano
- Partidor de la Casa Clara
- Gallipont del Molí Canyar
- Motor de Panera
- Motor de la Montaña

- Molí dels Frares
- Molí Canyar
- Molí Anouers
- Molí de la Llum
- Molí de l'Espart
- Motor del Salvador

Esdeveniments i festes

mes	Festa o esdeveniment
de maig a desembre	CICLE DE MÚSICA DE CAMBRA A POTRIES
febrer	PORRAT DE SANT BLAI
abril	JORNADES DE LLUITA CAMPEROLA
maig	SETMANA DELS MUSEUS
	FESTIVAL DE PRIMAVERA
	MOSTRA BIANUAL DE TITELLES AL CARRER
juny	SETMANA MEDIAMBIENTAL AL VOLTANT DEL SERPIS
	FESTA NIT DE SANT JOAN
	CELEBRACIÓ DEL DIA DE L'ORGULL LGTBIQ+
juliol	INICI ESCOLA D'ESTIU DE CERÀMICA
	FESTA DE SANT JAUME
agost	FESTA DE SANT SALVADOR
	FESTIVAL POTRIES MUSIC FEST
	FESTES MAJORS DE POTRIES
setembre	SETMANA DE LA CULTURA DE LA PANSA

octubre	FESTA DEL 9 D'OCTUBRE
desembre	"EL CANT DE LA SÍBIL·LA"

G) Espais naturals protegits

La Llei 11/94, de 27 de desembre, d'espais naturals protegits de la Comunitat Valenciana estableix que "constitueixen espais naturals protegits les àrees o fites geogràfiques que continguen elements o sistemes naturals de particular valor, interès o singularitat, tant deguts a l'acció i evolució de la naturalesa, com derivats de l'activitat humana, que es consideren mereixedors d'una protecció especial" (art. 1.3). En concret la norma preveu set categories d'espai natural protegit, que són les següents: Parcs Naturals, Paratges Naturals, Paratges Naturals Municipals, Reserves Naturals, Monuments Naturals, Llocs d'interès i Paisatges Protegits. A més, de conformitat amb el que s'estableix en la Llei 42/2007, del Patrimoni Natural i de la Biodiversitat, són espais protegits de la Xarxa Natura 2000, formant part d'ella: els Llocs d'Importància Comunitària fins a la seua designació com a Zones Especials de Conservació, les Zones Especials de Conservació i les Zones d'Especial Protecció per als Ocells (art. 3.3 Llei 11/94).

Espais d'interès natural

descripció
Paratge Natural del Riu Serpis (LIC)
Paratge Calvari-Ermita
Paratge del Racó de la Porra
Paratge dels Tossalets

PAISAJES PROTEGIDOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Nº	DENOMINACIÓN	MUNICIPIO	PROVINCIA	SUPERFICIE (Ha)
1	Serra del Maigmó i Serra del Sit	Tibi, Castalla, Sax, Petrer y Agost	Alacant	15.842
2	Puigcampana i Ponotx	Finestrat, Benidorm, La Nucia y Polop	Alacant	2485,17
3	La Solana del Benicadell	Muro d'Alcoi, Gaianes y Beniarrés	Alacant	900,08
4	Serpis	Ador, Alcocer de Planes, Alcoi, Almoines, Beniarjó, Beniarrés, Beniflà, Benimarfull, Cocentaina, Gaianes, Gandia, l'Alqueria d'Aznar, Llorca, Muro d'Alcoi, Palma de Gandia, Planes, Potries, Real de Gandia y Villalonga	Alacant y Valencia	10.000 aprox.
5	Serra de Bèrnia i Ferrer	Benissa y Xaló	Alacant	2843
6	Les Sorts	Teulada	Alacant	100,52
7	Desembocadura del Millars	Almassora, Burriana y Vila-real	Castelló	424,65
8	Ombria de Benicadell	Albaida, Atzeneta d'Albaida, Carrícola, El Palomar, Bufali, Bèlgida, Otos, Beniatjar, Ràfol de Salem y Salem	Valencia	2103,11
9	La sierra Escalona y su entorno	Orihuela, Pilar de la Horadada y San Miguel de Salinas	Alacant	10.683,76

Fuente: Servicio de Gestión de Espacios Naturales Protegidos - Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural - Generalitat Valenciana

2.2.3. Oferta i demanda turística

Per a poder plantejar-nos quins són els objectius sobre els quals es treballarà en el nostre pla de turisme, és necessari realitzar una anàlisi de la situació en la qual es troba el nostre municipi. Aquesta anàlisi de situació és una descripció o 'fotografia' de la situació del nostre municipi que estudia aquells factors externs i interns que afecten o poden afectar en un futur a l'activitat turística a desenvolupar. Aquesta anàlisi permet confeccionar la matriu DAFO que servirà com a guia per a plantejar les actuacions que s'han de posar en marxa.

La informació necessària per a realitzar aquesta anàlisi l'obtindrem principalment de fonts externes secundàries d'informació (p. ex., estadístiques d'organismes públics, informes de cambres de comerç, estudis i informes sectorials, etc.).

D'altra banda, els municipis han de complir els criteris d'Oferta i Demanda d'acord amb el vigent Estatut del Municipi Turístic. Com ja s'ha exposat, per a xicotets municipis (sobre 500 hab.) que opten per la categoria de Municipi Turístic de Singularitat han d'acreditar:

1r. Quant a la demanda (article 6 de l'Estatut): la població turística d'un municipi ha d'aconseguir, almenys, les 10.000 persones en el període d'un any natural. Es tracta d'un criteri exigent a complir de manera individualitzada per cada municipi

2n. Quant a l'oferta (article 7 de l'Estatut): “places d'allotjament reglades a 31 de desembre de l'any anterior a la sol·licitud, sempre que aquestes siguen d'ús turístic i així s'acredite”, és a dir, hem de comptar amb una mínima oferta de places reglades -2 com a mínim-. En aquest cas, poden utilitzar-se les fitxes municipals elaborades per l'Institut Valencià d'Estadística. estan situades en: <https://pegv.gva.es/es/fichas>

OFERTA TURÍSTICA - 2021

Datos a 31 de diciembre

Establecimientos			Plazas		
Hoteles	0	0	Albergues	0	0
Hostales	0	0	Pensiones	0	0
Apartamentos	0	0	Restaurantes	1	400
Campings	0	0	Agencias de viaje	0	-
Casas rurales	1	2	Empresas de turismo activo	0	-

Grau de desenvolupament segons tipus de turisme

Tipus de turisme	1	2	3	4	5
Sol i platja	(indirecte per la seua proximitat a la mar)				
Cultural					
Actiu/Esportiu					
Natura					
Salud i bellesa					

Els productes amb un major grau de consolidació a Potries es corresponen amb el **turisme de sol i platja** (Potries es troba a 10 kms de totes les platges del litoral saforenc) i el **turisme cultural i natural**.

Les motivacions del **turisme cultural** resideixen en gran mesura en el coneixement del patrimoni cultural, artístic, monumental, històric i etnològic i l'assistència a

esdeveniments programats. Aquest turisme es va beneficiar al ser declarada Potries com a Capital Cultural Valenciana durant el període 2018-2019.

Pel que fa a la distribució de la demanda aquesta es reparteix entre ponts i caps de setmana, durant tot l'any. Els perfils dels visitants són grups organitzats diversos, parelles joves i parelles madures, amb un nivell cultural mitjà-alt, procedents del territori valencià, del centre d'Espanya i en menor mesura, de l'estranger.

Els atractius naturals i rurals de Potries i –per proximitat- de la resta de la Safor, per les seues característiques intrínseques i comparatives, desenvolupen –cada vegada més- un producte de **turisme de natura**, entrelaçant els valors etnològics amb els valors naturals dels espais de muntanya, rius i zones humides i arenoses. Els visitants potencials són joves (en grups organitzats o per iniciativa pròpia), parelles, amants de la natura i l'esport; especialistes en flora i fauna; observadors d'aus.

El **turisme actiu i esportiu** és aquell la motivació principal resideix en la pràctica d'activitats físiques i esportives. En els últims anys, s'adverteixen a Potries, tendències diferenciades entre aquells que practiquen esports. D'una banda hi ha els que tendeixen a professionalitzar l'esport. Aquests esportistes necessiten instal·lacions que els permetin un entrenament d'alt rendiment esportiu, amb equipament altament especialitzat. A l'altre extrem, es troben els esportistes aficionats, que realitzen l'activitat com una forma d'esplai i són menys exigents. Dins d'aquest grup està l'esport per a tothom, els campionats esportius, els circuits en espais públics, etc. Podem diferenciar també un altre segment especialitzat, que se sent atret per activitats que es desenvolupen en els espais rurals i naturals, i s'associa generalment als esports de risc, d'aventura, conegut com a "turisme actiu". Finalment, s'observa un segment que cerca en l'esport una millora de la salut, l'estètica i la qualitat de vida, a través d'activitats complementàries a l'activitat física, com poden ser ioga, massatges, etc.

Finalment, en una aposta per la diferenciació, cal destacar el **turisme de salut i bellesa**, partint de l'experiència dels pocs establiments existents, es vol afavorir el desenvolupament de noves iniciatives a fi de estructurar-lo en un producte finalista de més abast.

2.2.3.1. Anàlisi externa

Per a dur a terme l'anàlisi externa (o anàlisi de l'entorn) és necessari identificar i avaluar aquells esdeveniments, canvis i/o tendències que poden afectar l'activitat turística del nostre municipi, directament o indirectament, i que succeeixen a l'entorn del nostre municipi fora del nostre control. L'objectiu d'aquesta anàlisi és adaptar la nostra activitat turística a aquests factors (externs) per a poder aconseguir el màxim rendiment possible. Aquesta anàlisi externa ha d'analitzar dos nivells: el macroentorn i el microentorn.

A) Anàlisi de l'entorn: macroentorn

El macroentorn d'un municipi el componen aquells factors que poden influir en la nostra activitat turística, però no de manera única. En definitiva, es tracta del context global en el qual es troba immersa la nostra activitat turística.

Existeixen múltiples maneres d'estructurar l'anàlisi del macroentorn, no obstant això, un de les eines més més conegudes i utilitzades és l'anàlisi PESTEL. Aquesta eina analitza els següents factors: a) polític-legals, b) econòmics, c) socioculturals, d) tecnològics i e) ecològics, tots ells poden afectar la nostra activitat turística i que defineixen les possibles amenaces o oportunitats. A continuació, s'exposa un exemple d'identificació d'aquests factors.

Factor extern	Situació
Polític-legal	- Polítiques públiques i canvis legislatius:: - Política d'ajudes al sector turístic local -Conflictes polítics que poden ocasionar una menor demanda turística -Nou marc normatiu obligacions turístiques locals -Fi de cicle electoral autonòmic
Econòmic	- Situació econòmica general que pot influir en un menor flux turístic:: -Augment de preus -Menor disponibilitat de rendes familiars. - Crisis climàtiques - Crisis geopolítiques.
Sociocultural	-Aspectes socials i culturals directament relacionats amb la demanda de serveis turístics: -Poden suposar noves oportunitats per a atraure visitants i turistes: -Nous models de família, comporten noves tendències en turisme familiar -Nous hàbits saludables -Augment del turisme natural i rural com a resposta a la necessitat d'un turisme segur

Tecnològic	-Existeixen una sèrie d'elements que poden condicionar una innovadora oferta i afectar la demanda turística, com: -Infraestructures físiques i tecnològiques disponibles -Nivell de facilitat en l'accés a noves tecnologies. -Existència d'inversió pública suficient. -Bretxa digital social i generacional.
Ecològic	L'actual crisi energètica i climàtica comporta una nova conscienciació ambiental del turista, que condiona els fluxos i condueix a la necessitat d'articular la sostenibilitat turística.

B) Anàlisi de l'entorn: microentorn

Una vegada s'ha analitzat en entorn genèric en el qual se situa el municipi turístic, és moment d'analitzar el context més pròxim i específic a aquest. És a dir, aquells factors externs concrets que diferencien al municipi. S'analitzen dos elements: la competència i el mercat.

a) Anàlisi de la competència (des de les òptiques de l'oferta i de la demanda)

1r. Des de l'òptica de l'oferta

En aquest cas serà útil confeccionar un llistat de municipis i/o destinacions turístiques que oferisquen un producte turístic similar a l'oferit pel nostre municipi. Per exemple, si l'atractiu d'un municipi es basa en el seu patrimoni natural i en la producció artesanal, per exemple, de vi. En aquest cas, aquest municipi hauria de considerar com a competidors de primer nivell, aquells municipis pròxims geogràficament que també tinguen com a activitat turística principal l'enoturisme.

Els elements que habitualment s'utilitzen per a identificar a les destinacions turístiques competidors des del punt de vista de l'oferta són: i) els recursos turístics del municipi (oferta turística, patrimoni, etc.), ii) la localització geogràfica (proximitat entre destins o municipis) i iii) aspectes climàtics.

2n. Des de l'òptica de la demanda

En aquest cas el llistat de municipis i/o destinacions turístiques dependrà del fet que el turista els perceba com potencialment substitutius. En aquest cas, aspectes com la facilitat d'accés al municipi, l'oferta gastronòmica, l'oferta hotelera, el patrimoni cultural o fins i tot els preus poden ser elements que facen que el turista considere comparable o no dos municipis.

Cal advertir que és possible que la particularitat de l'atractiu turístic d'un municipi genere que els principals competidors no siguin aquells municipis geogràficament pròxims sinó aquells que ofereixen atractius turístics substitutius. Per tant, la

identificació dels competidors d'un municipi no dependria, de manera sistemàtica, de la distància geogràfica entre ells sinó de la particularitat de l'atractiu turístic en qüestió, o fins i tot de la disponibilitat i/o accessibilitat per part del turista a visitar tots dos municipis.

Un altre factor fonamental a l'hora d'identificar als competidors en l'àmbit turístic és l'estacionalitat de la demanda i de les activitats.

Finalment, en relació amb la identificació dels potencials competidors és important recordar les característiques dels municipis i les tipologies turístiques en les quals donen suport a aquests municipis la seua oferta turística. En el nostre cas, es tracta de xicotets municipis d'interior les modalitats turístiques del qual més prevalents són: el turisme rural, l'ecoturisme, el turisme ornitològic (albirament d'ocells), el turisme d'aventura, el cicloturisme, el turisme gastronòmic, l'enoturisme, o el turisme cultural i patrimonial.

Identificació de competidors

Competidors per proximitat geogràfica (p. ex. àmbit comarcal)	Competidors per modalitat turística (p. ex., turisme actiu i d'aventura)	Competidors per estacionalitat (p. ex., festes patronals mateixa data)
La Font d'En Carròs	Rótova	Rótova
Villalonga	Simat de la Vallidigna	Ador
Ador	La Font d'En Carròs	La Font d'En Carròs

Fuente: elaboració propia

b) Anàlisi del mercat

L'anàlisi de mercat constitueix la base per a examinar el seu atractiu i adaptar els nostres objectius i estratègies a la situació general del nostre municipi. Comprendre les necessitats dels visitants i turistes i satisfer les seues expectatives mitjançant el desenvolupament d'una proposta de valor atractiva ha de ser el focus principal del nostre pla.

Per tant, és necessari realitzar una anàlisi del consumidor que s'adapte al municipi per a entendre com orientar l'oferta segons la classificació del client. De manera general, l'anàlisi del mercat implica recollir informació fiable i vàlida sobre diversos aspectes.

Per a recollir la informació sobre el nostre mercat és possible utilitzar informació interna que ja tinguem en el nostre municipi (p ex., estadístiques pròpies, estudis anteriors, etc.) o informació externa, és a dir, informació que s'haja generat fora de les nostres institucions. En relació amb les fonts externes d'informació tenim dos tipus: fonts primàries i secundàries (aquestes es refereixen a informació existent i disponible a partir d'estadístiques oficials).

Es recomana utilitzar les fonts primàries, que fan referència a informació que recopilarem del nostre mercat (oferta i demanda) per al desenvolupament del pla, és a dir, informació específica o "ad hoc" per al nostre pla de màrqueting. Existeixen diferents mètodes per a recollir informació sobre els visitants com són:

- les enquestes,
- les entrevistes en profunditat,

- les sessions grupals (p. ex. focus groups),
- els mètodes d'observació (p. ex., “comptatges” de visitants i vehicles, recorregut del visitant, etc.).

En qualsevol cas, a fi de recopilar les dades, es recomana realitzar enquestes a visitants i turistes del destí, per exemple, a través de l'oficina de turisme, o en col·laboració amb els establiments turístics, o també, realitzant-les directament als visitants de museus o monuments. També es recomana posar en marxa enquestes en línia, que ajuden a la identificació del perfil del visitant i dels atractius del destí. A través de l'enquesta, es podran recopilar dades d'interès del perfil del turista, que permeten disposar d'una radiografia clara i precisa del client que visita el municipi.

En aquest cas el Museu de la Cassolería d'Àngel Domínguez utilitza un Sistema de Gestió de Reserves que serveixen ,al seu torn , de sistema de recollida d'informació de la demanda.

n° reserva	fecha reserva	modo reserva	tipo entrada	Entidad (si procede)
1	28/12/2021	Email	Grupal	Ceem xeraco
2	12/1/2022	Telefónica	Grupal	Universitat popular de Gandia.
3	12/1/2022	Email	Individual	Allotjades al pobles
4	23/1/2022	Presencial	Individual	Veïns
5	28/1/2022	Presencial	Individual	Veïns
6	3/2/2022	Presencial	Grupal	Asmisaf
7	3/2/2022	Presencial	Grupal	Ceip San Luis Beniarjo
8	5/2/2022	Presencial	Grupal	turistes
9	6/2/2022	Presencial	Grupal	turistes: PORRAT
10	6/2/2022	Presencial	Grupal	turistes
11	16/2/2022	Email	Grupal	Upv sèniors Gandia
12	28/2/2022	Email	Grupal	Amics poble
13	17/3/2022	Presencial	Individual	turistes
14	18/3/2022	Telefónica	Externa	Col·legi Potries
15	8/4/2022	Presencial	individual	Gandia
16	15/4/2022	Presencial	individual	Porto Valladolid
17	22/4/2022	presencial	individual	Bulgaros
18	23/4/2022	presencial	individual	Benimamet Paterna
19	24/4/2022	presencial	individual	potries
20	1/5/2022	presencial	Grupal	Dona Artesana
21	29/4/2022	Presencial	Individual	Veïns
22	15/5/2022	Presencial	Individual	Turistes
23	21/5/2022	Presencial	Grupal	Festa Valor
24	22/5/2022	Presencial	Grupal	Festa Valor
25	18/4/2022	Telefónica	Externa	Col·legi Potries
26	28/5/2022	Presencial	Individual	Benifla
27	10/6/2022	Telefónica	Individual	Escuela intercambio

2.2.3.2. Anàlisi interna

Es tracta d'analitzar internament el municipi, és a dir, s'avaluen aspectes relatius als recursos i capacitats d'aquest que derivarà en les fortaleeses i febleses des del punt de vista turístic.

Avaluació de recursos i capacitats

En la descripció de les característiques del destí ja s'han identificat els seus aspectes rellevants, es tracta ara de procedir a una avaluació d'aquests.

A continuació, s'especifiquen aspectes rellevants a nivell de destinació turística:

Quines són les característiques dels transports en la zona?

El primer aspecte a avaluar està relacionat amb aspectes logístics i de transport. Aquest element és primordial ja que la facilitat o dificultat per a accedir al municipi afecta al nivell d'atractiu d'aquest. Així, la disponibilitat de transport públic (o privat) com pot ser el servei d'autobusos i/o trens de rodalia, així com la connexió del municipi a ramals principals d'autovies, carreteres nacionals o de la CV poden ser un punt fort (o un punt feble d'un municipi).

Actualment la població està comunicada per carretera: amb els comarques de l'interior per la CV-60 en direcció a Albaida; amb els principals vies de l'eix mediterrani (AP-7, E-15, N-332) per la CV-680, que ens possibiliten estar en pocs minuts en qualsevol dels principals ciutats del territori. El tren a dalt a l'estació intermodal de Renfe a Gandia. De Gandia a Potries hi ha una manca del servei d'autobús per l'escassetat d'horaris.

També ho pots fer amb bicicleta seguint la CV-680 o buscant itineraris alternatius pels camins rurals. La Via Verda del Serpis, que aprofita el traçat de l'antic ferrocarril Alcoi-Gandia, està en projecte i serà la millor opció.

Quin tipus d'allotjaments/establiments hi ha i de quin tipus són? Amb quina infraestructura turística compten?

Un altre element clau a l'hora d'avaluar el potencial turístic d'un municipi és el número i el tipus d'allotjaments/establiments dedicats a l'activitat turística. El coneixement d'aquesta oferta turística permet conèixer el potencial turístic del municipi, així com tindre una idea del perfil del visitant a aquest.

No es tracta només la capacitat alojativa reglada, sinó també d'altres establiments, com l'oferta de restauració. Es tracta de comptabilitzar el total de restaurants del Municipi i quina és la demanda total que poden assumir, així com la categoria d'aquests. Una vegada identificats aquestes dades haurà de reflexionar-se sobre si l'oferta és suficient per a atendre l'afluència de turistes o si per contra és limitant per a l'atracció de demanda turística. També sobre si és variada, adaptada a tots els públics i si pot assumir a grups de visitants, o si, per contra, les propostes de restauració no justifiquen la visita al destí per la seua carta, posada en valor de l'oferta gastronòmica, comunicació, horaris d'obertura etc., i fins i tot, si en general són establiments pensats per al client local i per als treballadors del sector industrial o agrari. Aquests elements es veuen reflectits tant en la posada en valor, (mobiliari, manteniment, etc.) com en la seua orientació en servei (tipus d'oferta gastronòmica, disponibilitat de productes o oferta gastronòmica local, estratègies de comunicació i comercialització, etc.).



On dormir

La Cambra casa rural (Potries)

Hotel Molí El Canyisset (La Font d'en Carròs)

Hotel rural Babel (Vilallonga)

Cresolera casa rural (Vilallonga)

On menjar

Bar Vicent

Bar La Plaça

Restaurant Cassoleta

Restaurant Molí Canyar

On comprar

Botiga d'Eva (Alimentació en general)

Pa i dolços Sant Blai (Forn de pa i pastisseria)

Soria Mejías (Farmàcia)

Perruqueria d'Eva (Perruqueria i estètica)

Concha i Ana (Perruqueria i estètica)

Yolanda Domínguez (Perruqueria i estètica)

Cada dimecres de l'any Mercat ambulant

Quins són els principals atractius turístics del municipi?

Finalment, i probablement l'element més important a avaluar són els atractius turístics dels quals disposa el municipi. La combinació d'aquests atractius compon la base de l'avantatge competitiu d'aquest. És per això, fonamental, la seua correcta identificació que s'ha realitzat anteriorment i, sobretot, saber articular accions per a poder desenvolupar una oferta competitiva i atractiva per al visitant.

És a dir, s'han d'incloure a aquells atractius turístics de cada municipi que són considerats de primer ordre, però també altres recursos/productes turístics del municipi que pogueren complementar a aquests primers.

Per exemple, gràcies a l'entorn natural que envolta a molts municipis valencians, es pot trobar una oferta variada d'activitats a l'aire lliure com a caiac, ràpel, senderisme, barranquisme, escalada, lloguer de piragües, de bicicletes, etc. oferides normalment per les empreses de turisme actiu del destí. Algunes activitats es poden realitzar tot l'any, però la temporada alta sol iniciar al maig i finalitzar a l'agost o setembre. Deuen doncs recopilar-se en el pla quines són les activitats d'oferta complementària i analitzar si es poden potenciar o millorar les instal·lacions o la seua comunicació. Així mateix, poden tindre en consideració altres atractius turístics que generen demanda com a museus, fires, esdeveniments i activitats que es realitzen al llarg de l'any i que formen part de l'agenda cultural del municipi.

Podem dividir els principals recursos patrimonials de Potries en dos apartats: patrimoni cultural (material i immaterial) y patrimoni natural.

Patrimoni material

Casa Ajuntament:

L'Ajuntament de Potries és un magnífic exponent de l'arquitectura senyorial del segle XVII al nostre àmbit rural. Aquest edifici està situat al carrer de Boamit 28. La casa que es conserva va ser construïda entre els últims anys del segle XVI i la primera dècada del XVII, sabem que l'any 1611 es pretenen revocar els establiments fets sobre la casa a favor de Pere de Borja i Centelles, segon fill del V Duc de Gandia Carles de Borja i la V Comtessa d'Oliva Magdalena Centelles.



Església dels Sants Joans:

La parròquia de Potries es va constituir com a independent, a l'últim quart del segle XVI, a causa de la remodelació de la diòcesi de València duta a terme per l'arquebisbe Sant Joan de Ribera l'any 1574, abans era una rectoria de moriscos pertanyent a Oliva. L'església té la tipologia característica de l'arquitectura religiosa de l'època, influenciada per les premisses jesuítiques.



Calvari-Ermita

L'ermita es localitza en el cim d'un xicotet monticle, de 137 metres d'altitud, al sud-est de la població. El seu entorn està qualificat de protecció oficial, pel seu valor ambiental i paisatgístic, en les Normes Subsidiàries de Potries.

Un costerut camí flanquejat de xiprers, on se situa el Calvari, permet l'ascensió des del nucli urbà fins a l'ermita. Empedrat i escalonat, és un camí amb un pendent accentuat. En el tram superior, el camí es bifurca i es corba fins a desembocar en una placeta semicircular que se situa davant de l'edifici de l'ermita. La plaça està tota envoltada per una barana de maçoneria, amb lloses de pedra calcària en la part superior, i constitueix una vertadera balconada sobre l'horta amb unes magnífiques vistes.

Va estar construïda pels veïns del poble sota la direcció de l'arquitecte Carlos Spain a mitjan segle XIX, encara que amb anterioritat, al conjunt del Calvari hi havia una petita

construcció que des de l'any 1799 albergava la imatge del Crist. D'això ens parla un llibret publicat al segle passat, pel fill de Potries, escolapi i pedagog, Fernando Garrigós, titulat: "Historia septenario y gozos a Cristo Señor Nuestro crucificado en la milagrosa imagen que con el nombre de la Agonía se venera en el Ermitorio del Calvario de Potries".



Arquitectura de l'aigua

La comarca de la Safor es caracteritza per la fèrtil planura costanera que s'estén fins a la mar des de les muntanyes. Unes excepcionals condicions orogràfiques i climàtiques que, al costat del curs de l'aigua que la travessa, el riu Serpis o Alcoi i el seu afluent el Vernissa, han afavorit la implantació d'un sistema d'irrigació que ha fet possible en aquest ubèrrim territori el desenvolupament continuat al llarg de la història de cultius intensius de regadiu. Un sistema hidràulic que articula i ordena el territori, creant el paisatge construït i que, sense dubte, representa l'herència del nostre esdevenir històric, constituint un dels caràcters distintius de la nostra comunitat i que ens identifica com a valencians.

L'aigua es va constituir com un element indispensable que possibilità l'articulació d'un conjunt de construccions, enginys i artefactes per transformar el medi i crear un vertader element de civilització, de cultura. Aquest conjunt material és el que denominem arquitectura de l'aigua. Assuts, pous, sèquies, llavadors, braçals, partidors, molins... construccions que formen una part fonamental del nostre patrimoni cultural. A Potries proposem un passeig per conèixer aquestes infraestructures històriques del regadiu. Veuràs humils construccions amb segles d'història, encara en funcionament, i vinculades a l'ús racional i tradicional de l'aigua.

Les aigües de regadiu tradicional o històric de la Safor procedeixen principalment del riu d'Alcoi. Al seu llit, en terme de Vilallonga, s'assenta l'assut d'en Carròs, derivant l'aigua dins la séquia Reial d'Alcoi, que rega portant-la fins al partidor major de la Casa Fosca, prop de Potries. D'allí deriva per la dreta la séquia de Rebollet, que rega Potries, la Font i part d'Oliva. La Séquia Reial prossegueix un poc avall fins a un segon partidor major anomenat la Casa Clara, on es divideix en dos grans braços: la séquia comuna de Gandia, que rega Almoines, part de Bellreguard, Beniarjó, Miramar, Daimús i les partides del migjorn de Gandia, i la séquia comuna d'Oliva, que rega part de la Font, Palmera, part de Bellreguard, Piles, Rafelcofer, l'Alqueria i part d'Oliva.



Museu Cassoleria d'Àngel Domínguez:

La terrisseria d'Àngel Domínguez és l'últim testimoni de l'activitat terrissera desenvolupada a Potries durant segles, activitat que descriu la manera de viure i treballar dels nostres avantpassats, així com el seu llegat cultural. Aquesta tradició mil·lenària i forma de viure posa punt final amb la mort d'Àngel Domínguez el 1983, l'últim terrisser en actiu a la població.

Se situa en un sector del nucli urbà on es localitzaven diverses terrisseries, fins a un total de cinc documentades al principi del segle XX, que igual que el sector situat entorn de l'antic carrer Terrisseria, significaven els límits externs de l'antic nucli urbà consolidat, donat el caràcter contaminant d'aquesta indústria.

L'edifici, construït a la fi del segle XVIII, és una casa de dues plantes amb dos cossos i pati interposat. Aquesta amaga baix l'aparença d'una casa de poble tradicional, un gran taller i forn de terrisseria.



Jaciments Arqueològics

Neolític – Edat del Bronze

El terme de Potries presenta vestigis arqueològics que donen testimoni de la presència de comunitats humanes, almenys des de l'edat del Bronze. És molt probable que els orígens de la ceràmica a Potries es remunten al Neolític, fet confirmat per l'existència d'un jaciment arqueològic d'aquesta època a la muntanya dels "Penyascos" i d'una necròpolis associada, situada al pla, prop del riu Serpis. La primera referència escrita d'aquest jaciment es deu al veí de Potries, metge rural i arqueòleg aficionat, Simeó Peiró Frasset. A mitjan segle XX informa d'un primer jaciment a la partida Casa Fosca-Horteta associat als ritus funeraris de l'eneolític, és a dir, ens documenta una necròpolis o cementeri amb una cronologia d'entre 2.500 i 1.500 anys abans de Crist, amb tombes tipus túmul, restes òssies humanes i material lític, destacant tres destrals de pedra polida. Igualment, en aquest mateix jaciment de la necròpolis, situa l'aparició de diversos fragments d'un mateix objecte de ceràmica negra amb una decoració incisa representant motius geomètrics, bandes, triangles. També arreplegà una xicoteta polsera feta amb petxines, apareguda a la Casa Fosca al costat de fragments de ceràmica llisa.

Restes Arqueològiques de la "Campina-Catorzena"

El jaciment de la Campina-Catorzena documenta la intensa romanització dels espais rurals mediterranis al segle I dC. Unes magnífiques condicions geogràfiques, de fèrtils planures i aigües, al costat d'unes condicions climàtiques favorables, possibilitaren l'assentament de nombroses vil·les agropecuàries a la Safor.

Restes Arqueològiques al nucli urbà de Potries

Cap als segles XV i XVI Potries estaria habitat exclusivament per musulmans i estructurat per un nucli urbà d'aproximadament cent cases agrupades al voltant de l'actual Plaça de l'Església, inclosos els carrers de Dalt i Boamit, delimitat al nord pel traçat de la sèquia del Rebollet, al sud pel carrer de Dalt, a l'oest pel carrer del Cup i a l'est pels carrers Abadia Vella i Enguix. Eixint del nucli de cases en direcció est, cap a la Font, se situaria el cementiri musulmà ocupant l'espai de l'actual plaça del País Valencià, estenent-se fins al barranc, que des dels tossalets desaiguava cap al nord. Creuant el barranc ens trobaríem amb la "cantereria", com un espai artesà, edificat a manera de ravalet, extramurs del poble.



Patrimoni immaterial (Cultura festiva)

L'inici del calendari festiu a Potries coincideix amb la Cavalcada dels Reis Mags. Al mes de febrer situem una de les festes que més arrelament i acceptació popular té a la nostra comarca, ens referim al tradicional Porrat de Sant Blai.

L'onomàstica d'aquest sant i màrtir es commemora el dia 3, però amb el pas dels anys la característica romeria s'ha convertit en un important referent cultural i festiu, amb una variada i completa oferta d'activitats extensiva a tota la primera quinzena del mes de febrer. És tradició que els fidels quan acudeixen a l'església parroquial es freguen la gola amb la relíquia del sant que allí es conserva, complint amb el ritual de purificació i davant les malalties, de fet sant Blai és el protector de les malalties de la gola.

Seguidament ens trobem amb la festivitat de Sant Vicent Ferrer el primer dilluns després de Pasqua, i la tradició de visitar els malalts en processó ("els combregats"). Al mes de maig se celebren les comunions; flors, murta i una entranyable jornada festiva per a la majoria dels habitants del poble. Continuem amb la festivitat de Sant Joan la nit del 23 de juny i la clàssica foguera a la plaça, encara que anys enrere la festa tenia lloc al voltant del carrer Sant Joan Baptista. El 6 d'Agost se celebra a Potries la festivitat de Sant Salvador, antigament es tractava d'una jornada plena d'activitats lúdiques (xocolatà, cucanyes, ball,..) que es desenvolupaven al carrer del mateix nom, constituïa una interessant festa de barri, de la que es conserva hui en dia la tradicional missa matutina a l'Ermita.

Arribem així a les Festes Majors a la darrera setmana completa d'agost. Un any sí, i l'altre també, els veïns del poble baixen en processó pel camí del calvari les imatges que es troben a l'ermita, el Crist de l'Agonia i la Divina Pastora. Així, amb la tradicional i

pintoresca Processó de la Baixà, s'inicien les festes Majors de Potries als darrers dies del mes d'agost, encara que antigament les festes se celebraven al mes d'octubre. Les imatges romandran a l'església parroquial fins al darrer dia de festes, quan tornen a pujar pel mateix camí fins a l'ermita, a la Processó de la Pujà. El dia de Tots Sants és costum anar al cementeri per honorar els difunts i menjar les primeres mandarines. Per tancar el cicle amb les entranyables i familiars festes de Nadal, i l'acomiadament de l'any al carrer Boamit amb el toc de les campanades del rellotge de l'Ajuntament.

Patrimoni natural

El riu Serpis i el seu entorn, entre Alcoi i la desembocadura a Gandia, està declarat Paratge Natural protegit de la Comunitat Valenciana. Posseeix una longitud de 50 quilòmetres i una superfície aproximada de 10.000 hectàrees, és un espai singular pels seus valors paisatgístics, ecològics i culturals, derivats d'una relació històrica harmoniosa entre l'home i el medi natural.

Els pobles d'aquest ampli territori, agrupats davall el fil conductor del riu, dibuixen un itinerari cultural on el paisatge es transforma en història. Aquesta relació es manifesta, a la integració dels pobles i camins en el paisatge, als bancals agrícoles que acompanyen la topografia natural i la ressalten, als singulars sistemes hídrics derivats del riu i l'arquitectura per ells generada, o bé al respecte històric cap als elements topogràfics que conformen la identitat del lloc, com ara vessants, crestes de muntanyes o fites topogràfiques.

El riu està limitat per les serres de Mariola i Benicadell al nord i les serres de la Safor, la Cuta, Alfaro, Serrella i Aitana al sud, aquest tram del Serpis situat entre les províncies de València i Alacant actua, en termes ecològics i territorials, com a element connector

entre la muntanya i la costa, configurant un excepcional mosaic d'ecosistemes i paisatges. Així, el riu una vegada ha abandonat el seu angost pas per la zona muntanyosa, a través dels espectaculars paratges del barranc de l'Infern al Racó del Duc, arriba a la planura pel terme municipal de Vilallonga. És en aquest lloc on el riu s'eixampla i perd desnivell, a la vegada que va excavant un llit cada vegada més profund, amb amplis meandres que deixen espectaculars gorgs curulls de vida.

Hi ha espècies faunístiques aquàtiques de gran interès, com ara la gamba gavatxa (*Dugastella valentina*), el caragol aquàtic (*Melanopsis dufouri*), la bagra ibèrica (*Leuciscus pyrenaicus*) i el barb comú (*Barbus bocagei*), entre altres més comunes. Els vessants muntanyosos i el canó fluvial mostren multitud d'aus com l'àguila reial (*Aquila chrysaetos*), l'àguila de panxa blanca (*Hieraetus fasciatus*), el duc (*Bubo bubo*) i el blauet (*Alcedo atthis*).

De la vegetació de ribera que apareix al costat del llit del riu Serpis destaca el xop (*Populus nigra*) i en menys proporció l'álber blanc (*Populus alba*), els dos caducifolis. Diverses espècies de salzes (*Salix eleagnos*, *S. fragilis*) estan també presents en alguns trams del riu, així com l'abundant baladre (*Nerium oleander*). Juntament amb aquest resulta fàcil trobar el tamariu o tamarinde (*Tamarix gallica*) i l'esbarzer (*Rubus ulmifolius*). Seguint el curs del riu, abunden les formacions mono específiques de canya (*Arundo donax*) i, molt prop del corrent, apareix el canyís (*Phragmites australis*), un tipus de canya més estilitzada que requereix la presència d'aigua. Ocupant el mateix nínxol ecològic del riu és fàcil trobar l'espaldanya o bova (*Typha latifolia*) i a la vora és freqüent veure els créixens (*Roripa nasturtium-aquaticum*), l'api bastard (*Apium nodiflorum*) i, engronsant-se a favor del corrent, les espigues d'aigua (*Potamogeton natans* i *P. pectinatus*).

Perfil competitiu de la destinació turística

Amb l'anàlisi de recursos i capacitats realitzat ja tenim tots els elements necessaris per a realitzar l'anàlisi DAFO i la identificació d'objectius per a un municipi com els destinataris d'aquest model tipus de pla. No obstant això, com a resum d'aquesta anàlisi pot concretar-se el perfil competitiu de la destinació turística, indicant també la importància que es considera que té cada factor per als turistes que visiten aquest municipi. El nivell competitiu d'un destí depèn de:

- a) les atraccions turístiques (attractions),
- b) l'accessibilitat (accessibility) entesa per la facilitat de transports al destí,
- c) les comoditats o oferta de serveis (gentilesses),
- d) els paquets disponibles (available packages) relacionats amb la facilitat de reserva i canals de distribució,
- e) les activitats (activities) complementàries, i
- f) els serveis auxiliars (auxiliary services).

A continuació, s'exposa un exemple de matriu. Aquesta taula inclou diversos elements, tant tangibles com intangibles, que han de ser (actes)avaluats pels gerents de la destinació turística per a quantificar la importància que té cadascun d'ells per al turista "medie" que visita el seu municipi. Així mateix, han de valorar la posició competitiva que consideren que té aquest municipi respecte a cada característica. Aquesta matriu permet identificar aquelles àrees on la valoració del destí està per davall d'importància.

2.3. Anàlisi DAFO

- i) La matriu DAFO inclou quatre elements claus per a resumir l'anàlisi de situació en un pla estratègic de turisme. Aquesta matriu resumeix aquells factors derivats de l'anàlisi externa en amenaces i oportunitats, així com aquells derivats de l'anàlisi interna, en fortaleeses i febleses de la destinació turística. Aquesta eina és especialment útil a l'hora de confeccionar els objectius estratègics i els programes operatius del destí, així com per a poder definir les mesures i accions del pla.
- ii) Per a explicar el diagnòstic DAFO s'ha desenvolupat l'exemple fictici d'un municipi de menys de 500 habitants de la Comarca dels Serrans (València) amb un turisme rural, essencialment turisme de naturalesa (ecoturisme) i amb una interessant oferta de turisme actiu i d'aventura. La informació derivada d'aquest quadre pot permetre al municipi concretar plans d'acció amb objectius diversos:
- iii) Oportunitats: Són factors de l'entorn que poden permetre al municipi beneficiar-se a nivell turístic, sempre que desenvolupe accions relatives a aquests.
- iv) Amenaces: Són factors externs han de ser tinguts en compte pel municipi a l'hora de desenvolupar activitats per a pal·liar el seu efecte sobre el turisme.
- v) Fortaleeses: Són factors propis del municipi que conformen l'avantatge competitiu d'aquest, és necessari continuar desenvolupant activitats perquè continuen sent punts forts de l'oferta.
- vi) Febleses: Aquest punt és probablement el més important del DAFO, ja que permet identificar punts de millora en els quals el municipi ha d'invertir esforços i articular mesures per a eliminar els aspectes negatius del seu model turístic i, en definitiva, poder millorar la seua posició competitiva.

DEBILITATS	FORTALESES
.- Descoordinació interna entre departaments tant a nivell de gestió de la destinació, com en coordinació d'iniciatives, creació de grups de treball, definició de funcions, etc. .- Patrimoni històric i natural no rendibilitzat adequadament. .- Dificultats de connexió entre els municipis que implica una sèrie de dificultats de gestió i de coordinació. .- Deficient comercialització i promoció de l'oferta turístico-cultural i d'oci. .- Falta innovació empresarial a causa de l'absència de polítiques adequades. .- Poc o nul aprofitament turístic de les zones agràries (agroturisme), d'una terra amb una alta fertilitat i productes tan nostres com la taronja. .- Desplaçament del comerç local per les grans superfícies comercials, disminuint els productes de proximitat.	.- Zona turística en consolidació (no partim de zero) .- Atractiu de les Platges properes, de referència per la seua qualitat amb el distintiu de Bandera Blava i Q de qualitat. .- Presència de patrimoni natural-paisatgístic d'alt valor. .- Valor històric de la zona, per la presència i importància de les diferents civilitzacions. .- Patrimoni monumental, civil i religiós de gran valor. .- Presència de nombroses Rutes Turístiques d'alt potencial, relacionades tant amb elements patrimonials i històrics, com amb els recursos naturals locals. .- Importància de la Música, a través de la Societat Musical i els 2 festivals de música anuals. .- Oferta de bars- restaurants a preus assequibles.

.- Monocultiu turístic centrat en l'oferta de sol i platja. .- Baix grau d'inserció d'elements típics de la cultura local en l'activitat turística. .- Escassa oferta d'allotjaments rurals. .- Poc control de l'oferta reglada i no reglada. .- Escassetat d'empreses dedicades a productes turístics alternatius. .- Feble orientació turística de les instal·lacions esportives en general. .- Escasses vies urbanes orientades a l'ús ciclista o altres activitats esportives.	.- Presència de gastronomia pròpia, diferenciada. .- Captació creixent d'un mercat de tercera edat (turisme social). .- Cobertura de la informació turística a través de l'oficina d'informació turística, situada al mateix Museu. .- Adhesió al SICTED-Gandia .- Certificacions de qualitat turística: Museu
AMENACES .- A causa de la deficient xarxa de comunicacions, pot produir-se una limitació en la mobilitat de turistes. .- Pèrdua gradual de personalitat de l'oferta complementària esportiva, cultural i d'oci local, en benefici de franquícies i marques internacionals.	OPORTUNITATS .- Potenciació turística del patrimoni intangible del municipi: Porrats, Festivals de Música, Gastronomia, Bandes de Música, etc. .- Prop de corredors mediambientals, culturals i patrimonials (Via Verda del Serpis, Territori Borgia,...)

.- Escassa cooperació intermunicipal. .- Alta competitivitat de destinacions turístiques emergents. .- Interessos confrontats entre municipis de l'interior i del litoral. .- Manca d'un sistema de transport comarcal i intercomarcal.	.- Usos turístics diversificadors: turisme esportiu, excursioniste, artístic, gastronòmic, tercera edat,... .- Desenvolupament d'una oferta complementària d'interior de qualitat i alienació amb l'oferta del litoral. .- Millorar la competitivitat de les pimes comercials amb les TIC i amb programes de formació i de treball en xarxa que donen valor als canals curts de comercialització. .- Desenvolupament de programes de col·laboració amb les universitats i adaptació de postgraus a la realitat local. .- Millora de les comunicacions comarcals i supracomarcals. .- Fomentar la visió conjunta del territori (la comarca) i noves fórmules de cooperació intermunicipal. .- Diversificació de l'agricultura cap a l'agroturisme i les experiències vivencials del món rural.
---	--

2.4. Objectius

Pres com a referència el diagnòstic i anàlisi realitzada, es tracta, ara, d'identificar els objectius estratègics que han de guiar el full de ruta en la qual consisteix el pla i que es concretaran en els programes operatius que s'exposen en el següent punt. No s'ha d'oblidar que, per a la satisfacció d'aquest full de ruta, serà necessària la implicació de tots els agents, públics i privats, presents en el municipi, així com de tota la col·laboració interadministrativa.

Doncs bé, tal com assenyalava el preàmbul del Decret 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana, la Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana, és una norma innovadora que garanteix la sostenibilitat, la qualitat i la competitivitat del model turístic, superant l'estricta concepció de sector turístic i enfortint amb això la denominada economia turística, entesa com les repercussions d'aquesta activitat sobre el conjunt de transversalitats tant d'ordre social com cultural, institucional, territorial i mediambiental.

Dins, per tant, d'aquest marc, pot assenyalar-se un objectiu estratègic general del pla:

“Consolidar un model turístic sostenible, inclusiu, intel·ligent i de qualitat, que conduïsca a un increment de la competitivitat turística municipal i a un augment de la quantitat i qualitat de l'ocupació turística, en definitiva, a una millora significativa de l'economia turística del municipi, articulant degudament tots els seus factors i la necessària col·laboració públic-privada”

Això és, si cap, més necessari després de la crisi sanitària que hem patit i de l'actual crisi energètica i climàtica. Es persegueix, per això, una ineludible reactivació i reposicionament del turisme a través d'un pla que pretén impulsar un nou model de turisme.

L'Ajuntament de Potries actua com agent dinamitzador de l'activitat econòmica turístico-cultural de Potries; assessorant a les persones que volen crear una nova activitat empresarial i donant suport a les empreses existents, cercant vies de finançament per a invertir, a través d'ajudes públiques o privades; gestionant recursos ocupacionals per a promoure nous llocs de treball i amb especial atenció als col·lectius més vulnerables; acompanyant en itineraris formatius per a afavorir la inserció social i laboral i millorar la formació contínua de les empreses existents; creant i gestionant projectes de desenvolupament local des de l'ajuntament i amb el suport de la Mancomunitat de Municipis de la Safor; que incidisquen directa o indirectament en millorar la igualtat d'oportunitats laborals; així com la creació de sinèrgies amb altres sectors, donada la visió global de l'ajuntament, al treballar en molt projectes d'àmbit multisectorial.

Amb tot el descrit, és necessari l'impuls del sector turisme local i –indirectament– comarcal. Des de les diferents àrees de la corporació es generen nous projectes municipals, així com s'analitzen les possibilitats de futur.

Es treballa local i comarcament, en una planificació i redacció de noves iniciatives, a partir d'informació actualitzada i compartida, per captar nous plantejaments i recursos innovadors, a partir d'una sèrie d'**objectius generals**:

- **dinamitzar l'activitat econòmica del municipi**, utilitzant com un dels motors locals, el desenvolupament turístic, sota paràmetres de sostenibilitat i responsabilitat social, permetent un creixement durable, continuat en el temps i respectuós amb els recursos existents.

- la **planificació del desenvolupament turístic** de Potries es realitza sempre des d'una escala municipal i supramunicipal (mancomunada), atès que la demanda turística no coneix de fronteres locals i durant l'estada de les persones que ens visiten, aquestes poden gaudir de diferents recursos ubicats en diferents punts de la comarca.
- **cultura, turisme, història i naturalesa** es converteixen en elements clau per al desenvolupament turístic de Potries, complementant-se amb l'oferta litoral del sol-i-platja.

Des de la FVMP es plantegen uns objectius estratègics que permeten la consecució dels objectius generals establerts, que haurà de dur-se a terme partint del plantejament d'una sèrie d'objectius estratègics concrets que, a través dels corresponents programes operatius, permetran la posada en marxa del Pla. Atès que Potries aposta per un model de turisme intel·ligent, les accions per a la posada en marxa del pla es basaran en el model DTI-CV d'Invattur, que li permetran anar millorant i avançant de nivell en la xarxa.

Aquests objectius estratègics són:

1. Enfortir les capacitats del municipi com a destinació turística, millorant els instruments de governança, amb la implicació de tots els agents (públics i privats).
2. Impulsar l'eficiència energètica i l'economia circular en el municipi i en el seu sector turístic, incorporant de manera efectiva la sostenibilitat en la gestió dels recursos, infraestructures i productes turístics del municipi.

3. Consolidar el municipi com una destinació turística intel·ligent, incorporant de manera efectiva la digitalització en la gestió dels recursos, infraestructures i productes turístics.
4. Configurar el municipi com una destinació turística fins i tot i accessible.
5. Augmentar els nivells de qualitat dels recursos i productes turístics, a través de valors ètics, sostenibles i inclusius, així com de destí segur, incrementant la competitivitat de la destinació turística i millorant l'ocupació.
6. Augmentar els nivells de coneixement i professionalització dels gestors públics i privats del sector turístic.
7. Millorar el posicionament del municipi com a destinació turística, a través d'una innovadora promoció, comercialització i màrqueting digital.

2.5. Programes operatius i propostes de mesures

Una vegada realitzat el diagnòstic del destí i anàlisi de la situació, amb l'anàlisi DAFO, per a aconseguir els objectius estratègics establits s'han d'establir els corresponents programes operatius, que han de ser coherents amb els objectius i que integren el conjunt de mesures i accions objecte de la planificació.

A més d'identificar les corresponents mesures que integren cada programa és recomanable realitzar una breu descripció d'aquestes, segregant les diferents accions que han de dur-se a terme, així com els principals elements que la condicionen, és a dir, els agents implicats, el pressupost, la fase temporal d'execució i, finalment, indicadors de seguiment.

Totes aquestes qüestions respecte de cada actuació o mesura poden realitzar-se amb divers format. No obstant això, per la seua claredat expositiva, es recomana elaborar unes senzilles fitxes per cada actuació, d'igual manera es recomana que les diferents fitxes de cadascun dels programes se situen en un annex al final del pla, la qual cosa donarà una millor i més clara imatge del contingut d'aquest.

Entre els elements que condicionen cada actuació o mesura, tres d'ells revisten especial importància i poden no resultar de fàcil determinació: els indicadors de seguiment, el pressupost, la fase temporal d'execució. Per això, és convenient explicitar, de la forma més clara i simple possible, els criteris que s'han utilitzat per a la seua concreció.

-Quant als indicadors de seguiment

Es tracta de l'element essencial per al mecanisme de control i avaluació del compliment dels objectius del pla. Es recomana utilitzar indicadors quantificables i el més clar i senzill possibles. En la relació d'exemples de fitxa d'actuacions que s'exposa com a annex, s'indiquen alguns exemples d'indicadors perquè servisquen d'orientació en la completa elaboració de fitxes.

A més, en el pla d'acció de màrqueting s'inclou una possible taula d'indicadors i metes com a mecanisme de control.

-Quant al pressupost d'execució

Es tracta del cost pressupostari adicional que suposa al Municipi l'execució de l'actuació prevista. Les variables que ací es relacionen són dues. D'una banda, la magnitud de la quantia i, d'altra banda, si es tracta d'actuacions a executar en curt o mitjà termini.

1r. Magnitud del cost

Cost No Significatiu: l'execució o bé no requereix cost adicional per al municipi o bé aquest no és significatiu per al pressupost municipal.

Cost Menor: es pren de referència el límit dels contractes menors, això és, quan l'execució de l'actuació requereix d'un pressupost inferior a 15.000 € (sense computar IVA).

Cost Significatiu: quan l'execució requereix de pressupost superior a 15.000 € (sense computar IVA).

2n. Termini d'execució

Es consideren dos tipus de pressupostos:

pressupost a curt termini (12 mesos com a màxim) i

previsions pressupostàries a mitjà termini (superior a 12 mesos).

-Quant a la fase temporal d'execució

D'acord amb els criteris establits, les previsions del pla aconseguixen un mínim àmbit temporal, això és, 3 anys. D'aquesta manera, s'estableixen 3 fases dins de l'horitzó temporal d'execució del pla, fases que es corresponen, per tant, amb cadascun dels tres anys:

<i>FASE 1 (año 1)</i>	<i>FASE 2 (año 2)</i>	<i>FASE 3 (año 3)</i>
-----------------------	-----------------------	-----------------------

Per tant, les mesures i actuacions previstes s'han de diversificar temporalment, determinant el seu moment de posada en marxa i desenvolupament. Evidentment, hi haurà alguna actuació que es desenvoluparà al llarg de les tres fases del pla o en moments concrets de cadascuna d'elles.

En aquest últim sentit, les mesures que s'incorporen al programa de promoció i comunicació dels recursos turístics (pla de màrqueting) tenen una clara singularitat quant a les seues fases temporal d'execució, ja que són mesures que, normalment, s'han de realitzar en totes les fases, encara que en moments determinats.

La concreció d'aquest aspecte temporal respecte de cadascuna de les mesures i actuacions, i per a la seua clarificació, condueix a l'elaboració d'un cronograma. En aquest pla s'incorpora, com a punt VI, una matriu de cronograma general per a totes

les actuacions dels diversos programes, diversificat en virtut de les tres fases del pla, així com una matriu de cronograma específic per a les accions de màrqueting diversificat per mesos d'una anualitat.

Per a major clarificació, també s'incorpora com a annex un quadre-resum amb totes les accions proposades per al seu emplenament quant a la temporalitat i al pressupost.

A continuació, incloem un model simple de fitxa per actuació, la relació completa de la qual es recomana incloure com a annex al final del pla.

MODEL DE FITXA PER ACTUACIÓ

PROGRAMA.		
ACTUACIÓ.		
DESCRIPCIÓ		
ACCIONS		
AGENTS INVOLUCRATS		
PRESSUPOST		
ESCENARI TEMPORAL D'EXECUCIÓ		
FASE 1 (any 1)	FASE 2 (any 2)	FASE 3 (any 3)
INDICADORS DE SEGUIMENT		

2.5.1. Programa de governança turística

El pla estratègic es durà a terme a través de mecanismes i processos de governança col·laborativa i multinivell, implicant a tota la població resident, turistes i agents econòmics i socials. D'aquesta manera, es posarà en pràctica un sistema de seguiment del pla, assegurant la participació i transparència en la seua execució. A més, el pla estarà disponible en la web municipal.

Aquest sistema de governança es basarà en mesures d'organització, de procediments i també en mesures d'actuació directa per a recollir l'opinió dels destinataris, presencials i telemàtiques.

ACTUACIONS/MESURADES

A) respecte de les primeres, poden seleccionar-se aquestes actuacions:

1. Impuls de la labor de la Comissió Interdepartamental de Turisme de l'Ajuntament, òrgan de participació en els processos municipals de presa de decisió en el sector turístic. A més, aquest òrgan també tindrà per objecte la coordinació en matèria de turisme de totes les regidories i departaments afectats.
2. Posada en marxa d'un Fòrum de participació turística. Aprofitar el dinamisme associatiu del municipi per crear experiències integradores turístiques amb els visitants.
3. Realització de campanyes d'informació i celebració de jornades per a estimular la participació i sensibilització turística de la ciutadania.
4. Implicar a les empreses en esdeveniments culturals i esportius i projectes turístics del municipi a través dels seus programes de Responsabilitat Social Corporativa (RSC) per a accions de patrocini, co-brànding, etc.

B) Referent al segon tipus de mesures, poden seleccionar-se les següents accions:

1. Enquesta en línia oberta a la població resident, agents econòmics i turistes.
2. Realització de qüestionaris en format paper.
3. Posada en funcionament d'un correu electrònic, visible i accessible des de la web, per a la recollida d'idees i suggeriments.
4. Participar en la Junta Rectora del Paratge Natural del riu Serpis, per a implementar propostes de desenvolupament turístic sostenible.
5. Consulta a altres administracions públiques implicades (mancomunitat, Diputació Provincial, Turisme Comunitat Valenciana).

2.5.2. Programa transició verda i sostenible

L'article 28 de la LTOH, assenyala que la naturalesa turística dels municipis de la Comunitat Valenciana imposa que aquests hagen d'orientar la prestació dels seus serveis, ens altres aspectes, cap a la salvaguarda del medi ambient i els valors ecològics com a actiu turístic del territori valencià. D'aquesta manera, en aquest programa operatiu pot assenyalar-se les següents possibles actuacions seleccionables.

MESURES/ACTUACIONS

1. De transició ecològica i energètica

1.1. Implantar eines tecnològiques per a monitorar el consum d'aigua i millorar l'eficiència energètica, a través de l'ús de sensors en els edificis públics turístics (museu, escola-taller, ajuntament,...), il·luminació de carrers, i sistemes de reg de jardins i zones verdes.

1.2. Impulsar la transició de l'Ajuntament cap a consum energètic 100% procedent d'energies renovables. Continuar amb l'impuls de la Comunitat Energètica Local, a través de la implantació progressiva del PECEL (Pla Estratègic de la Comunitat Energètica Local).

1.3. Control i monitorització de la tecnologia led en l'enllumenat públic.

1.4. Continuar amb la política municipal de gestió de residus que promoga el reciclatge, seguint el Pla Local de Gestió de Residus de Potries.

2. De mobilitat sostenible

2.1. Conversió en zona de vianants del centre històric, en particular de les places principals i els carrers que tenen accés a aquestes.

2.2. Potenciació d'una xarxa de carrils-bici supra-local.

2.3. Establiment de places d'aparcament amb recàrrega per a vehicles elèctrics.

2.4. Potenciació de camins, sendes i vies pecuàries per a connectar recursos turístics.

2.5. Implantar una plan de mobilitat turística sostenible.

3. D'impuls a l'ecoturisme i de sostenibilitat del patrimoni natural i cultural

3.1. Elaborar i posar en marxa projectes d'interpretació i divulgació del patrimoni cultural i natural, i executar les infraestructures necessàries com a miradors o panells interpretatius, entre altres.

- Reinterpretació de La Ruta de l'Aigua

- Catàleg d'arbres i arbredes singulars

3.2. En l'àrea naturals protegida del riu Serpis, elaborar guies d'albirament d'ocells i millorar l'accessibilitat i l'entorn de l'Observatori d'Aus.

3.3. Actuacions de millora i homogeneïtzació de la senyalització dels recursos turístics del patrimoni natural i cultural.

3.4. Creació d'un Pla de Conservació i Manteniment dels recursos turístics del patrimoni natural i cultural. Posada en marxa d'accions periòdiques i regulars de manteniment i neteja de tots els recursos turístics que ho necessiten.

4. De sensibilització i implicació d'empreses, residents i turistes

4.1. Promoure el lliurament de premis a empreses turístiques per la posada en marxa d'iniciatives sostenibles, a través experiències basades en valors locals.

4.2. Campanyes de sensibilització sobre l'ecoturisme: difondre bones pràctiques ambientals entre el sector privat i residents per a reduir l'impacte de l'activitat turística en els ecosistemes naturals.

4.3. Accions per a implicar els turistes i visitants en la protecció i conservació dels recursos locals, mitjançant la seua utilització responsable i sostenible, a través de diferents mitjans com l'edició de material promocional o la realització de tallers o eixides de camp.

5. Altres actuacions (adhesions a pactes i aliances)

5.1. Adhesió al Pacte Valencià per al Desenvolupament Sostenible i animar a les associacions empresarials que declaren el seu compromís amb aquest.

5.2. Adhesió a l'Aliança de Ciutats pel Desenvolupament Sostenible, i la posada en marxa de campanyes d'informació i sensibilització sobre els 17 ODS en els municipis.

5.3. Adhesió a la Xarxa Tourist info.

5.4. Col·laboració amb la Mancomunitat de Municipis de la Safor amb el desenvolupament del Pla de Dinamització i Governança Turística de la Safor.

2.5.3. Programa transició digital

La transformació digital és una necessitat i una oportunitat per a la millora en productivitat, competitivitat i creixement del sector turístic. Com assenyala Turisme Comunitat Valenciana en la Guia per a la Transformació Digital de l'Empresa Turística “el sector turístic es troba immers el ple procés de transformació per la incorporació de noves tecnologies, intel·ligència artificial i tractament de dades”.

A més, els municipis destinataris d'aquesta guia-model de pla estratègic de turisme han de complir el requisit de pertànyer a la Xarxa DTI-CV, almenys en el seu nivell 1. Aquest requisit condiciona les actuacions i mesures que poden ser seleccionades en aquest programa operatiu.

En definitiva, amb aquest programa es pretén posar en marxa un conjunt de mesures que servisquen per al disseny d'eines per a la consolidació progressiva d'un destí intel·ligent.

MESURES/ACTUACIONS

1. Impulsar la participació activa en la RDTI-GV per a incrementar el nivell de reconeixement
2. Desenvolupar una estratègia de comunicació digital del municipi a través de diferents canals: portal Web, App, xarxes socials i portals específics de recursos (per exemple: senderisme).
3. Posada en marxa d'un sistema digital d'interacció amb visitants, turistes i residents (recollida de dades, prestació de serveis, seguiment de paràmetres ambientals i sanitaris, etc.).

4. Implantar sensors en edificis públics turístics (museu, escola-taller, ajuntament, etc), i en espais a l'aire lliure per a esdeveniments concrets com, Porrat de Sant Blai, Potries Music Fest.
5. Sensibilitzar a les empreses turístiques del destí perquè faciliten l'accés a Internet lliure via wifi dins dels seus establiments
6. Programes d'alfabetització digital d'emprenedors locals en turisme: formació en habilitats digitals.
7. Produir recursos interpretatius innovadors com les visites virtuals i realitat augmentada en centres històrics i edificis emblemàtics.
8. Impuls digital en la prestació dels serveis d'informació turística, a través de la Xarxa Tourist info, mitjançant la col·laboració institucional entre entitats locals i Turisme Comunitat Valenciana, introduint tecnologies innovadores que permeten millorar la informació i fer-la més accessible.

2.5.4. Programa destí inclusiu i accessible

En aquest àmbit pot prendre's com a referència els manuals de bones pràctiques per a respondre a les preguntes freqüents que es fan els professionals del sector turístic a l'hora de crear instal·lacions, productes i serveis accessibles que ha elaborat Turisme Comunitat Valenciana i PREDIF (Plataforma Representativa Estatal de Persones amb Discapacitat Física).

La inclusió i l'accessibilitat afecta a tota la cadena de l'experiència turística, i la seua presència ha d'estar al llarg de tota l'execució de la planificació, establint actuacions que aconseguisquen tot el seu àmbit temporal, involucrant a tots els agents del sector.

MESURES/ACTUACIONS

Les mesures i actuacions que poden seleccionar-se en aquest programa són:

1. Millora de les condicions d'accessibilitat visual, auditiva i cognitiva de tots els recursos turístics de primer ordre.
2. Facilitar l'orientació pel municipi mitjançant actuacions de millora de la senyalització turística per als vianants i inclusió de criteris d'accessibilitat.
3. Millorar l'accessibilitat de les aplicacions web de promoció turística i de la web institucional.
4. Millora de les condicions d'accessibilitat i de la seua gestió en esdeveniments culturals, festius i esportius.

5. Involucrar al sector privat en el desenvolupament d'actuacions en favor de l'accessibilitat
6. Participació en els programes d'ajuda de la Comunitat Valenciana per a entitats locals en matèria d'inclusió i accessibilitat, presentant i/o col·laborant amb el sector privat en projectes de millora de l'accessibilitat subvencionables.
7. Difusió entre el sector dels Manuals de Bones Pràctiques de Turisme Accessible.

2.5.5. Programa qualitat en destí i competitivitat

Sens dubte, contribueixen d'una manera significativa a la transformació i modernització del sector turístic, augmentant la seua competitivitat i resiliència, tant la seua sostenibilitat com la seua digitalització. No obstant això, reforçar la qualitat de l'oferta turística globalment considerada també és un factor favorable i essencial per a la competitivitat del destí, així com mantindre al municipi dins dels paràmetres de seguretat. Per això, l'augment dels nivells de qualitat dels recursos i productes turístics s'estableix com un dels objectius estratègics.

MESURES/ACTUACIONS

Les mesures i actuacions que poden seleccionar-se en aquest programa són:

1. Continuar amb la seua integració en el Sistema Integral de Qualitat Turística Espanyola en Destinacions (SICTED), amb Gandia, i en col·laboració amb Turisme Comunitat Valenciana.
2. Ajudar a la mancomunitat a impulsar un òrgan gestor que dinamitze un sistema de qualitat.
3. Consolidar i augmentar el nombre de recursos i serveis turístics amb certificació de qualitat, conforme als models reconeguts pel programa Qualitur de Turisme Comunitat Valenciana (Museu, Escola-Taller, etc.)
4. Fomentar entre el sector turístic local la certificació en qualitat.
5. Desestacionalització i diversificació. Desenvolupar nous productes turístics i millorar la capacitat del destí per a aconseguir una oferta diversa i una demanda desestacionalitzada (com a exposicions, fires gastronòmiques, mercats ambulants de

productes locals, etc.), i impulsant noves experiències de turisme actiu i de turisme familiar.

- Biennal de Ceràmica
- Noves experiències turístiques vivencials que naisquen des del teixit associatiu: Banda de Música, Tries Titelles, La Madrilla, etc.
- Aprofitar el centre històric de Potries, potenciant l'arquitectura popular i la influència de personatges / famílies històriques com els Borja, els Centelles, els Boamit, etc
- Agroturisme.
- Potenciació de l'Escola-Taller de Ceràmica des del punt de vista turístic.

6. Elaborar un inventari complet, exhaustiu i sistemàtic dels recursos turístics, millorant la seua senyalització, manteniment i protecció, especialment dels recursos turístics de primer ordre.

7. - Respectant les diferents figures de protecció, i les normatives d'ús aplicables en cada cas, es considera interessant dur a terme actuacions que fomenten la posada en valor turístic del riu Serpis, els paratges naturals de muntanya i l'horta.

8. Creació d'entitats de custòdia del territori, per gestionar espais naturals privats de gran interès, així com catalogació i protecció d'arbres i arbredes singulars.

9. Potenciació turística del patrimoni intangible del municipi: Porrats, Festivals de Música, Gastronomia, Banda de Música, etc.

10. Potenciació de figures de protecció patrimonial local (BRL), supralocals (BIC),..., tant del patrimoni material com immaterial; i cooperant a nivell comarcal.

11. Potenciació de contenidors etnogràfics: el museu Cassoleria d'Àngel Domínguez i la seua col·lecció museogràfica, que ajuda a entendre el sentiment d'identitat del municipi.

12. Desenvolupar i presentar projectes innovadors als Premis Turisme Comunitat Valenciana, en qualsevol de les seues categories: formació, investigació, promoció, sostenibilitat, RSC i turisme inclusiu.

13. Organitzar tallers dirigits a l'Ajuntament i al sector per a impulsar el mesurament de la petjada de carboni del destí i establir metes per a la seua reducció, en col·laboració amb el Centre d'Educació Ambiental de la Comunitat Valenciana (CEACV) i Turisme CV.

2.5.6. Programa formació i qualificació de recursos humans

Amb un indiscutible efecte sobre la qualitat i competitivitat de la destinació turística, aquest programa pretén complir amb l'objectiu d'incrementar el coneixement i la qualificació de les persones que intervenen en la gestió turística, tant des d'instàncies públiques com des dels diferents agents privats. Per tant, amb les actuacions que es proposen en aquest programa es tendeix a incrementar la formació i professionalització tant de tècnics i personal municipal com del personal al servei de les empreses del sector turístic, així com de sectors complementaris.

La labor del municipi en aquest àmbit és important, però és igual o més important la participació del municipi en les diferents iniciatives i programes de formació turística que existeixen, especialment les instades per Turisme Comunitat Valenciana o per altres organismes autonòmics, provincials o comarcals.

MESURES/ACTUACIONS

Les mesures i actuacions que poden seleccionar-se en aquest programa es divideixen en tres grans grups:

1. Millor organització i coordinació del personal intern, redistribuint funcions i millorant els processos de comunicació interna.
2. Organització periòdica d'accions formatives (tant presencials com, essencialment, en línia) dirigides al sector turístic, per a la formació i qualificació en eines i tècniques de gestió (de patrimoni, d'ecoturisme, gerencial, de digitalització, de comerç electrònic, d'accessibilitat i atenció al turista, així com sobre diverses experiències turístiques). Es tracta d'actuacions de formació no reglades dirigides al sector públic i al privat (empreses, col·lectius i treballadors), estimulants la implicació activa del tot el sector.

3. Participar de manera activa i periòdica en les iniciatives i programes de formació d'altres administracions públiques, especialment de Turisme Comunitat Valenciana, a través de la Xarxa de Centres de Turisme GV, i dels diversos programes d'ajudes, com el programa de foment del turisme social mitjançant la lluita contra la temporalitat i precarietat laboral en el sector turístic.
4. Informar i facilitar la qualificació professional del personal del sector, afavorint la seua participació en cursos oficials per a l'obtenció de certificats de professionalitat en l'àmbit de l'hostaleria i el turisme.
5. Desenvolupament de programes de col·laboració amb les universitats i adaptació de postgraus a la realitat local. Fomentar contractes de pràctiques remunerades en les empreses del destí d'estudiants de la Xarxa CdT, centres de formació professional i institucions d'ensenyament superior
6. Major col·laboració amb altres entitats del sector: CDT-Alqueria del Duc, guies de turisme oficials de la CV, etc.

2.5.7. Programa promoció i comunicació del recursos turístics (Plan de màrqueting)

Advertiment: en aquest model tipus de pla ja s'ha realitzat l'anàlisi i diagnòstic de la situació, tant extern com intern, així com l'anàlisi DAFO, per això a continuació passem a establir els objectius específics de màrqueting. No obstant això, si s'elaborara de manera independent un Pla de Màrqueting hauria d'integrar també, com a mínim, la corresponent anàlisi de situació (extern i intern) i l'anàlisi DAFO.

7.1. OBJECTIUS ESPECÍFICS

Una vegada analitzat el context i realitzat el diagnòstic de la situació del municipi és necessari fixar els objectius del pla de màrqueting del destí per a poder planificar les estratègies de màrqueting. Els objectius del pla de màrqueting són, en definitiva, els resultats finals que haurien d'aconseguir-se mitjançant la implementació del pla de màrqueting. Aquests objectius han d'estar basats en les línies prioritàries d'actuació derivades de la informació obtinguda en el DAFO. Aquests objectius orientaran el disseny i implementació de les estratègies de màrqueting, per la qual cosa és fonamental la seua correcta definició. Els objectius poden definir-se de manera qualitativa, més relacionats amb les estratègies de màrqueting a llarg termini; i de manera quantitativa, més relacionats amb les accions de màrqueting a curt termini. A continuació, s'exposa diversos exemples d'objectius qualitatius i quantitius per a major comprensió:

A) Objectius qualitius:

- Posicionar el municipi com un destí intel·ligent.
- Millorar la qualitat de l'experiència del visitant.

- Construir la identitat de marca de la nostra destinació turística basant-nos en l'autenticitat dels nostres recursos turístics culturals.
- Dinamitzar l'oferta amb recursos endògens i de qualitat, basant-se en valors culturals, naturals i mediambientals.
- Dirigir-nos al segment 'single' (o a altres segments específics).
- Incorporar de manera efectiva la sostenibilitat i la digitalització en la gestió dels recursos, infraestructures i productes turístics del municipi.
- Incentivar l'ús de les Tics per a major competitivitat en la promoció i màrqueting digital de la destinació turística.

B) Objectius quantitatius

- Incrementar el nombre de visitants el cap de setmana en un 20%.
- Augmentar la rendibilitat del sector un 5% amb una major despesa turística per visitant.
- Aconseguir un augment de pernoctacions més a l'any (increment del 20%).
- Incrementar el trànsit en la nostra pàgina web un 30%.

Mecanisme de seguiment i control

Una vegada establits els objectius és primordial articular una sèrie de mecanismes de seguiment, avaluació i control per a valorar en quina mesura s'han aconseguit aquests objectius, i, sobretot, poder diagnosticar les raons per les quals no s'han aconseguit. En aquest cas, els gestors del destí han de posar l'accent a intentar buscar indicadors el més objectius possibles que permeten avaluar el grau de consecució dels objectius proposats. És, per tant, fonamental establir indicadors adequats i, sobretot, metes realistes i assolibles donades les accions de màrqueting proposades. A continuació, s'inclouen diversos exemples d'objectius de màrqueting, indicadors i metes.

Exemples d'objectius, indicadors i metes del pla de màrqueting

Objetivo	Indicador	Meta
"Augmenta el nombre de pernoctacions en el municipi en la temporada d'estiu en un 10%".	Pernoctacions establiments hotelers, càmpings, apartaments turístics, etc.	+ 10% interanual (respecte a l'estiu anterior)
"Incrementar la duració de l'estada mitjana en establiments hotelers, en dos dies, entre turistes residents a Espanya".	Estada mitjana en establiments hotelers.	+ 2 dies interanual (respecte a l'estiu anterior)
"Augmentar la rendibilitat (econòmica) de les empreses turístiques del municipi un 5%".	Rendibilitat econòmica (ROA)	+ 5% interanual (respecte a l'estiu anterior)
"Obrir un punt d'informació turística en el nostre municipi, amb almenys 5.000 visites a l'any".	Nombre de visitants al punt d'informació.	5.000 visites el primer any
"Promoure la millora en els serveis i activitats turístiques municipals"	Puntuació en enquesta de qualitat implementades pel propi consistori	Millora continuada d'estàndards de qualitat.
"Promoure la millora en els serveis i activitats turístiques privades"	Puntuació en enquesta de qualitat del servei en establiments associats.	Millora continuada d'estàndards de qualitat.

7.2. ESTRATÈGIES

A continuació, i abans de proposar les accions operatives del nostre pla de màrqueting és important que els gestors de la destinació turística en qüestió reflexionen sobre diversos aspectes estratègics del pla de màrqueting. Aquestes qüestions estratègiques a nivell de màrqueting han de ser coherents amb les línies que promou la pròpia normativa.

En aquest punt és interessant ressaltar la coherència existent entre les línies estratègiques proposades per la Generalitat Valenciana a nivell turístic i els eixos estratègics a nivell nacional proposats per Turespaña per al trienni 2021-2024, que es poden resumir en:

- Fomentar la recuperació de demanda turística de qualitat.
- Promoure la sostenibilitat social de les activitats turístiques.
- Promoure la sostenibilitat mediambiental com a atribut diferenciador.
- Promoure la sostenibilitat econòmica promovent el turisme de qualitat i d'alt valor afegit.

Tenint en compte aquestes línies estratègiques, aquesta guia descriurà dues eines de màrqueting fonamentals com són: l'estratègia de segmentació dels turistes i l'estratègia de posicionament de la destinació turística.

Estratègia de segmentació de la demanda

Una de les característiques principals dels mercats turístics és l'alta heterogeneïtat dels turistes, és a dir, la gran varietat de tipus de turistes, motivacions del viatge, necessitats, etc. Aquesta gran complexitat exigeix que els gestors de les destinacions turístiques, en el nostre cas a nivell municipal, compreguen les característiques dels visitants al municipi, les necessitats que busquen satisfer en la visita. La importància de segmentar els mercats turístics ve reflectida en el Pla estratègic de turisme de la Comunitat Valenciana 2020-2025, tant en l'objectiu complementari 5 ("Potenciar la complementarietat dels productes turístics segons temporades i segments") així com en la línia estratègica 4 ("Impuls de la segmentació de mercats turístics").

Aquest procés de segmentació suposa establir criteris per a seleccionar als turistes per a poder desenvolupar productes i programes de màrqueting adaptats a cadascun d'aquests segments. Entre els criteris de segmentació bàsics destaca:

-Criteris relatiu al benefici buscat pel turista:

Per què el turista ha triat aquesta destinació turística i no un altre?

-Criteris relatius al comportament del turista:

Quin tipus de serveis consumeix en el destí? amb quina freqüència visita?

-criteris relatius a les característiques del turista (sociodemogràfiques, psicogràfiques, etc.).

Una vegada els gestors municipals han definit les característiques dels segments òptims per al destí en qüestió és primordial que es desenvolupen accions de màrqueting específiques relatives a cadascun d'aquests segments. Això significa que les destinacions turístiques han de tenir clars per endavant el perfil del visitant i les necessitats que pretenen satisfer amb la visita per a desenvolupar una oferta i accions coherents i específiques.

A nivell aplicat existeixen diversitat de classificacions de tipologies de segments de turistes, com les classificacions més tradicionals: -Turisme familiar, -Turisme de negocis, -Turisme sènior, -Turisme d'aventura en grup, etc .

Així mateix, és important destacar les noves tendències turístiques post pandèmia que ha afavorit a aquelles destinacions turístiques de proximitat (nacional) centrats en la sostenibilitat (allunyats del turisme de masses) el que suposa una important

oportunitat per a destinacions turístiques xicotetes amb patrimoni natural, gastronòmic i cultural.

La idea fonamental que ha d'extraure's d'aquesta secció és que cada destinació turística, especialment els xicotets municipis, han de segmentar el mercat turístic tenint en compte l'oferta turística disponible per a poder oferir productes i serveis adequats i realitzar accions de màrqueting apropiades per a cada segment.

Estratègia de posicionament

El posicionament d'una destinació turística és la imatge que evoca aquesta destinació turística en els turistes que ho visiten i en els seus potencials visitants. El posicionament clar d'un destí és una peça clau a l'hora de diferenciar-se de la competència.

La construcció de la base del posicionament d'un destí és clau per a recuperar la competitivitat d'aquest. En aquesta línia, el Pla de màrqueting post COVID-19 de la Comunitat Valenciana proposa estratègies de posicionament i comunicació, entre altres, en els següents nínxols: Turisme Familiar, Turisme Accessible o Turisme Sènior. Així com la col·laboració entre els diferents grups d'interès (marques provincials, municipis i associacions empresarials, etc.) per a treballar de manera conjunta i coherents per a establir un posicionament favorable en aquest context post COVID-19.

Per a poder desenvolupar una estratègia de posicionament concreta és necessari seguir una sèrie d'etapes:

1r. Identificar el millor atribut/característica del nostre destí (el més valorat pels visitants).

2n. Conèixer la posició dels nostres competidors en relació a aquest atribut/característica.

3r. Decidir la nostra estratègia segons el nostre avantatge competitiu.

4t. Comunicar aquest posicionament al mercat. Malgrat existir diverses estratègies de posicionament d'un destí, en aquest cas ens centrarem en les següents:

a) Enfortir el seu propi posicionament: El municipi ha de tindre una posició de partida favorable, és a dir, una imatge clara i coherent que li conferisca un avantatge competitiu.

b) Buscar una posició en el mercat: En aquest cas, el municipi hauria d'analitzar aquelles característiques i/o atributs que valoren els turistes, i que no siguin oferides en altres municipis competidors.

7.3. PLA D'ACCIÓ (MÀRQUETING-MIX)

El pla d'acció de màrqueting-mix integra les eines i actuacions que una destinació turística pretén dur a terme per a poder aconseguir els objectius prèviament establits. És fonamental la coherència entre les accions que componen el pla i les estratègies.

Existeixen diverses aproximacions relatives al màrqueting-mix a nivell turístic. En el nostre cas ens centrarem en un model simplificat donades les característiques dels municipis destinataris d'aquesta guia, diferenciant: accions relatives al producte; accions relatives al preu; accions relatives a la distribució; i accions relatives a la promoció i comunicació.

7.3.1. Accions relatives al producte

El primer conjunt d'accions està relacionat amb el producte turístic ofert en el municipi. Tant el desenvolupament de les noves tecnologies com la globalització han tingut un important efecte sobre estructura de la demanda. És a dir, s'ha produït un canvi important tant en la tipologia de turistes, com en el nombre de segments de turistes. En l'actualitat, aquests turistes tenen unes expectatives més elevades, uns gustos més particulars i una necessitat de viure experiències noves a l'hora de visitar una destinació turística. Això exigeix que els gestors dels destins coneguen la demanda i sobretot innoven de forma continuada. L'acció bàsica que pot seleccionar-se és:

Targeta turística intel·ligent. Targeta i aplicació mòbil que inclouen serveis a nivell municipal oferits tant pel sector públic com per empreses privades. Aquesta targeta podria incloure: i) informació turística actualitzada a temps real, ii) accés WIFI gratuït en el municipi, iii) punt de recàrrega mòbils, iv) informació i reserva en restaurants i allotjaments, v) lloguer de bicicletes públiques, etc.

Existeixen altres accions en aquest àmbit, encara que són de major importància tecnològica, com a Viatges virtuals, experiències interactives i en 3D, o la Realitat augmentada en el destí.

7.3.2. Accions relatives al preu

El preu d'un producte o servei turístic suposa els esforços i sacrificis tant monetaris com no monetàries que el comprador ha de realitzar en contrapartida d'un determinat nivell d'utilitat. Aquesta visió àmplia del preu brinda als gestors municipals

oportunitats per a innovar en relació amb aquest. A continuació, es proposen algunes idees útils relatives a aquesta eina de màrqueting.

1. Paquets de preus per a visites múltiples. Una altra eina interessant és la creació de paquets de preus per a aquells turistes que visiten diversos atractius turístics del municipi. És a dir, crear un preu reduït per a aquells que visiten, per exemple, els tres atractius de la localitat: i) el castell, ii) el museu, iii) el jaciment arqueològic. Mitjançant aquesta estratègia el client anticipa el preu de la visita i té la possibilitat de fer una visita més àmplia del municipi.

2. Rebaixa impositiva en períodes de temporada baixa. Un altre element que un consistori pot utilitzar per a fer costat a les empreses turístiques és la rebaixa d'impostos municipals en temporada baixa. La demanda turística és altament estacional, concentrant-se per Setmana Santa (o en festes patronals) i en els períodes de vacances d'estiu i hivern. Aquesta estacionalitat suposa un important llast per a les empreses privades que volen oferir serveis turístics tot l'any, per la qual cosa una rebaixa impositiva (p. ex., Impost sobre Activitats Econòmiques) durant els mesos de temporada baixa pot afectar positivament l'oferta a nivell local.

Existeixen en aquest àmbit altres accions, com el comparador de preus de serveis en el municipi, en la qual es millora la comunicació relativa als productes i serveis que s'ofereixen en el municipi, posant en marxa una Web on es publicitaren els preus de tots els serveis turístics oferits, tant per empreses privades (p. ex., càmpings, restaurants, turisme actiu, etc.) com a públiques (tarifa museus, etc). Aquesta informació pot ser de gran utilitat per al potencial visitant, així mateix els permetrà triar aquella alternativa de visita que millor s'adapte als seus gustos i pressupost.

7.3.3. Accions relatives a la distribució

Les accions relatives a la distribució del producte turístic són fonamentals ja que serveixen per a posar en contacte als oferents (empreses públiques i privades del municipi en qüestió) amb els demandants (turistes locals, nacions i internacionals). En el sector turístic la distribució sol secundar-se en col·laboradors externs (intermediaris) com poden ser: i) les agències de viatges (tradicionals o virtuals), ii) els brokers o majoristes turístics, iii) els sistemes de distribució global -GDS-. Aquests agents externs permeten arribar a segments que d'una altra manera seria impossible per a un municipi xicotet, no obstant això, incrementen la complexitat i redueixen els marges. En aquest context es proposen dues grans àrees d'acció.

1. Promoure la digitalització a nivell municipal (canal directe). Aquesta primera línia de treball està orientada a aquells segments de mercat que organitzen i adquireixen els seus viatges de manera autònoma. És a dir, aquells turistes que prefereixen dedicar temps a comparar destins i serveis alternatius i, fins i tot, reservar-los i/o abonar-los de manera digital. Aquesta acció és complementària a la de “Comparador de preus de serveis del municipi” ja que suposa eliminar la intermediació tant relatiu a productes i serveis privats com a públics. D'aquesta manera, els turistes podran contractar els serveis de manera directa si el consistori i les empreses turístiques (p. ex., allotjaments, restaurants, etc.) crearen llocs web amb informació turística actualitzada i amb la possibilitat d'adquirir entrades en-línia per a visites (ecommerce).

2. Fer costat al negoci local a accedir als intermediaris (canal indirecte). En molts casos, on solen operar empreses xicotetes de tipus familiar, pot ser necessari acudir a intermediaris que ens ajuden a comercialitzar els productes i serveis turístics del municipi. No obstant això, és especialment complex el treball amb mitjançar-vos turístics, sobretot si la dimensió de les empreses és xicoteta. En aquest context, el

consistori municipal pot jugar un doble paper: i) posar en contacte, coordinar i fer costat a empreses perquè negocien conjuntament acords amb intermediaris i ii) oferir formació específica sobre serveis i avantatges de treballar amb intermediaris.

7.3.4. Accions relatives a la promoció i comunicació

L'últim bloc d'accions correspon a la promoció i la comunicació comercial turística del destí. L'ús d'aquesta eina permet als gestors de destí: i) informar el turista sobre l'oferta turística en el municipi (crear demanda primària), ii) persuadir al visitant de triar el destí davant els seus competidors (crear demanda selectiva) i iii) recordar al visitant els atractius tradicionals i la nova oferta en el destí. Malgrat existir una àmplia gamma d'eines de comunicació (digital i tradicional), és fonamental que existisca coherència entre les diferents accions per a establir un programa de comunicació efectiu i eficient.

A continuació, enumerarem diferents instruments de comunicació que els gestors d'una destinació turística municipal poden utilitzar:

1. Promoció de vendes. La promoció de vendes és el conjunt d'activitats dirigides al client final o als intermediaris del canal de distribució, orientat a incrementar les vendes mitjançant l'ús d'incentius materials o econòmics. Accions de promoció de vendes en l'àmbit turístic poden ser:

-Mostres gratuïtes. El proveïdor de serveis turístics ofereix algun servei sense cost per a promoure la visita al destí. Per exemple, oferir una guia turística i/o una ruta guiada pel fet de registrar-se i visitar el destí.

-Vals descompte. Descomptes o cupons atorgats als turistes en contractar determinats serveis, per a promoure visites a altres recursos o serveis turístics del municipi.

-Paquets de productes (ja citada en les accions relatives al preu). Conjunts de productes que s'ofereixen a un preu més reduït que la seua adquisició individual.

-Obsequis. Producte o servei oferit gratuïtament (o a baix cost) com a incentiu per a adquirir un altre producte o servei. Per exemple, el lliurament d'obsequis (una botella de vi) en finalitzar visites a cellers.

2. **Relacions públiques.** Les relacions públiques inclouen accions que pretenen aconseguir una imatge favorable de la destinació turística a través de la generació d'informació, comunicats i notícies favorables per diversos mitjans. Aquestes accions solen estar dirigides tant a agents interns (p. ex., empleats) com a externs (p. ex., proveïdors, distribuïdors, mitjans de comunicació, etc.) de l'empresa. Algunes d'aquestes accions són les següents:

-Viatges de familiarització (Fam Trips): Una de les eines més usades en el sector són els anomenats viatges de familiarització. En aquest cas, intermediaris o experts són convidats al destí de manera gratuïta per a experimentar els serveis de manera directa, perquè posteriorment el recomanen.

-Fires i exposicions turístiques. La presència en esdeveniments turístics és fonamental per a donar a conèixer els serveis turístics d'un destí com per a millorar els contactes amb potencials col·laboradors, tant a nivell de proveïdors com de distribuïdors.

-Comunicats o notes de premsa. Són comunicacions escrites preparades per membres del consistori i/o gestors de la destinació turística amb la finalitat de transmetre

informació d'accions i/o activitats que tindran lloc en el municipi. L'objectiu de les notes de premsa és atraure a mitjans de comunicació (tradicionals i/o virtuals), mantindre una relació cordial i bidireccional amb ells i confeccionar informació escrita i audiovisual favorable als atractius del destí

3. Publicitat. L'ús de la publicitat suposa la difusió d'un missatge pagat sobre els productes i/o serveis turístics oferits en un determinat destí. Aquesta inversió publicitària pretén, en el curt termini l'augment del nombre de turistes i, en el llarg termini la millora de la imatge del destí i de la confiança dels potencials visitants. La característica principal d'aquesta mena de comunicació és que la informació transmesa és global, impersonal i remunerada a través de mitjans de comunicació. En funció del mitjà de comunicació triat la publicitat pot ser tradicional i digital.

-Accions publicitàries tradicionals. En aquest cas el gestor del destí i/o les empreses turístiques que operen en el municipi poden optar per una gran diversitat de mitjans tradicionals com són: i) mitjans audiovisuals (televisió i ràdio), ii) mitjans impresos (periòdics, revistes), iii) autobusos i parades d'autobusos, iv) publicitat exterior (cartells, tanques publicitàries, rètols lluminosos, banderoles, etc.). En relació a la publicitat és fonamental tenir en compte els objectius de la campanya i el perfil del públic objectiu. Això ens permetrà triar el mitjà de comunicació tradicional més adequat a cada públic per a rendibilitzar de la millor manera la inversió publicitària.

- Accions publicitàries digitals. En aquest cas, la publicitat serà difosa emprant noves tecnologies digitals que permetran, entre altres coses, segmentar d'una forma molt més adequada al públic objectiu. Existeix una gran diversitat de mitjans digitals en els quals es pot publicitar un destí, entre els quals destaquen:

- Xarxes socials (Social Ads).
- Email màrqueting.
- Mobile Ads.SEM (Search Engine Màrqueting, és a dir, màrqueting en motors de cerca).

2.6. Cronograma d'execució i pressupost

Com ja s'ha indicat, les previsions d'execució temporal i de cost de les mesures s'han anat recollint en les diferents fitxes de cadascuna de les actuacions que s'estableixen.

També s'han explicat els criteris utilitzats per a determinar, com a previsió, la fase temporal d'execució, així com la magnitud i termini d'execució del cost.

Com a simple recordatori, aquests criteris són els següents:

-Quant al pressupost o cost d'execució

1r. Magnitud del cost

Cost No Significatiu: l'execució o bé no requereix cost addicional per al municipi o bé aquest no és significatiu per al pressupost municipal.

Cost Menor: es pren de referència el límit dels contractes menors, això és, quan l'execució de l'actuació requereix d'un pressupost inferior a 15.000 € (sense computar IVA). En cas d'obra és menor a 40.000€.

Cost Significatiu: quan l'execució requereix de pressupost superior a 15.000 € (sense computar IVA).

2n. Termini d'execució

Es consideren dos tipus de pressupostos:

pressupost a curt termini (12 mesos com a màxim) i

previsions pressupostàries a mitjà termini (superior a 12 mesos).

-Quant a la fase temporal d'execució

1r. Amb caràcter general, s'estableixen 3 fases d'execució del pla, fases que es corresponen amb cadascun dels tres anys del seu horitzó temporal.

2n. Amb caràcter específic, quant a les mesures que s'incorporen al programa de promoció i comunicació dels recursos turístics (pla de màrqueting) s'estableix una execució temporal anual, diversificada per mesos.

Es recomana recollir tota la informació que, en aquest sentit, s'ha establert en les fitxes d'actuacions i elaborar el corresponent cronograma.

A continuació, reproduïm per al seu emplenament un model de cronograma d'execució de tres fases (diversificades per trimestres), en el qual s'introdueixen les dades dels exemples de fitxes d'actuacions.



ANNEX I: QUADRE-RESUM D'ACTUACIONS SELECCIONABLES PLA ESTRATÈGIC

ANNEX II: CRONOGRAMA

ANNEX III: CRONOGRAMA ESPECÍFIC D'EXECUCIÓ DEL PLA D'ACCIÓ DE MARKETING

2.7. Annexos

2.7.1. Accions evaluables dins de les 100 recomanacions per a les destinacions turístiques de la GVA i dels ODS

EL SECTOR TURÍSTIC LOCAL	
1. Un turisme sostenible i integrat en l'economia local ODS: 2.3 - 2.4 - 8.3 - 8.9 - 9.1 - 9.3	
RECOMANACIONS	POTRIES
1. Impulsar la participació del sector turístic local, així com associacions i activitats relacionades, en clubs de producte impulsats per Turisme Comunitat Valenciana des del programa CreaTurisme	- Allotjament La Cambra integrat en el club de producte Gandia i en el de Temps d'Interior. També ofereix experiències en el programa CreaTurisme. - Adhesió del Museu al programa CreaTurisme PENDENT: Museu: incorporar experiències en CreaTurisme
2. Desenvolupar productes que fomenten els valors de la pesca artesanal i la protecció del medi marí mitjançant el foment d'acords de col·laboració entre empreses especialitzades, associacions mediambientals i pescadors locals	PENDENT: Potencial per col·laborar en la secció de Pesca del Centre Excursionista La Madrilla de Potries.
3. Organitzar jornades i tallers de trobada entre empresaris turístics i sectors productius tradicionals com l'agricultura, l'artesania i el comerç amb la finalitat de promoure la seua integració en la cadena de valor de proximitat del turisme mitjançant la creació d'experiències turístiques amb alt grau d'autenticitat, com l'agroturisme	PENDENT
4. Arribar a acords amb denominacions d'origen i associacions empresarials per al desenvolupament de productes de turisme gastronòmic, amb accions com a tallers entre operadors turístics, comerços i productors, guies per a visitants, inserció de punts de venda de productes locals en establiments turístics, activitats vivencials, etc.,	Es realitzen accions puntuals per part de l'empresariat local: - Vinoteca gourmet de D.O vins valencians en La Cambra casa rural - Productes D.O. i Km 0 en Rte. Cassoleta
5. Organitzar esdeveniments culturals i fires de comerç per a l'impuls dels productes locals i de temporada (artesanies, gastronomia, productes agroalimentaris...) en els quals participen les empreses, associacions i denominacions d'origen. Els esdeveniments poden organitzar-se en temporada baixa per a reduir l'estacionalitat.	Fira Gastronòmica i Artesana, dins del Porrat de Sant Blai (febrer)
6. Impulsar l'emprenedoria i formació professional	Servei municipal d'assessorament a

mitjançant accions coordinades amb entitats supramunicipals com a finestra única, incubadores d'empreses, assessoria experta, gestió de subvencions, etc	través de l'Oficina Tècnica de Desenvolupament Econòmic i Turístic de Potries, la qual forma part de la Xarxa CEEI
7. Participar en projectes de construcció de valors associats a la marca turística de la Comunitat Valenciana com la Xarxa Gastroturística, que promourà la marca L'Exquisit Mediterrani.	PENDENT
2. Innovació i tecnologia per a competir millor i reduir l'impacte ODS: 8.2 - 9.4 - 9.5	
RECOMANACIONS	POTRIES
8. Desenvolupar una estratègia de comunicació digital que, a partir d'un sistema d'informació on es compile tota la informació turística del destí, desplegament continguts digitals de rellevància per als perfils de client del municipi a través dels seus canals: portal Web, App, xarxes socials pròpies i portals de productes de nínxol (BTT, senderisme, per exemple) de tercers.	Estratègia a través de la web turística municipal. MILLORABLE
9. Implantar el Sistema Integral de Qualitat Turística Espanyola en Destins (SICTED) en col·laboració amb Turisme Comunitat Valenciana.	Per les dimensions de Potries, aquesta es va adherir al SICTED-Gandia
10. Certificar els recursos (platges, espais naturals) i serveis turístics (oficines d'informació turística, museus i centres d'interpretació...) dels destins conforme els models reconeguts pel programa Qualitur de Turisme Comunitat Valenciana en matèria de qualitat, medi ambient i/o accessibilitat	Certificació de Qualitur del Museu
11. Obtindre la certificació Biosphere per a destinacions turístiques.	PENDENT
12. Crear i impulsar clústers d'innovació i turisme en parcs tecnològics dirigits a empreses turístiques, tecnològiques i de serveis, amb acords amb universitats	NO APLICA
13. Desenvolupar i presentar projectes innovadors als Premis Turisme Comunitat Valenciana, especialment en qualsevol de les seues categories: formació, investigació, promoció, sostenibilitat, RSC i turisme inclusiu	PENDENT
14. Dotar de hotspots per a l'accés a Internet en el destí com fan ciutats com València, Castelló o Alacant, i sensibilitzar a les empreses turístiques del destí perquè faciliten accés a Internet lliure via wifi dins dels seus establiments	- Wifi municipal en zones de la Ruta Urbana - Internet lliure en allotjament i bar-restaurants
15. En col·laboració amb l'entitat competent corresponent, activar programes d'alfabetització digital d'emprenedors locals en turisme: formació, assistència tècnica a empresaris en habilitats digitals i labs d'innovació	PENDENT
16. Implantar el model de Destinació Turística Intel·ligent (DTI-CV) desenvolupat per Invat-tur	En procés d'implantació. De moment, Potries és destinació

	turística de nivell 1
17. Adherir la destinació turística a la Xarxa DTI-CV promoguda per Turisme Comunitat Valenciana a través de Invat-tur	Adherits des de març 2023
18. Digitalitzar platges i espais naturals per a convertir-se en espais intel·ligents, com han començat a fer Benidorm, Gandia i Benicàssim amb les seues platges, dins del marc de l'estratègia DTI-CV.	NO APLICA
EL TERRITORI	
3. Turisme i protecció del patrimoni natural i cultural ODS: 6.6 - 11.4 - 15.1 - 15.2 - 15.a	
RECOMANACIONS	POTRIES
19. Posar en marxa projectes de senyalització, interpretació i divulgació del patrimoni cultural i natural i desplegar les infraestructures necessàries per al desenvolupament d'experiències turístiques sostenibles com a miradors, observatoris, etc	S'han implantant diverses rutes: La Ruta de l'Aigua La Ruta Urbana EntreArrels: éssers vius per descobrir Els Camins de Sotaia
20. En destins amb àrees naturals protegides i zones de protecció d'ocells (LIC, ZEPA o PN), elaborar guies d'albirament d'ocells i dotar d'observatoris en llocs estratègics en coordinació amb la conselleria competent en medi ambient, sumant el destí al Pla Estratègic de Turisme Ornitològic	Observatori d'Aus en el Riu Serpis amb cartelleria interpretativa i guies sonores d'aus amb Qr's PENDENT: Millora dels accessos
21. Produir recursos interpretatius innovadors com les visites virtuals i realitat augmentada en centres històrics i edificis emblemàtics	Al Museu es pot realitzar una visita virtual i interactiva, a través de la web de Potries Turisme
22. Organitzar activitats en col·laboració amb les regidories pertinents per a divulgar els valors culturals i naturals del destí com per exemple concursos infantils i per a adults de fotografia i pintura, realització de visites guiades per la destinació turística dirigides a la població resident	Al ser productes de Turisme Cultural, es realitzen activitats al llarg de l'any on es divulgen aquests valors: taller de ceràmica per a adults i escolars, jornades de lluita camperola, setmana del Museu, etc.
23. Organitzar festivals, espectacles i concerts dirigits a turistes i residents que posen en valor les manifestacions culturals associades al patrimoni musical, com a concerts de bandes de música i danses tradicionals	- Dos festivals de música: BlaiFest (febrer) i Potries Music Fest (agost) - Cicle de Música de Cambra (de maig a desembre) - Conveni de col·laboració amb l'AAM Sant Blai, per als Concerts de Música de Banda i la Coral (el Cant de la Síbil·la)
24. Elaborar plans de gestió del patrimoni, valorant la seua capacitat de càrrega i usos potencials, aplicant si escau els plans directors de producte turístic impulsats per Turisme Comunitat Valenciana (Art Rupestre, Cultura Ibera, Territori de Frontera, Patrimoni Industrial, etc.). Els gestors locals compten, a més, amb eines com les recomanacions per a elaborar plans de	- Aprovat Catàleg de Bens i Espais Protegits de Potries - Pla de Gestió del Museu i la seua Col·lecció Museogràfica Permanent

gestió del patrimoni municipal que publica la FEMP.	
25. Arribar a acords amb associacions, federacions, conselleria competent en medi ambient, medi rural i natural, i altres organitzacions per a la conservació i el manteniment de les rutes de senderisme i la seua interpretació. Les accions poden incloure la producció de suports informatius físics i descargables per al viatger o campanyes de conscienciació sobre l'ús responsable del medi natural en la pràctica d'esports a l'aire lliure i de muntanya	S'han realitzat campanyes de conscienciació del Riu Serpis i del paratge de l'Ermita, amb col·lectius locals.
26. Realitzar jornades de sensibilització a les empreses que desenvolupen les seues activitats en entorns naturals i difondre bones pràctiques ambientals entre el sector privat i la ciutadania per a minorar l'impacte de l'activitat turística en els ecosistemes naturals com muntanyes, mars, rius i pantans	PENDENT
27. Realitzar sessions formatives i visites guiades dirigides al personal frontera de negocis turístics i serveis públics turístics sobre els valors propis del destí (culturals, naturals, etnogràfics, etc.)	PENDENT
28. Impulsar la certificació que promou la Marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana en els municipis turístics en els quals hi haja empreses especialitzades en turisme de naturalesa que operen en Parcs Naturals	NO APLICA
29. Realitzar accions de formació i sensibilització per a la incorporació dels valors paisatgístics en la conceptualització de destins i desenvolupament de producte turístic en el territori, prenent com a referència la iniciativa Paisatges Turístics Valencians	Realització de jornades sobre el Patrimoni Hidràulic (2018) i celebració anual de les jornades de Lluita Camperola, on es tracta el valor paisatgístic de l'Horta (citricultura)
30. Presentar candidatures per a la declaració de les festes locals com a Festes d'Interés Turístic de la Comunitat Valenciana segons el procediment previst en el Decret 119/2006 de 28 de juliol, i fins i tot com a Festes d'Interés Turístic a nivell nacional.	El Porrat de Sant Blai està declarada com a Festa d'Interés Turístic Provincial
31. Presentar candidatures a reconeixements internacionals del destí basats en atributs propis singulars, com ha aconseguit Dènia amb la declaració de Ciutat Creativa de la Gastronomia per la UNESCO	PENDENT Es podria presentar el reconeixement dels elements històrics relacionats amb l'Arquitectura de l'Aigua.
4. Ús eficient dels recursos i consum responsable ODS: 6.4 - 7.2 - 7.3 - 8.4 - 12.1 - 12.3 - 12.5 - 14.2	
RECOMANACIONS	POTRIES
32. Actualitzar la infraestructura turística existent i implantar eines tecnològiques per a monitorar el consum d'aigua i millorar l'eficiència energètica com són l'ús de sensors en els edificis públics turístics (museus, oficines de turisme, etc), il·luminació de	- Control i monitorització dels edificis - Sistema LED en tots els carrers - Comptadors d'aigua intel·ligents en tota la població

carrers, i sistemes de reg de jardins i zones verdes	PENDENT: - Monitorització enllumenat públic - Sistemes de vigilància (càmeres connectades)
33. Impulsar la transició de l'Ajuntament cap a consum energètic 100% procedent d'energies renovables	- Tota l'energia és 100% procedent d'energies renovables. - L'ajuntament és soci-inversor de la Comunitat Energètica Local
34. Aplicar criteris mediambientals en les futures renovacions del parc mòbil públic per a avançar cap a un sistema de transport públic net	- El 100% del transport municipal és elèctric
35. Gestionar la sol·licitud d'ajudes i subvencions al sector en coordinació amb la conselleria amb competències en canvi climàtic, que gestiona els fons Feder dedicats a la lluita contra el canvi climàtic	Es gestiona a través de l'Oficina Tècnica de Desenvolupament Econòmic i Turístic Local
36. Integrar en l'equip de gestió municipal perfils amb coneixements en gestió mediambiental, eficiència energètica, energies renovables i economia circular	S'integra en la mesura de les possibilitats d'un municipi de 1000 habitants, i s'externalitza la resta
37. Realitzar jornades de sensibilització i divulgació de recomanacions i bones pràctiques dirigides a empreses del sector, en col·laboració amb les associacions sectorials, per a promoure l'ús eficient de l'aigua, reducció del consum energètic, gestió de residus, i economia circular.	Es realitzen anualment accions de sensibilització de diferents àmbits, amb la col·laboració d'altres organismes: COR, Diputació, etc.
38. En col·laboració amb les associacions del sector de l'hostaleria i la conselleria amb competències en medi ambient i canvi climàtic, implantar accions coordinades per a reduir els desaprofitaments d'aliments	Implantació del 5é contenidor marró
39. Fomentar entre el sector turístic local la certificació en qualitat, medi ambient i/o accessibilitat, sota els models reconeguts pel programa Qualitur de Turisme Comunitat Valenciana	PENDENT De moment, algunes empreses s'incorporen al programa SICTED-Gandia
40. Impulsar, en municipis costaners, la certificació Bandera Blava de platges i ports de la Fundació Europea d'Educació Ambiental	NO APLICA
41. Realitzar campanyes en col·laboració amb el sector turístic per a conscienciar als turistes sobre la necessitat de realitzar un consum responsable d'aigua i energia en hotels i restaurants i reduir el desaprofitament d'aliments	PENDENT Malgrat que el sector turístic realitza campanyes pròpies, pel seu alt nivell de conscienciació
42. Desenvolupar una política municipal de gestió de residus que promoga el reciclatge	- Implantació del 5é contenidor marró - Implantació del projecte 'Potries foc zero': biotrituradora municipal de restes vegetals i agrícoles - Potries és el 4t municipi del COR que més recicla.
43. Organitzar activitats en col·laboració amb associacions cíviques per a implicar la població resident	S'organitzen activitats amb col·lectius locals per mantindre

i visitants en el manteniment i neteja d'espais públics, platges, parcs, etc.,	nets el riu Serpis i el paratge de l'Ermita.
44. Organitzar tallers dirigits a l'Ajuntament i al sector per a impulsar el mesurament de la petjada de carboni del destí i establir metes per a la seua reducció, en col·laboració amb el Centre d'Educació Ambiental de la Comunitat Valenciana (CEACV) i Turisme CV	PENDENT Una part del sector turística realitza accions pròpies com: segell Bioscore Sustainability o participació en el programa Sostenibilitat de Cámara Valencia
LES PERSONES	
5. Sensibilització: creant consciència ODS: 4.7 - 12.6 - 12.8 - 13.3	
RECOMANACIONS	POTRIES
45. Impulsar l'adhesió del destí al Codi Ètic del Turisme Valencià, plasmant el compromís del municipi amb aquests valors	Adherits des de 2018
46. Impulsar l'adhesió del destí al Pacte Valencià per al Desenvolupament Sostenible i animar a les associacions empresarials que declaren el seu compromís amb aquest	PENDENT
47. Impulsar l'adhesió del destí a l'Aliança de Ciutats pel Desenvolupament Sostenible, que contempla campanyes d'informació i sensibilització sobre els 17 ODS en els municipis al costat de la Federació Valenciana de Municipis i Províncies, i la Xarxa Espanyola de Ciutats pel Clima	PENDENT
48. Impulsar accions a favor del turisme sostenible en el marc de treball de les xarxes de municipis a favor de la sostenibilitat impulsades per diferents institucions a nivell provincial, autonòmic i estatal	PENDENT
49. Dur a terme la divulgació de l'agenda d'acció local a favor dels ODS amb ens supramunicipals, especialment mancomunitats, per a generar sinergies amb altres municipis confrontants i realitzar presentacions per a donar-la a conèixer a l'equip gestor del destí i al conjunt d'àrees de l'Ajuntament	PENDENT
50. Fomentar la inscripció de funcionaris i empleats de l'ajuntament a formació sobre ODS i Agenda 2030	Es fomenten les accions anuals de formació
51. Realitzar jornades de sensibilització, en col·laboració amb les associacions sectorials, dirigides a les empreses turístiques i serveis públics turístics per a donar a conèixer com construir una destinació turística sostenible, comunicant l'agenda ODS del destí per a aconseguir la seua adhesió	S'informa sobre la possibilitat d'adherir-se al SICTED-Gandia
52. Impulsar programes de formació per a empresaris i treballadors del sector per a la divulgació del Codi Ètic i els valors d'hospitalitat i sostenibilitat en la prestació del servei, en col·laboració amb Turisme CV	PENDENT
53. Coordinar amb Turisme Comunitat Valenciana l'organització de tallers de sensibilització del programa	PENDENT

Hospitalitat Mediterrànea, que ha arribat a més de 60 municipis i més de 5.000 persones	
54. Realitzar campanyes de sensibilització dirigides a la ciutadania a favor del turisme sostenible amb informació sobre els projectes que el municipi està impulsant amb l'objectiu de generar actituds positives cap al turisme i millorar la convivència entre turistes i residents	PENDENT
55. Realitzar campanyes de sensibilització dirigides a turistes focalitzada en temes com el respecte pels costums del destí, la neteja, el temps de descans, i remetre els comportaments incívics	PENDENT
56. Encoratjar a les empreses a incorporar els seus avanços en matèria de sostenibilitat en les seues memòries anuals i promoure el lliurament de premis a empreses turístiques per la posada en marxa d'iniciatives sostenibles, experiències basades en valors locals, etc	Algunes empreses ja estan treballant en els seus plans RSC. PENDENT: Major impuls municipal
6. Igualtat, inclusió i gènere en turisme ODS: 1.2 - 5.1 - 5.5 - 5.b - 5.c - 10.2 - 10.3 - 10.4	
RECOMANACIONS	POTRIES
57. En col·laboració amb els agents socials, les associacions empresarials i la conselleria competent en treball, organitzar campanyes de sensibilització dirigides a l'empresariat turístic centrades en identificar i atallar pràctiques que atempten contra la igualtat, diversitat i inclusió per qualsevol motiu i contra l'assetjament en el sector turisme	PENDENT
58. Posar en marxa, en col·laboració amb els agents socials, campanyes informatives dirigides als treballadors del sector turístic sobre drets laborals, detecció de pràctiques abusives i recursos a la disposició del treballador	PENDENT
59. Formular, en col·laboració amb el servei amb competències en formació i ocupació de la Generalitat, programes de reinserció laboral, formació, orientació i assessorament que promoguen la inclusió de persones en situació de vulnerabilitat, dones, joves i persones amb diversitat funcional en l'activitat turística	Es treballen en els programes de LABORA: EMPUJU, EXPLUS, EMDONA
60. Fomentar la participació de les dones en tots els plans de la gestió turística local	S'APLICA
61. Incloure clàusules socials en la contractació pública que duu a terme l'Ajuntament, per a fomentar l'ocupació de persones en situació de vulnerabilitat o exclusió	S'aplica a través dels programes ocupacionals de LABORA
62. Desenvolupar programes d'emprenedoria femenina en turisme, especialment en el medi rural, on existeix una alta taxa d'atur entre les dones. Els programes poden centrar-se en proporcionar formació i	S'aplica a través de l'Oficina Tècnica de Desenvolupament Econòmic i Turístic Local

assessorament en la gestió d'allotjaments rurals, formació en hospitalitat, noves tecnologies, digitalització de pimes turístiques, etc	
63. En col·laboració amb Turisme CV i associacions de col·lectius vulnerables, organitzar tallers de treball i jornades formatives dirigides al personal frontera per a reforçar missatges d'hospitalitat i tracte no discriminatori a tots els turistes. Així com apostar per una publicitat no sexista o basada en estereotips	PENDENT
64. Aplicar el manual de bones pràctiques de turisme accessible elaborat per Turisme CV en col·laboració amb Predif: adaptar guies i material ad hoc, informar i sensibilitzar als establiments de la normativa d'accessibilitat, formar a l'empresariat turístic en diversitat funcional, etc	- Edificis públics accessibles: Museu, Ajuntament. - Ruta turístiques adaptades amb itineraris accessibles: Ruta Urbana, La Ruta de l'Aigua
65. Promocionar festes inclusives i accions especials perquè residents i turistes puguin participar dels esdeveniments locals en igualtat de condicions	- Punt morat en el festival BLAIFEST. - Punt morat mòbil i suport assistència a persones amb discapacitat en el festival POTRIES MUSIC FEST
66. Impulsar el desenvolupament i implantació de plans d'accessibilitat universal en negocis, espais i recursos turístics	L'ajuntament té elaborat un Pla d'Accessibilitat sobre la trama urbana PENDENT Traslladar els plans al sector privat
67. Implantar el programa Destí i platges accessibles de Turisme CV que, per exemple, permet el gaudi turístic accessible de la Ruta Fluvial dels Canons del Xúquer o la Via Verda Ulls Negres	- Edificis públics accessibles: Museu, Ajuntament. - Ruta turístiques adaptades amb itineraris accessibles: Ruta Urbana, La Ruta de l'Aigua PENDENT: Promocionar el Destí com a destí accessible.
7. Formació, competències professionals i ocupació digna ODS: 4.3 - 4.4 - 4.5 - 8.5 - 9.2	
RECOMANACIONS	POTRIES
68. Realitzar una anàlisi al costat de les associacions del sector dels perfils professionals demandats i les necessitats formatives del personal del sector turisme	PENDENT
69. Mantindre coordinació amb la Xarxa CdT per a l'oferta de cursos de formació dirigits a professionals del sector en línia amb les necessitats identificades	Seguiment continuat de l'oferta del CdT Gandia
70. En municipis turístics, mantindre coordinació amb els centres públics de formació professional per a adequar l'oferta curricular de matèries vinculades a l'activitat turística (hostaleria, cuina, restauració, gestió d'hotels, qualitat turística, etc.) a les mancances del destí	PENDENT

71. Fomentar contractes de pràctiques remunerades en les empreses del destí d'estudiants de la Xarxa CdT, centres de formació professional i institucions d'ensenyament superior	S'APLICA Contracte de pràctiques FP mòdul Allotjaments turístics
72. Gestionar la sol·licitud d'ajudes i beques a la formació professional de treballadors del sector turisme residents en el municipi	S'aplica a través de l'Oficina Tècnica de Desenvolupament Econòmic i Turístic Local
73. En col·laboració amb el servei amb competències en formació i ocupació de la Generalitat i institucions d'ensenyament, organitzar cursos en habilitats turístiques i idiomes per a joves i aturats	Es realitza a nivell mancomunitat, a través dels Acords o Pactes per l'Ocupació
74. En col·laboració amb les associacions del sector i Turisme CV, organitzar un cicle formatiu dirigit a empresaris turístics per a la millora de la competitivitat dels negocis dirigits als empresaris del sector	S'informa sobre les accions formatives de Turisme CV, com per exemple: 'Turisme Emprén Rural CV'
75. Impulsar la contractació pública ètica incloent en els concursos que l'Ajuntament promou criteris socials relatius a la inclusió i drets laborals	PENDENT
LA GOVERNANÇA TURÍSTICA	
8. Planificació del destí ODS: 11.a - 11.b - 13.2 - 16.b - 17.14	
RECOMANACIONS	POTRIES
76. Desenvolupar una estratègia de turisme sostenible per al municipi o, en el seu cas, per a una mancomunitat de municipis, alineada amb l'Agenda 2030. Turisme CV ha desenvolupat amb mancomunitats i diputacions diferents plans de dinamització i governança turística al llarg de tot el territori de la Comunitat. Així mateix, els municipis compten amb eines com la Guia de Elaboració de Plans de Desenvolupament Territorial Turístic desenvolupada en col·laboració amb la Universitat de València.	- Potries disposa del II Pla Estratègic Cultural i del I Pla Estratègic de Turisme - Col·labora i participa amb les accions del Pla de Dinamització i Governança Turística de la Mancomunitat de Municipis de la Safor
77. Participar, des de turisme, en l'elaboració de projectes per a les Estratègies de Desenvolupament Urbà Integrat (EDUSI). Sagunt va desenvolupar una proposta per a la posada en valor del seu patrimoni historicoartístic, arqueològic i industrial per a desenvolupar turisme cultural	- Es disposa de la Fase I de l'Estratègia de Rehabilitació de l'Entorn Construit de Potries
78. Desenvolupar projectes turístics diversificadors que integren elements en tot el territori i que contribuïsquen a entaular vincles entre nuclis urbans i zones naturals i rurals, dotant al territori d'infraestructures i serveis conjunts. Els clubs de producte de la Ruta de la Seda, Territori Borgia, Ruta del Greal i Camins de Dinosauris són bon exemple d'això.	- La Ruta de l'Aigua connecta el nucli urbà amb el Paratge Protegit del riu Serpis. - La Ruta Urbana connecta el nucli urbà amb el paratge de l'Ermita. - La ruta 'Entrearrrels: éssers vius per descobrir', connecta el nucli urbà i agrari, a través d'arbres i arbredes singulars locals. - S'ha sol·licitat la incorporació de Potries al club Territori Borgia

79. En els municipis amb espais naturals protegits, participar en la Junta Rectora dels mateixos per a implementar propostes de desenvolupament turístic sostenible	PENDENT
80. Desenvolupar plans i aprovar ordenances per a recuperar nuclis urbans que definisquen els usos permesos, ordenen la imatge urbana i oferisquen incentius per a recuperar immobles i crear oferta turística	- El nucli antic/històric de Potries està considerat com a BRL, en el Catàleg de Bens i Espais Protegits de Potries. - Bonificacions de l'ICIO en la rehabilitació de vivendes del nucli antic. - Oficina d'Informació a la Rehabilitació de Potries
81. Integrar el turisme en el disseny de plans d'ordenació urbana resilient i sostenible del municipi, incorporant aspectes com la prevenció de l'especulació, la protecció dels entorns naturals i la convivència entre els usos econòmics i socials de l'espai	- S'incorpora en el Catàleg de Bens i Espais Protegits de Potries - S'incorpora en la redacció del nou PGOU
9. Aliances i participació ODS: 12.a - 17.3 - 17.16 - 17.17 - 17.18	
RECOMANACIONS	POTRIES
82. Constituir un ens de gestió turística públic-privat. Si això no resultara viable, creació d'un òrgan consultiu i de participació que reunisca regularment representants de tots els agents clau públics i privats del turisme del municipi	PENDENT Creació organ consultiu
83. Constituir grups de treball dins de l'Ajuntament entre turisme i àrees relacionades com a urbanisme, comerç, etc. per a una presa de decisions conjunta en tot allò que afecte l'activitat turística	Constituida Comissió Interdepartamental de Turisme
84. Constituir àrees de turisme en mancomunitats i altres ens supramunicipals	NO APLICA
85. Realitzar convenis i acords amb Turisme CV, conselleries competents i diputacions provincials per a posar en marxa iniciatives a favor del desenvolupament turístic sostenible, d'acord amb l'esperit i la lletra de la Llei de Turisme, Oci i Hospitalitat	PENDENT Adhesió a la Xarxa Tourist Info
86. Incorporar accions de consulta i participació ciutadana als processos de desenvolupament dels plans que ordenen l'activitat turística del municipi, com a presentacions públiques, tallers, concursos d'idees, etc	PENDENT
87. Desenvolupar eines tecnològiques com a Apps o utilitzar canals existents com Facebook per a facilitar la participació ciutadana i la comunicació directa, amb bústies de suggeriments, atenció a preguntes, gestió de reclamacions, etc	S'utilitza la web turística local i les xarxes socials municipals
88. Implicar les grans empreses en esdeveniments culturals i esportius i projectes turístics del municipi a través dels seus programes de Responsabilitat Social	Participen en esdeveniments concrets, com el festival Potries Music Fest, Cicle de Música de

Corporativa (RSC) per a accions de patrocini, co-branding, etc.	Cambra, etc.
10. Gestió turística local sostenible i mesurament ODS: 9.4 - 12.7 - 12.b - 16.6 - 16.10 - 17.19	
RECOMANACIONS	POTRIES
89. Publicar en el portal Web del destí els documents d'interés per a la ciutadania com a plans vigents, projectes proposats, pressupostos, agendes ODS en turisme i memòries relatives a la gestió turística	PENDENT
90. Incorporar dades relatives a l'activitat turística als portals de dades obertes de la ciutat	PENDENT
91. Desenvolupar una cistella d'indicadors que permeti quantificar la contribució del turisme en el municipi als ODS	PENDENT
92. En els destins intel·ligents, integrar la plataforma ciutat o desenvolupar quadres de comandament intel·ligents que permeten el monitoratge d'indicadors turístics clau com a fluctuacions estacionals en la demanda, arribades, despesa turística, visites a llocs d'interés, etc. que permeten mesurar els resultats del turisme amb l'objectiu de millorar la gestió turística i quantificar la pressió del turisme sobre els serveis municipals	PENDENT
93. Implantar plans de mobilitat turística sostenible	PENDENT
94. Desenvolupar i promocionar itineraris turístics en zones de menor saturació turística amb l'objectiu d'alleujar l'excessiva concentració de visitants en punts concrets del destins	NO APLICA
95. En els destins intel·ligents, implantar eines tecnològiques per a la gestió de fluxos turístics amb l'objectiu de descongestionar les zones de major afluència de visitants, mitjançant la instal·lació de sensors, desenvolupament d'Apps i implantació de senyalització turística intel·ligent. Turisme CV ha elaborat, en el marc de l'estratègia de Transformació Digital, l'estudi "Afrontant els reptes del overtourism en destins patrimonials i naturals a través de Open/Big Data dins del marc del projecte europeu Herit-Data", que investiga com aplicar tecnologia Big Data en la gestió turística.	PENDENT
96. Monitorar i vigilar l'oferta alegal d'allotjaments turístics, especialment en zones urbanes, per a previndre possibles conflictes amb els residents	PENDENT
97. Desplegar infraestructures esportives i organitzar esdeveniments que fomenten el benestar en residents i ciutadans, especialitzant el destí en el nínxol de turisme esportiu	PENDENT
98. Realitzar campanyes de foment de l'oci saludable, el consum responsable de begudes alcohòliques i de	PENDENT

prevenció de conductes que posen en perill la seguretat viària	
99. Incorporar criteris de sostenibilitat en la contractació pública en l'àrea de turisme	PENDENT
100. Elaborar mapes de riscos per al municipi, establir protocols d'actuació davant situacions de catàstrofe i difondre'ls a ciutadania, empresaris i treballadors del sector turístic	- Elaborats Plans d'Emergència, d'Inundabilitat i de Prevenció d'Incendis PENDENT: Difusió d'aquests a la ciutadania en general.

RESUM:

Nombre de Recomanacions que NO s'aplicarien per a Potries: 6

Nombre de Recomanacions que estan pendents d'aplicar-se: 39 recomanacions

Nombre de Recomanacions que s'apliquen: 55 recomanacions

% aproximat dels ODS que s'apliquen a Potries: 51 %

2.7.2. Perspectiva de gènere de les accions

El II Pla d'Igualtat Municipal entre Dones i Homes (2023-2026) de Potries s'aprova en gener de 2023.

El Pla d'Igualtat Municipal és l'instrument que recull l'estratègia de la corporació local per lluitar contra les desigualtats de gènere en el municipi des del convenciment que cal treballar activament per aconseguir que la igualtat de gènere siga real i efectiva.

El Pla d'Igualtat Municipal de Potries s'organitza en set grans àrees de treball seleccionades segons criteris de prioritat i idoneïtat per donar resposta a les necessitats detectades a través del Diagnòstic d'Igualtat elaborat.

Aplicació del Pla d'Igualtat Municipal amb les Accions Previstes d'aquesta memòria:

.- Es realitzen activitats culturals específiques i adaptades a col·lectius amb dificultats d'integració. Un bon exemple són les activitats dirigides a ASMISAF i la Fundació ESPURNA, les dues amb persones amb minusvalidesa física i/o psíquica.

.- Comunicació interna i externa orientada a la inclusió, amb llenguatge verbal i visual igualitari i orientat a combatre els estereotips de gènere.

.- Transversalització en els serveis i activitats del projecte que desenvolupa l'ajuntament, atenent de forma sistemàtica a les necessitats pràctiques i estratègiques que possibiliten la incorporació de l'enfocament de gènere a tots els processos de gestió del projecte.

.- Participació i presa de decisions equilibrada en tots els àmbits dels projectes amb els col·lectius/associacions que participen en les accions.

- .- Els continguts de la web turística/xarxes socials de Potries estan orientats a la inclusió, amb llenguatge verbal i visual igualitari i orientat a combatre els estereotips de gènere.
- .- Major baremació en el procesos de contractació per a dones i persones amb minusvalidesa.
- .- Aplicació del principi de presència equilibrada de dones i homes en la programació de les manifestacions artístiques i culturals: exposicions, concerts, cinema, dansa, teatre, conferències, etc.

2.7.2. Codi ètic

El “Codi ètic del turisme valencià”, és l'adaptació del Codi ètic mundial del turisme que realitza l'OMT, a la idiosincràsia valenciana com a territori turístic diferenciat. Es tracta d'una iniciativa avantguardista a Espanya amb la finalitat d'alçar la reputació turística de la Comunitat Valenciana.

Potries va subscriure aquest codi el 18 de maig de 2017.



2.7.3. Accessibilitat

Les dades estadístiques sobre discapacitat són molt heterogenis però, en general, segons els estudis sobre “Discapacitat, Autonomia Personal i situacions de Dependències a Espanya”, les persones amb discapacitat a Espanya suposen un 9% de la població, amb una edat mitjana de 64,3 anys, un percentatge major de dones que homes amb discapacitat (2,3 milions de dones enfront de 1,55 milions d'homes), en 3,3 milions de llars espanyoles resideix almenys una persona amb discapacitat i els problemes més freqüents són: mobilitat (39,3%), oïda (23,8%), visuals (21%) i mentals (19%). A aquests números hem d'afegir la discapacitat oculta; persones que, fins i tot per un moment temporal, experimenten alguna deficiència que afecta la participació d'activitats d'oci i de temps lliure (per exemple, persones amb problemes de resistència, al·lèrgies, problemes intestinals, fins i tot a dones embarassades). Si tenim en compte que totes les persones esmentades tenen un familiar, amic, company etc. es conclou que, arribar a totes les persones és un benefici no sols social, sinó també econòmic.

Filosofia de treball

Les premisses sobre les quals parteix aquesta proposta són que l'accessibilitat és una filosofia en la qual tots som benvinguts, és molt més que eliminar barreres arquitectòniques i digitals, és permetre que un individu se senti lliure en qualsevol situació. La base d'aquesta proposta a Potries es basa en l'animació sociocultural, que permet el desenvolupament de les relacions socials dels qui participen en ella i l'augment de la seua autonomia, lligada al concepte d'apoderament, en el sentit que pretén desenvolupar el poder d'acció i l'autonomia dels ciutadans. La meta és sempre arribar a la inclusió i, en defecte d'això, a la integració. Entenem que les persones amb discapacitat poden tenir experiències d'oci accessibles, com la capacitat d'experimentar suport social, amistat, autodeterminació, expressió, activitat física i desenvolupament d'habilitats. Aquestes es consumeixen de molt diverses formes, ja

que cada persona té una manera de fer-ho (en format físic, virtual, audioguies, vídeos, jocs, etc.). La tecnologia pot permetre facilitar l'accés a aquestes experiències de múltiples formes, de manera que siga el propi visitant triu com vol fer-ho, convertint-se en una experiència única i individual que complisca les expectatives de cada persona, independentment de la seua diversitat funcional.

Necessitats i solucions plantejades

Les necessitats detectades estan definides en funció dels tipus de diversitat funcional existent: accessibilitat física, accessibilitat sensorial i accessibilitat cognitiva.

La solució que plantejem és l'ús de diverses eines que permeten una experiència diferent en funció de les necessitats de cada visitant. Es tracta de desenvolupar productes molt flexibles, que puguin adaptar-se al grau de discapacitat de qualsevol persona i que es convertisca en una cosa personal i únic. Per a això, cal identificar totes les tipologies de visitants possibles (demanda), les experiències que s'ofereixen en espai (oferta) i usar la tecnologia com una eina que comuniqui totes dues parts. Per tant, la tecnologia no és una fi, sinó un mitjà per a comunicar a les dues parts que conformen una experiència. Per tant, es parteix de tres grans perfils que s'aniran concretant per a aconseguir al major nombre de casos i de persones amb diversitat funcional.

Metodologia

Per a la definició del nivell més específic de diversitat funcional, que permetia atendre un major nombre de casuístiques i, per tant, de persones s'ha generat una matriu que relacione 6 perfils de diversitat funcional:

- Intel·lectual
- Autista

- Sensorial
- Visual
- Física
- Digestiva

Continguts

A més del desenvolupament de les diverses funcionalitats del destí per a fer-lo accessible, és necessari atendre els continguts turístics d'aquest, de manera que s'adaptin a les diverses necessitats del col·lectiu. Els tipus de continguts estan associats als recursos o Punts d'Interés (POIs) a visitar en la destinació:

- Textos
- Fotografies (normals, antigues i 360)
- Imatges
- Vídeos
- Àudios
- Mapes

Des del punt de vista d'accessibilitat dels continguts es treballarà amb aquesta informació:

Textos: 2 nivells en funció de la quantitat d'informació i el nombre de paraules:

- 1.- Nivell bàsic: el text dels POIs facilitats per l'espai
- 2.- Nivell adaptat: textos simples i sense metàfores ni girs lingüístics

Fotografies (normals, antigues i 360)

- 1.- Nivell bàsic: les fotos facilitades per l'espai (actuals, antigues i 360)

2.- Nivell adaptat: les fotos tractades per a simplificar la seua visualització a nivell de colors, llums, etc

Imatges: les imatges seran de dos tipus

1.- Nivell bàsic: icones

2.- Nivell adaptat: dibuixos dels recursos

Vídeos: de tres tipus

1.- Nivell bàsic: vídeos actuals de l'espai

2.- Nivell adaptat: vídeos amb subtítols de textos senzills

Àudios: seran de dos tipus

1.- Nivell bàsic: àudios actuals dels recursos

2.- Nivell adaptat: àudios amb els textos senzills

Mapa

1.- Nivell bàsic: recursos, accessos i serveis

2.- Nivell adaptat físic: ruta accessible

3.- Pla operatiu de turisme intel·ligent de Potries

3.1. Introducció

3.2. Model DTI-CV Invat.tur

3.3. La demanda turística

3.4. Línies d'actuació prioritàries i reptes

3.5.- Autodiagnòstic de Potries com DTI

3.6.- Actuacions per al compliment de l'autodiagnòstic

3.6.1 Governança

3.6.2 Sostenibilitat

3.6.3 Accessibilitat

3.6.4 Intel·ligència

3.6.5 Connectivitat

3.6.6 Informació Turística

3.6.7 Màrqueting En línia

3.7.- Conclusions i full de ruta

3.- Pla operatiu de turisme intel·ligent de Potries

3.1. Introducció

Des de fa anys els territoris rurals s'enfronten a un desafiament, basat en la seua supervivència en un món urbanitzat. Als seus problemes de desenvolupament econòmic, degut, entre altres aspectes, a un excessiu pes del sector agrícola, en el qual es genera un desenvolupament econòmic de baix valor afegit; s'uneix el problema de la despoblació, ja que aquests territoris cada vegada tenen menys població i, la que queda, té un alt grau d'envelliment. A més, les maneres de vida urbans s'han incorporat als territoris rurals, fent que perden part de la seua idiosincràsia i la seua cultura local, que són els principals valors diferenciadors respecte a altres territoris.

En els anys noranta, a Espanya, els fons europeus han intentat revertir aquesta situació mitjançant ajudes econòmiques, amb les quals s'han desenvolupat nombrosos projectes amb major o menor grau d'èxit, però, per descomptat, sense que hi haja hagut un impacte com s'esperava en aquests territoris o, almenys, sense que hagin aconseguit aturar la despoblació dels espais rurals.

En els últims anys, s'han escoltat moltes veus que reivindiquen un canvi de política per a sostindre i fer que molts territoris rurals sobrevisquen. Però, més enllà dels titulars dels periòdics i l'impacte puntual que aquesta problemàtica té en els mitjans, la realitat és que les xifres continuen mostrant que cada vegada hi ha pobles que estan desapareixent i no sembla que les polítiques actuals hagin aconseguit mitigar aquesta transformació.

El territori intel·ligent ofereix una oportunitat o via d'eixida a aquesta situació. La secretària d'Estat per a la Societat de la Informació i l'Agenda Digital (SESIAD) va destacar l'oportunitat que ofereix el desenvolupament intel·ligent per a “buscar solucions

tecnològiques que abasten tot el territori, sobretot als rurals, que estan en perill d'aïllament territorial i d'obsolescència econòmica”.

Potries és un xicotet municipi de l'interior de la província de València que té la voluntat d'avançar cap al seu posicionament com a Destinació Turística Intel·ligent (d'ara endavant DTI), per al que necessita un primer document estratègic i operatiu que l'ajude a definir objectius a aconseguir i a definir un full de ruta que l'ajude a fer-ho.

El present document respon a aquesta qüestió i s'ha elaborat seguint els criteris de l'Institut Valencià de Tecnologia Turístiques (Invat.tur) per al desenvolupament de DTIs que li permeta, una vegada aprovat i posat en marxa, sol·licitar l'adhesió de Potries a la Xarxa DTI-CV per a aconseguir un desenvolupament intel·ligent com a territori rural.

Les escales de treball

Les Destinacions turístiques Intel·ligents tenen un àmbit municipal o supramunicipal, però en el seu desenvolupament estan implicades totes les escales geogràfiques. Aquest aspecte ha sigut àmpliament tractat en el Manual operatiu per a la configuració de Destinacions Turístiques Intel·ligents

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-operativo-para-la-configuracin-de-destinos-inteligentes?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>, del qual s'extrau a continuació un resum d'aquestes escales i com configuren el desenvolupament de dites DTIs:

Europa

L'Estratègia per a un creixement intel·ligent, sostenible i integrador (Europa 2020) formulada en 2010, advoca per un creixement basat en el coneixement i la innovació; la creació d'una Agenda Digital per a Europa; un ús més eficaç dels recursos; i una economia amb alt nivell d'ocupació que afavorisca la cohesió territorial i sectorial. En les diferents polítiques sectorials de la Unió Europea es considera prioritari l'evolució cap a ciutats intel·ligents. En la política turística, aquest enfocament també és present, connectat amb les polítiques d'innovació, noves tecnologies, sostenibilitat i accessibilitat universal en turisme

Espanya

La formalització de les polítiques entorn de destinacions turístiques intel·ligents es produeix amb El Pla Nacional i Integral de Turisme (2012-2015), que els inclou entre les seues mesures prioritàries i estableix un conjunt d'actuacions associades que coordina Segittur. Aquesta línia d'actuació enllaça amb les iniciatives relacionades amb les ciutats intel·ligents a Espanya, que el seu més clar exponent és la constitució, en 2012, de la Xarxa Espanyola de Ciutats Intel·ligents (2012) ([http://www. redciudadesinteligentes.es](http://www.redciudadesinteligentes.es)).

Comunitat Valenciana

L'Agència Valenciana del Turisme s'ha caracteritzat pel desenvolupament de polítiques avançades en l'àmbit de les seues competències. D'aquesta manera, les polítiques d'innovació, noves tecnologies i màrqueting en línia han servit de base per al desenvolupament d'una línia específica d'actuació centrada en els DTIs i coordinada per

l'Invat.tur. En aquesta línia destaca l'elaboració del Manual operatiu per a la configuració de destins intel·ligents, que conté les pautes fonamentals per a dissenyar i aplicar una estratègia de DTI a escala local, amb una bateria d'indicadors d'autodiagnòstic inclosa. Com a resultat d'aquest document i de la col·laboració de l'Invat.tur amb els municipis turístics s'ha elaborat la present Guia d'implantació amb un major nivell de detall i caràcter aplicat, directament vinculada a l'eina d'autodiagnòstic creada per l'Invat.tur per a l'avaluació i seguiment dels avanços de les destinacions turístiques cap al model DTI.

Municipi de Potries

Potries és un xicotet municipi d'economia rural de la província de València, amb un incipient desenvolupament de turisme rural i que vol apostar per la intel·ligència turística com a base per al seu futur desenvolupament territorial i sectorial.

L'objectiu d'aquest projecte és establir les bases per a fer que Potries es configure com una Destinació Turística Intel·ligent d'Interior, seguint les directrius de l'Institut Valencià de Tecnologies Turístiques (Invattur).

Aquesta proposta s'emmarca dins de la filosofia de “destinacions turístiques intel·ligents” (DTIs), de manera que participa dels tres nivells definits en el “Model sistèmic de gestió de destinacions turístiques intel·ligents” d'Invat.tur:

- Estratègic-relacional
- Instrumental

- Aplicat

L'objectiu és usar aquesta eina estratègica per a traslladar el producte turístic al territori i que arribi al turista.

L'anàlisi intel·ligent de la informació obtinguda ajudarà el municipi de Potries a conèixer millor als turistes i visitants, optimitzant els recursos i els esforços en tot el relacionat amb la promoció del municipi i dels negocis locals. Es tracta d'una informació de gran valor per a la millora en la presa de decisions.

El present projecte està dirigit a tres tipus d'usuaris:

- Als ciutadans del municipi, ja que el projecte ajudarà a millorar el turisme i això repercutirà en benefici del poble
- Als tècnics i prenedors de decisions: tant de l'ajuntament com de la Mancomunitat de la Safor i Invat.tur, ja que aportarà informació molt rellevant per al coneixement dels turistes
- Als turistes, tant nacionals com internacionals, ja que el resultat millorarà el seu accés als recursos, serveis i infraestructures del municipi.

Finalment, es definiran una sèrie d'indicadors de turisme intel·ligent sobre el qual es basaran les actuacions posteriors a realitzar pel municipi, de manera que puguin establir-se un sistema de mesurament d'efectivitat de les accions i faci més eficient la gestió econòmica del municipi.

Fonts d'informació

Existeixen nombroses fonts d'informació a totes les escales, tant bibliografia, com a articles científics, guies i manuals. Però, en aquest cas, s'utilitzarà tot el corpus teòric i operatiu elaborat i compartit per Invat.tur sobre DTIs, basat en els documents desenvolupats per, entre altres, la Universitat d'Alacant.

Entre altres calen destacar els següents manuals:

- Pla estratègic de Turisme CV 2020- 2025

<https://www.slideshare.net/invattur/plan-estrategico-de-turismo-cv-2020-2025>

- Llibre blanc per a una nova estratègia turística en la Comunitat Valenciana
http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/libro_blanco_turismo_comunitat_valenciana.pdf
- Codi Ètic del turisme valencià
http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/codigo_etico_turismo_valenciano.pdf
- Manual operatiu per a la configuració de Destinacions Turístiques Intel·ligents

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-operativo-para-la-configuracin-de-destinos-inteligentes?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>

- Guia d'implantació de Destinacions Turístiques Intel·ligents

<https://www.slideshare.net/invattur/gua-de-implantacin-dti-comunitat-valenciana?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>

- Impacte de la COVID-19 sobre el sector turístic de la Comunitat Valenciana
<https://www.slideshare.net/invattur/turisme-comunitatvalencianacovid19>
- 100 Recomanacions per a les Destinacions Turístiques de la Comunitat Valenciana

<https://www.slideshare.net/invattur/guia-100-recomendaciones-para-los-destinos-tursticos-de-la-comunitat-valenciana>

- Manual de l'empresari d'allotjaments d'interior de la Comunitat Valenciana

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-del-empresario-de-alojamientos-de-interior-de-la-comunitat-valenciana>

- Manual sobre Sostenibilitat per a Gestors de Destinacions Turístiques

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-sostenibilidad-dticv?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>

- Manual sobre Accessibilitat per a Gestors de Destinacions Turístiques

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-de-accesibilidad-turistica-dticv?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>

- Manual sobre Sistemes d'intel·ligència per a Gestors de Destinacions Turístiques

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-sobre-sistemas-de-inteligencia-para-gestores-de-destinos-tursticos?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>

- Manual sobre Governança per a Gestors de Destinacions Turístiques

<https://www.slideshare.net/invattur/manual-de-gobernanza-turstica-para-gestores-de-destinos-tursticos?ref=https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>

3.2. Model DTI-CV Invat.tur

Definició de DTI

La destinació turística intel·ligent es defineix com “un espai innovador, accessible per a tots, consolidat sobre una infraestructura tecnològica d'avantguarda que garanteix el desenvolupament sostenible del territori, facilita la interacció i integració del visitant amb l'entorn, i incrementa la qualitat de la seua experiència en el destí i la qualitat de vida dels residents” (Segittur, 2015).

Model DTI

El model s'estructura en tres nivells interrelacionats.

1.- El nivell estratègic- relacional, estableix les condicions prèvies que determinen la capacitat d'actuació del destí i l'abast de l'estratègia mitjançant una adequada governança. En aquest nivell es defineix l'estratègia, la col·laboració entre els agents del destí (stakeholders) i els recursos necessaris per a la gestió. L'estratègia del destí incorpora els principis de la sostenibilitat del model urbà-turístic, l'accessibilitat universal i la configuració d'un sistema local d'innovació oberta.

2.- El nivell instrumental inclou la infraestructura de connectivitat i sensorització que permet el desenvolupament de l'economia digital i el desplegament de solucions intel·ligents, un àmbit directament connectat amb el sistema d'informació, que es nodreix de fonts molt diverses (estadístiques, analítica web, xarxes socials, sensors, etc.), i que resulta essencial per a la presa de decisions en el nivell estratègic i en l'aplicat.

3.- El nivell aplicat permet el desenvolupament de solucions en diferents plans: informació, millora de l'experiència turística, màrqueting, gestió de recursos i visitants i intel·ligència del destí.

Indicadors

L'aplicació del model es basa en l'ús d'un sistema d'indicadors que permet concretar la situació de cada destí, a manera de diagnòstic sintètic, i fixar les metes de la gestió turística. Els indicadors s'estructuren en 8 àmbits, directament derivats del model, que permeten mesurar l'impacte de les accions derivades del model DTI en les variables bàsiques del destí (ocupació, despesa, ocupació, estacionalitat, etc.):

- Accessibilitat

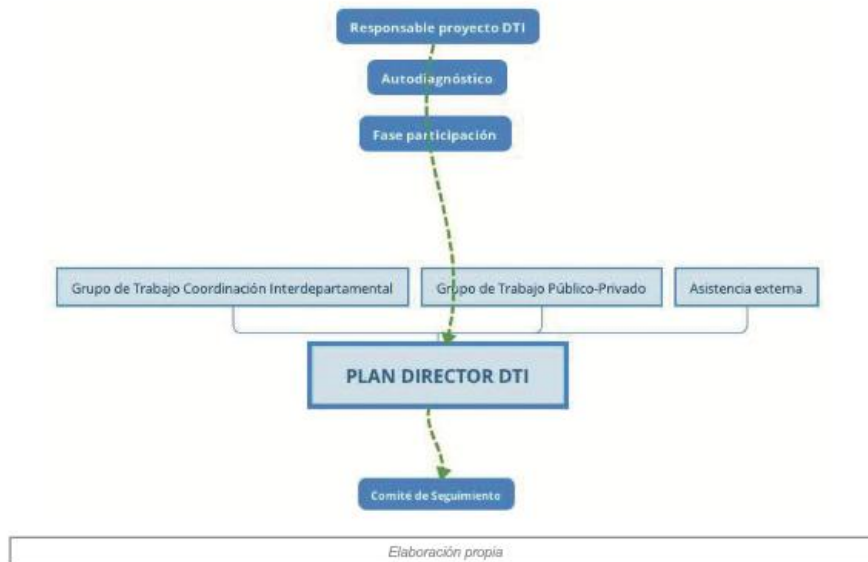
- Connectivitat
- Governança
- Informació
- Innovació
- Intel·ligència
- Màrqueting en línia
- Sostenibilitat

Fases del Pla Director DTI

Aquest document servirà de base al futur Pla Director DTI, que es desenvoluparà a través de les següents fases:

- 1.- L'aplicació del sistema d'indicadors al municipi turístic mitjançant l'eina d'autodiagnòstic DTI-CV.
- 2.- Identificació d'una persona responsable del projecte DTI a escala municipal
- 3.- Diagnòstic de situació amb els resultats de l'aplicació dels indicadors.
- 4.- Fase de participació que inclou dues accions fonamentals destinades a valorar el diagnòstic i identificar prioritats i actuacions:
 - Presentació pública del diagnòstic i debat sobre propostes d'actuació.
 - Obertura d'un fòrum en línia amb els resultats del diagnòstic i convocatòria de propostes d'actuació.

FIGURA 5
Puesta en marcha del Plan Director DTI



3.3. La demanda turística

El desenvolupament turístic del municipi està relacionat directament amb els visitants i turistes, per la qual cosa és necessari identificar prèviament el tipus de públic objectiu, les motivacions que els fan arribar a aquest i els mercats als quals es pot accedir per a captar aquest públic, definint finalment un perfil del turista rural:

Públic objectiu

Es poden distingir cinc grans grups de visitants del turisme rural en la Comunitat Valenciana:

- Viatger sol
- Parelles
- Grups xicotets (4-6 pax)
- Grups xicotets-mitjans (4-10pax) Família (3-5 pax)
- Grans grups (6-15 pax)

Motivacions

Les principals motivacions associades a turisme d'interior de la Comunitat Valenciana, segons el “Manual d'allotjaments d'interior de la Comunitat Valenciana” són:

- Turisme rural com a espai de desconexió
- A la recerca del rural i agroturisme
- La gastronomia i el producte agroalimentari

- L'observació de la naturalesa
- Les activitats esportives en la naturalesa
- El Turisme rural com a espai de trobada
- El Turisme rural com a espai laboral
- El Turisme rural com a espai per a cuidar-se
- El Turisme rural com a element social

Mercats

Existeixen quatre grans mercats que proveeixen de turistes al municipi:

- Les grans ciutats de la Comunitat Valenciana
- Ciutats del litoral
- Grans ciutats nacionals
- Mercats internacionals

Perfil del turista rural

Segons dades de l'Informe de l'Observatori del Turisme Rural, les claus del comportament i característiques principals del viatger rural són les següents:

- Els turistes rurals que viatgen en família estan influenciats (29,1%) pels blogs de viatges. Per contra, els que viatgen amb amics (35,7%) prefereixen deixar-se aconsellar per recomanacions de gent coneguda. Finalment, les parelles segueixen a la publicitat que el destí emet. No obstant això, per les dades extretes, es conclou que aquestes opcions són complementàries i consulten les tres alternatives per a aprofundir en detalls i comparar.

- Sobre la freqüència anual d'aquests viatges rurals, les parelles (48,5%) i els amics (44,5%) admeten practicar escapades entre 2 i 3 vegades a l'any, una dada que reflecteix la gran oportunitat perquè el propietari incentive amb els seus recursos (entorn, preu, instal·lacions, etc.) als turistes que li visiten. D'altra banda, les famílies (47,7%) ho fan una vegada a l'any.
- Entre els principals motius pels quals es realitzen estades de turisme rural, destaquen: els que viatgen en família desitgen estar en contacte amb la naturalesa; els que viatgen amb amics volen estar en contacte amb ells o amb els seus familiars; i finalment, els que viatgen en parella busquen el descans i la desconexió.
- Els que viatgen en família prefereixen Catalunya (51%), Aragó (46,7%) i Cantàbria (45%); els que viatgen amb amics prefereixen destins com Navarra (25,1%), La Rioja (24,8%) i la Comunitat de Madrid (22,1%); i finalment, els que viatgen en parella es decanten per destins com País Basc (48,1%), La Rioja (44,4%), i la Comunitat Valenciana (44,3%).

3.4. Línies d'actuació prioritàries i reptes

Segons el Llibre blanc, al punt "11.3.6. Línies d'actuació prioritàries per a mantindre l'activitat turística a l'interior"(punt 11.3.6.) són aquelles relacionades amb:

- La creació de productes i millora dels existents (37,2%), amb accions que es relacionen en la seua majoria amb l'adequació de recursos, disseny de nous productes i aposta per nous mercats, valorització de recursos, etc.
- La necessitat de millorar la promoció dels municipis interiors (12,62%)

- La falta de recursos econòmics (ajudes, subvencions, etc.) per a emprendre accions (9,89%)
- La necessitat de millorar la col·laboració (8,87%) a nivell general (entre empreses, ajuntaments i a nivell interdepartamental)
- La falta de personal i la seua necessària formació (7,84%)
- La idoneïtat de posar en marxa plans turístics de caràcter integrador (6,48%)
- L'augment de l'oferta d'allotjament (4,43%)
- La millora i aplicació de noves tecnologies (3,75%)
- La millora de les infraestructures (3,41%)
- La millora dels serveis municipals (2,38%)
- La conscienciació de la societat local (1,02%)
- L'estacionalitat (0,68%)
- La qualitat (0,68%)
- Millores normatives (0,34%)
- Innovació (0,34%).

Per tant, les accions de desenvolupament turístic generals del municipi de Potries per a ser un DTI hauran d'estar alineades amb aquestes, incorporant-les en la proposta de desenvolupament turístic.

Reptes del municipi de Potries

Seguint l'anàlisi del Llibre blanc del Turisme en la Comunitat Valenciana, els principals reptes als quals s'enfronta el municipi de Potries són:

- Formació i professionalització (estàndars de qualitat en la prestació del servei).
- Reduir l'estacionalitat d'aquesta mena de turisme

- Assegurar el desenvolupament sostenible
- Definir una estratègia específica adaptada a la realitat del turisme rural i d'interior
- Incorporar altres estratègies comercials diferents del preu per a lluitar contra les baixes vendes i contra la competència
- Invertir més en promoció de destinació
- Augmentar l'associacionisme entre professionals del sector
- Controlar l'oferta il·legal d'allotjaments i conscienciar al turista per a evitar-les
- Millorar els serveis i la qualitat d'algunes instal·lacions afegint accessibilitat per a discapacitats, admisió de mascotes, connexió a internet i per a aquells que viatgen amb xiquets/es
- Com que la utilització dels dispositius mòvils és cada vegada més comú en la comunicació i comercialització de destinacions turístiques, s'ha d'adequar a aquests dispositius l'oferta d'allotjaments i els sistemes de reserva en línia.
- Desenvolupar iniciatives de turisme experiencial
- Incrementar la demanda internacional

3.5.- Autodiagnòstic de Potries com DTI

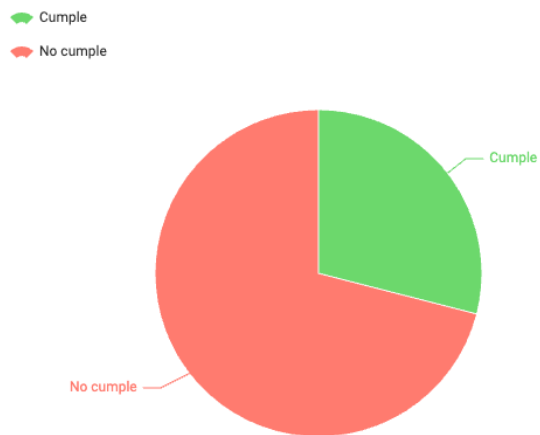
Amb data 13 de març de 2023, des de la Xarxa de Destins Intel·ligents de la Comunitat Valenciana, es va comunicar que Potries havia obtingut el nivell 1.

S'ha completat l'autodiagnòstic, obtenint els següents resultats:

Compliment total d'indicadors:

Del total d'indicadors existents Potries compleix una mica més del 25%, cosa que significa un començament i permet establir les futures actuacions que milloren el desenvolupament d'aquests indicadors.

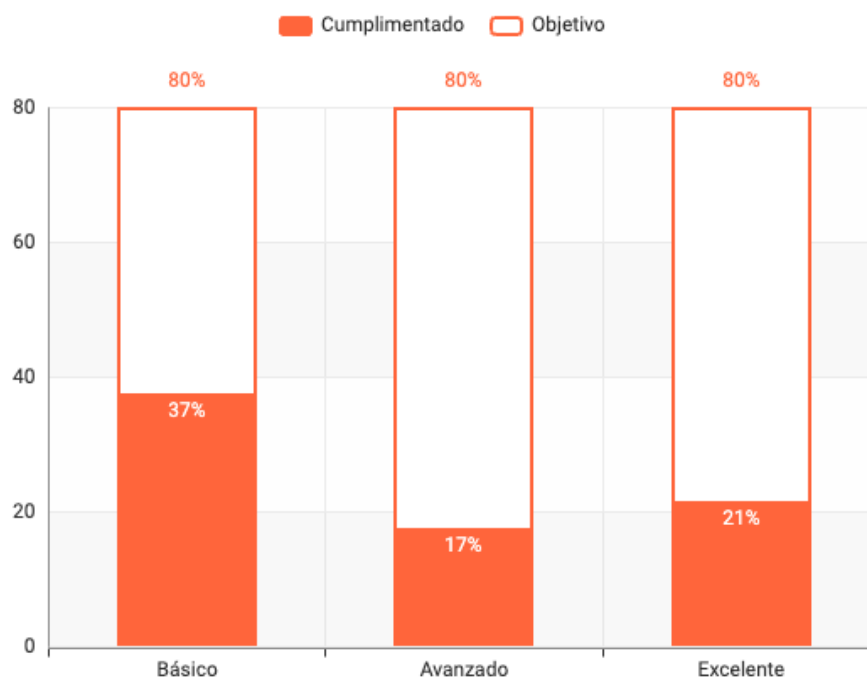
Cumplimiento total de indicadores



Compliment d'indicadors per nivells:

Si s'analitza per nivells, Potries aconsegueix un 37% d'indicadors en el nivell bàsic, mentre que té un 17% del nivell avançat i un 21% del nivell excel·lent.

Cumplimiento de indicadores por niveles

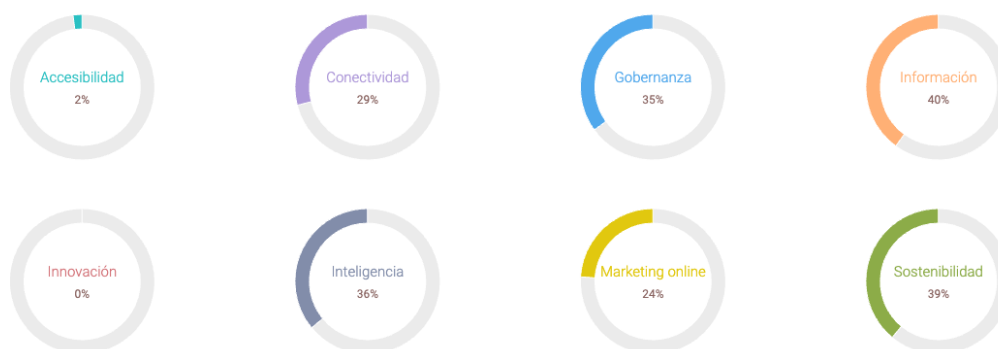


Compliment d'indicators, distribució i progrés dels àmbits:

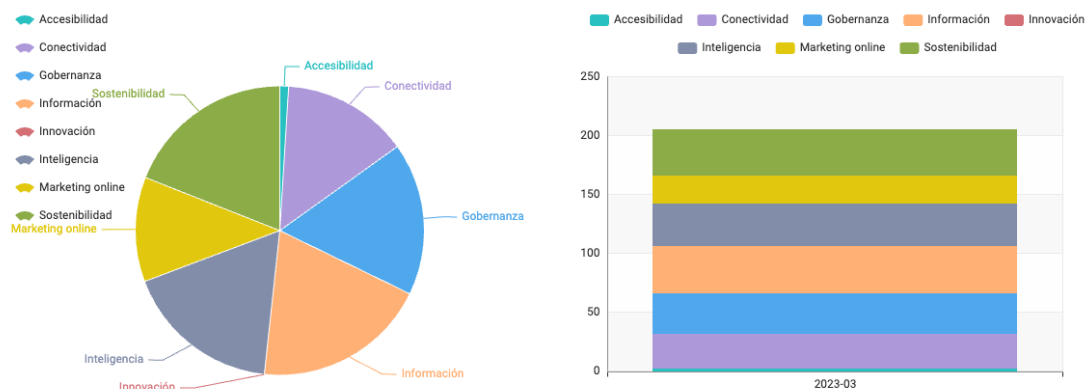
Si analitzem els 8 àmbits de treball, observem que el d'informació és el més complet (40%), seguit de sostenibilitat (39%), intel·ligència (36%) i governança (35%). En un segon bloc podem trobar els àmbits de connectivitat (29%) i màrqueting en línia (24%). Finalment, els àmbits menys desenvolupats són els d'accessibilitat (2%) i innovació (0%).

Per tant, cal atendre a tots els àmbits intentant superar aquests percentatges i millorar durant tot el primer any per a consolidar el nivell de Potries com DTI i establir les bases per a aconseguir el segon nivell a mitjà termini i el tercer nivell a llarg termini.

Cumplimiento de indicadores por ámbito

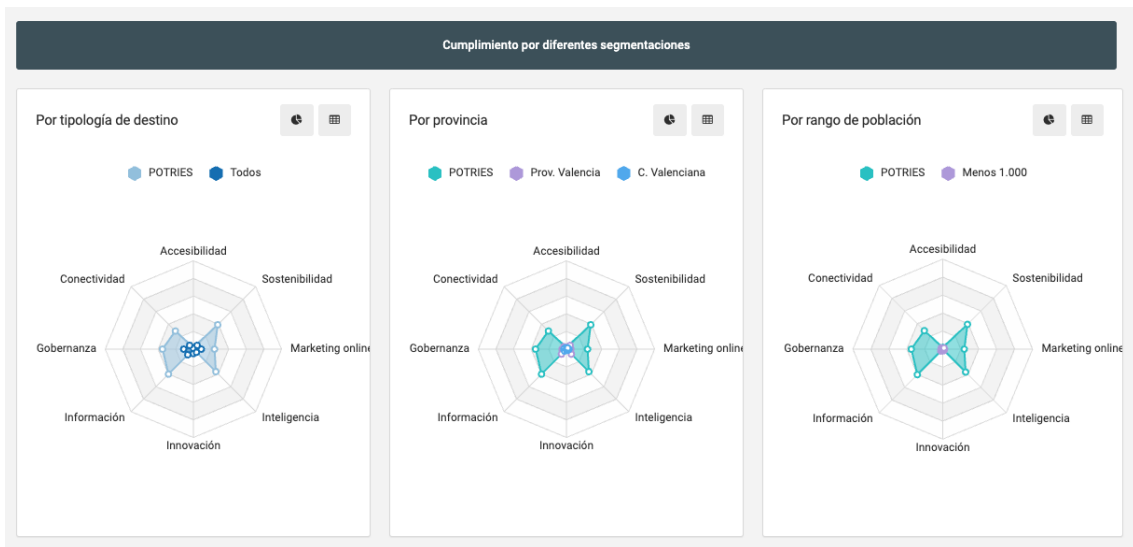


Distribución y progreso de los ámbitos



Compliment per diferents segmentacions:

Quant a la comparativa per tipologia de destí, per província i per rang de població, aquests són els gràfics obtinguts:



3.6.- Actuacions per al compliment de l'autodiagnòstic

3.6.1.- La governança

Concepte: L'Organització Mundial del Turisme assumeix la definició de la governança turística com “una pràctica de govern susceptible de mesurament, que té per objecte dirigir eficaçment al sector turisme en els diferents nivells de govern, mitjançant formes de coordinació, col·laboració i/o cooperació eficients, transparents i subjectes a la rendició de comptes, que permeten realitzar les metes d'interès col·lectiu que comparteixen les xarxes d'actors que incideixen en el sector, amb la finalitat d'aconseguir solucions i oportunitats, amb base en acords sustentats en el reconeixement d'interdependències i responsabilitats compartides” (Duran, 2013, p. 36).

Comunitat Valenciana: la incorporació dels principis de la governança en la gestió turística es vincula directament amb el nivell estratègic-relacional del model DTI-CV. És necessari lideratge polític, confiança i compromís entre els agents turístics, secunde ciutadà i visió estratègica per a transformar la gestió turística tradicional.

Autodiagnòstic:

Autodiagnóstico DTI-CV

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
GOB_01 - Recursos humanos	GOB_B.01.1	Técnico específico para gestión del turismo	Básico	Sí	Sí	
GOB_01 - Recursos humanos	GOB_A.01.2	Personal técnico cualificado	Avanzado	Sí	Sí	
GOB_02 - Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	GOB_B.02.1	Plan estratégico de turismo aprobado en un periodo inferior a 5 años	Básico	Sí	No	
GOB_02 - Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	GOB_B.02.2	Plan elaborado con participación pública y colaboración con el sector privado	Básico	Sí	No	
GOB_02 - Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	GOB_B.02.3	Sistema de control y seguimiento del plan	Básico	Sí	No	
GOB_02 - Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	GOB_A.02.4	Plan disponible en la web municipal	Avanzado	Sí	No	
GOB_02 - Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	GOB_B.02.5	Plan de acción anual para su desarrollo	Básico	Sí	No	
GOB_02 - Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	GOB_B.02.2	Plan elaborado con participación pública y colaboración con el sector privado	Básico	Sí	No	
GOB_03 - Coordinación interdepartamental de turismo	GOB_B.03.1	Comisión Técnica Interdepartamental para el desarrollo del DTI	Básico	Sí	Sí	
GOB_04 - Existencia de un Plan Operativo de Turismo (POT) anual	GOB_B.04.1	Consignación presupuestaria en turismo	Básico	Sí	Sí	
GOB_04 - Existencia de un Plan Operativo de Turismo (POT) anual	GOB_B.04.2	Disponibilidad del plan estratégico de turismo en la web municipal	Básico	Sí	No	
GOB_04 - Existencia de un Plan Operativo de Turismo (POT) anual	GOB_B.04.3	Presupuesto asociado al desarrollo del POT y del DTI	Básico	Sí	No	
GOB_05 - Colaboración público-privada	GOB_B.05.1	Consejo municipal de turismo, con carácter consultivo	Básico	Sí	No	
GOB_05 - Colaboración público-privada	GOB_B.05.2	Desarrollo de una iniciativa de colaboración público-privada	Básico	Sí	No	
GOB_05 - Colaboración público-privada	GOB_A.05.3	Ente mixto de gestión del destino	Avanzado	Sí	No	
GOB_05 - Colaboración público-privada	GOB_A.05.4	Foro online o newsletter	Avanzado	Sí	No	
GOB_05 - Colaboración público-privada	GOB_A.05.5	Desarrollo de dos iniciativas de colaboración público-privada	Avanzado	Sí	No	
GOB_05 - Colaboración público-privada	GOB_E.05.6	Desarrollo de tres iniciativas de colaboración público-privada	Excelente	Sí	No	
GOB_06 - Desarrollo de la Administración	GOB_E.06.1	Portal de transparencia: existencia y	Excelente	Sí	Sí	

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
Electrónica/ Administración Abierta		funcionamiento real				
GOB_07 - Sistemas de gestión de calidad implantados con un enfoque de destino	GOB_A.07.1	SICTED	Avanzado	Sí	Sí	
GOB_08 - Campañas de sensibilización social hacia el turismo	GOB_A.08.1	Desarrollo de una campaña de sensibilización	Avanzado	Sí	No	
GOB_09 - Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo	GOB_B.9.1	Desarrollo de una acción al año cuyo retorno haya sido analizado	Básico	Sí	Sí	
GOB_09 - Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo	GOB_A.9.2	Dos acciones al año cuyo retorno haya sido analizado	Avanzado	Sí	Sí	
GOB_09 - Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo	GOB_E.9.3	Tres acciones al año cuyo retorno haya sido analizado	Excelente	Sí	No	
GOB_11 - Coordinación y gestión del plan DTI	GOB_E.11.1	Smart Office para la coordinación y gestión del desarrollo del DTI	Excelente	Sí	No	
GOB_11 - Coordinación y gestión del plan DTI	GOB_E.11.2	Responsable de la coordinación y gestión del desarrollo del DTI	Excelente	Sí	Sí	

3.6.2.- La sostenibilidad

Concepte: l'Assemblea General de l'ONU va adoptar en 2015 la “Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible” amb 17 objectius i 169 indicadors a manera de metes.

En aquest context, l'Organització per a Nacions Unides va declarar 2017 “Any Internacional del Turisme Sostenible per al Desenvolupament”, amb especial incidència en 5 àmbits clau:

1. Creixement econòmic inclúsiu i sostenible.
2. Inclusió social, ocupació i reducció de la pobresa.
3. Ús eficient dels recursos, protecció ambiental i canvi climàtic.
4. Valors culturals, diversitat i patrimoni.
5. Comprensió mútua, pau i seguretat.

Comunitat Valenciana: des del punt de vista de la política turística, el Llibre blanc del Turisme per a una nova estratègia turística de la Comunitat Valenciana subratlla la coordinació interdepartamental com la clau per al desenvolupament d'actuacions amb abast real en el territori, que doten al model turístic de la Comunitat Valenciana d'unes condicions sostenibles i competitives a partir de quatre objectius bàsics:

- La renovació i diversificació dels espais litorals madurs.
- La integració funcional del turisme en els espais urbans i metropolitans.
- La revaloració turística dels espais naturals protegits.
- La vertebració de l'interior a través de nodes i eixos turístics que fomenten la complementarietat territorial com a valor diferencial de la nostra oferta turística.

La gestió del territori turístic es complementa amb el suport als sistemes de gestió de qualitat i mediambientals en empreses, iniciatives per a la prevenció i adaptació al canvi climàtic, subscripció del Codi Ètic del Turisme de la Comunitat Valenciana, sensibilització de la demanda turística i accions de promoció de productes turístics adaptats als principis de la sostenibilitat.

Autodiagnòstic:

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
SOST_01 - Planeamiento urbanístico que incluye una normativa específica que contemple el modelo turístico	SOST_A_01.1	Adaptación ETV	Avanzado	Sí	0%	
SOST_02 - Aplicación de planes o instrumentos específicos para el desarrollo turístico sostenible	SOST_E_02.1	Existencia de Agenda 21 Local, certificaciones en sostenibilidad, etc.	Excelente	Sí	50%	
SOST_04 - Fomento de la economía circular	SOST_E_04.2	Plan de tratamiento de residuos	Excelente	Sí	100%	
SOST_05 - Gestión del ciclo del agua	SOST_B_05.2	Sistemas de control de depuración y reutilización de aguas residuales	Básico	Sí	No	
SOST_06 - Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	SOST_B_06.1	Existencia de un sistema de indicadores de sostenibilidad	Avanzado	Sí	No	
SOST_06 - Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	SOST_B_06.2	Actualización periódica del sistema de indicadores	Básico	Sí	No	
SOST_06 - Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	SOST_E_06.3	Integración programa europeo ETIS	Excelente	Sí	No	
SOST_06 - Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	SOST_A_06.4	Publicación de datos en abierto a través de su web	Avanzado	Sí	No	
SOST_07 - Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes	SOST_B_07.1.	Desarrollo de una campaña	Básico	Sí	Sí	
SOST_07 - Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes	SOST_A_07.2.	Desarrollo de dos campañas	Avanzado	Sí	Sí	
SOST_07 - Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes	SOST_E_07.3.	Desarrollo de tres campañas	Excelente	Sí	Sí	
SOST_08 - Plan de adaptación al Cambio Climático	SOST E_08.1	Existencia del plan/ estrategia de adaptación	Excelente	Sí	No	

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
SOST_09 - Suscripción del Código Ético del Turismo Valenciano	SOST_B_9.1	Subscripción	Básico	Sí	Sí	
SOST_11 - Acciones de sensibilización turística a favor de la sostenibilidad para visitantes	SOST_A_11.1	Realización de una acción anual	Avanzado	Sí	No	
SOST_13 - Garantizar la seguridad y atención sanitaria al visitante	SOST_B_13.1	Atención sanitaria a los visitantes garantizada	Básico	Sí	Sí	
SOST_13 - Garantizar la seguridad y atención sanitaria al visitante	SOST_B_13.3	Monitorización y difusión del impacto del COVID-19 en el destino	Básico	Sí	No	
SOST_14 - Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en destino	SOST_B_14.1	Programa específico con protocolos de actuación vinculados con la coordinación de autoridades sanitarias ante cualquier situación de posibles pandemias	Básico	Sí	No	
SOST_14 - Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en destino	SOST_B_14.2	Plan Especial de Protección Civil / programas de emergencia o similares	Básico	Sí	Sí	
SOST_14 - Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en destino	SOST_B_14.3	% Efectivos policiales x 1.000 habitantes	Básico	Sí	No	

3.6.3.- L'accessibilitat

Concepte: és el cas del turisme accessible, aquell que té en compte les diferents discapacitats del turista i genera productes i serveis específics o adaptats. D'altra banda, com un concepte de major amplitud i responsabilitat social, tenim el turisme inclusiu, que avança sobre l'anterior i interpreta com a premissa bàsica la inclusió de principis d'accessibilitat universal en la gestió dels destins.

Comunitat Valenciana: s'ha promogut un Pla Estratègic de Turisme Accessible, elaborat per la Plataforma Representativa Estatal de Persones amb Discapacitat Física (PREDIF), gràcies a un acord de col·laboració amb l'Agència Valenciana del Turisme. És el marc de referència a l'hora d'establir una estratègia de promoció del turisme accessible en els destins valencians. Aquest document analitza el grau d'accessibilitat d'una selecció de recursos i establiments turístics del destí (d'aquells dels quals existeix informació disponible). A més, també valora l'accessibilitat del destí per part dels agents vinculats al turisme i a la Comunitat, gràcies al desenvolupament de taules de treball i entrevistes sectorials

a.- Accessibilitat física del destí.

S'inclouen ací accions relacionades amb l'accessibilitat dels recursos i rutes turístiques més visitades; l'accessibilitat dels serveis d'informació; l'existència de guies integrals d'accessibilitat del destí; l'existència material promocional imprès adaptat; l'existència de transport públic accessible.

b.- Accessibilitat digital del destí.

S'inclouen ací totes les accions relacionades amb el domini digital, principalment aquelles que donen compliment a l'accessibilitat de la web i l'adaptació de material promocional en línia publicat; la inclusió de recursos informatius per a persones amb discapacitat (signoguías, audioguies,...).

Autodiagnòstic:

Autodiagnòstic DTI-CV

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
ACC_01 - Recursos/ atractivos turísticos accesibles	ACC_B_01.1	Adaptación a la accesibilidad de 1/3 de los recursos/rutas más visitada	Básico	Sí	1 acción	
ACC_01 - Recursos/ atractivos turísticos accesibles	ACC_A_01.2	Adaptación a la accesibilidad de 2/3 de los recursos/rutas más visitadas	Avanzado	Sí	Ninguna acción	
ACC_01 - Recursos/ atractivos turísticos accesibles	ACC_E_01.3	Adaptación a la accesibilidad de todos los recursos/rutas más visitadas	Excelente	Sí	Ninguna acción	
ACC_02 - Servicio de información adaptado a personas con discapacidad	ACC_B_02.1	Oficina de información turística adaptada en su zona interior	Básico	Sí	No	
ACC_02 - Servicio de información adaptado a personas con discapacidad	ACC_A_02.2	Personal con formación específica en accesibilidad	Avanzado	Sí	No	
ACC_03 - Cumplimiento de accesibilidad Web (Protocolo WAI)	ACC_B_03.1	Nivel A	Básico	Sí	Ninguna acción	
ACC_03 - Cumplimiento de accesibilidad Web (Protocolo WAI)	ACC_A_03.2	Nivel AA	Avanzado	Sí	Ninguna acción	
ACC_03 - Cumplimiento de accesibilidad Web (Protocolo WAI)	ACC_E_03.3	Nivel AAA	Excelente	Sí	Ninguna acción	
ACC_04 - Promoción del turismo accesible	ACC_B_04.1	Guía online de accesibilidad turística municipal	Básico	Sí	No	
ACC_04 - Promoción del turismo accesible	ACC_B_04.2	Material promocional adaptado	Básico	Sí	No	
ACC_04 - Promoción del turismo accesible	ACC_A_04.3	Campañas de sensibilización y posicionamiento del destino	Avanzado	Sí	No	
ACC_04 - Promoción del turismo accesible	ACC_E_04.4	Servicios de apoyo en las oficinas de información turística y en otros puntos de interés turístico	Excelente	Sí	No	
ACC_06 - Planificación en materia de accesibilidad	ACC_A_06.1	Plan de Accesibilidad Turística	Avanzado	Sí	0%	
ACC_06 - Planificación en materia de accesibilidad	ACC_A_06.2	Existencia de un inventario de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles	Avanzado	Sí	0%	
ACC_07 - Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/ innovadoras	ACC_A_07.1	Desarrollo de iniciativas de mejora de la accesibilidad a través de herramientas tecnológicas	Avanzado	Sí	No	

3.6.4.- La innovació

Concepte: innovar pot definir-se vagament com generar i aplicar idees que aporten valor, que solucionen problemes. En els DTIs la tecnologia és la base fonamental per a innovar i les empreses que les aprofiten (tant startups com a empreses consolidades), juntament amb l'ens gestor, són els capaços d'introduir les innovacions i derivar d'elles valor per al turista, per a les empreses i per al propi destí.

Comunitat Valenciana: un destí, per a apostar per la innovació, ha d'assegurar-se el compliment d'una sèrie de condicions de partida bàsiques. Per part de l'ajuntament o ens gestor s'ha de tractar d'aconseguir:

- Fort col·laboració públic-privada
- Unió entre empresariat
- Col·laboració amb centres d'investigació
- Suport, ajuda i assessorament a emprenedors
- Suport a idees i projectes
- Formació contínua i de qualitat per a RR.HH. Qualificació de professionals

Autodiagnòstic:

Autodiagnòstico DTI-CV

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
INN_01 - Fomento de la innovación turística	INN_A_01. 1	Concursos de ideas por parte del ayuntamiento/ente gestor	Avanzado	Sí	No	
INN_01 - Fomento de la innovación turística	INN_B_01. 2	Organización de cursos de formación en relación con el turismo	Básico	Sí	No	

3.6.5.- La connectivitat

Concepte: la connectivitat és un eix transversal en els destins intel·ligents. Internet, però també altres tipus de connexions possibiliten que el turista, el destí i les empreses es funden en una interacció constant i en tots els moments del cicle del viatge. Un DTI ha de tindre una connectivitat ubiqua, proporcionant-la en tot moment i espai del destí. Això possibilitarà que els turistes estiguen més ben informats, permetrà al destí dur a terme un màrqueting contextual i una constant relació amb el turista, i als propis visitants els facilitarà la compartició de les seues experiències a través dels mitjans socials, la qual cosa al seu torn redunda en un procés de màrqueting continu per al destí.

Comunitat Valenciana: el desenvolupament de solucions tecnològiques i el desplegament de la Xarxa DTI-CV són dos dels elements que afavoreixen i faciliten la connectivitat en tot el territori, tant entre el turista i els destins, com entre els propis destins.

Autodiagnòstic:

Autodiagnóstico DTI-CV

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
CO_01 - Conectividad de calidad en el destino	CO_B_01.1	Cobertura 75% 2Mb	Básico	Sí	100%	
CO_02 - Conectividad en oficinas de información turística	CO_E_02.1	Existencia de Wifi en todas las oficinas de información turística	Excelente	Sí	No	
CO_03 - Conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos disponen de WiFi público gratuito	CO_B_03.1	Existencia de un punto turístico con WIFI público gratuito	Básico	Sí	Sí	
CO_05 - Sensorización del destino	CO_A_05.1	Existencia de al menos dos zonas o recursos de interés dotados de sistemas de sensorización	Avanzado	Sí	No	
CO_06 - Sistemas de gestión de espacios turísticos	CO_A_06.1	Sistemas de pago e información contact - less (pago online, NFC, QR, etc.)	Avanzado	Sí	No	
CO_06 - Sistemas de gestión de espacios turísticos	CO_E_06.2	Sistemas de información y gestión de los movimientos de peatones y cálculo de flujos turísticos	Excelente	Sí	No	
CO_06 - Sistemas de gestión de espacios turísticos	CO_E_06.3	Uso de tecnología de última generación para el control e información de aforos en espacios públicos	Excelente	Sí	No	

3.6.6.- Intel·ligència

Concepte: l'anàlisi de les dades ocupa un lloc central en totes les indústries del segle XXI, com a conseqüència directa de la creixent aplicació tecnològica i els nous perfils de consumidors. Ara les interaccions amb el client generen diàriament una enorme quantitat de dades que, mitjançant solucions tecnològiques específiques com el Big Data o Data Mining, poden desembocar en una millora tant del destí com de l'experiència del turista, que en termes generals es beneficia d'una millora de la seua experiència turística.

Comunitat Valenciana: la intel·ligència per a un DTI consisteix a seleccionar d'acord amb les característiques d'aquest, les dades més valuoses per al gestor i empresariat local. La seua anàlisi i gestió integrada sobre la base d'indicadors clau permetrà obtindre avantatges competitius que sustenten línies d'acció intel·ligents.

Autodiagnòstic:

Autodiagnóstico DTI-CV

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
IT_01 - Análisis de la demanda turística	IT_B.01.1	Encuestación a demanda (no Red Tourist Info)	Básico	Sí	100%	
IT_02 - Barómetro empresarial	IT_B.02.1	Encuestas de ocupación	Básico	Sí	No	
IT_02 - Barómetro empresarial	IT_B.02.2	Encuestas de confianza empresarial	Básico	Sí	No	
IT_03 - Analítica web	IT_B.03.1	Informe anual de perfil de usuario online (visitas, palabras clave, intereses, etc.)	Básico	Sí	0%	
IT_05 - Analítica redes sociales	IT_B.05.1	Personal o empresa que dinamiza las redes sociales	Básico	Sí	Sí	
IT_05 - Analítica redes sociales	IT_B.05.2	Personal o empresa que realice seguimiento y análisis de las redes sociales	Básico	Sí	Sí	
IT_08 - Geolocalización de recursos turísticos	IT_B.08.1	Recursos geolocalizados en Google My Business u otros	Básico	Sí	Sí	
IT_09 - Aplicación móvil	IT_A.09.1	Aplicación móvil de destino que permita la obtención de datos relevantes para la gestión turística	Avanzado	Sí	No	
IT_10 - Ciberseguridad	IT_E.10.1	Existencia de una estrategia de Ciberseguridad	Excelente	Sí	0%	
IT_11 - Sistemas de inteligencia	IT_A.11.1	Uso de tecnologías para la transformación de datos y análisis de la información (Business Intelligence, Business Analytics, etc.)	Avanzado	Sí	No	
IT_11 - Sistemas de inteligencia	IT_E.11.2	Captación automática de datos del visitante vía Wifi cautiva, Apps, web (cumpliendo normativa de protección de datos)	Excelente	Sí	No	

3.6.7.- La informació

Concepte: el turista digital, com així ho han denominat diferents autors, planifica els seus viatges utilitzant fonts d'informació alternatives a la web de la destinació, com a blogs, plataformes de viatges com TripAdvisor o xarxes socials, on consulta les experiències d'altres usuaris per a tancar el seu procés de selecció (Huang, Goo, Nam, i Woo, 2017). Durant la seua estada també fa ús d'aquestes fonts d'informació per a contrastar experiències i bolcar les seues pròpies, gràcies la tecnologia de la qual fa ús (Ivars-Baidal, Celdrán-Berna- beu, Mazón, & Perles-Ivars, 2017). Després del viatge aporta les seues experiències en les mateixes plataformes que li van permetre decidir el seu destí, la qual cosa posa de manifest la importància de la gestió d'aquests processos de co-creació per a l'esdevenir de les destinacions turístiques del segle XXI.

Comunitat Valenciana: tota la informació generada per la Xarxa DTI-CV és compartida en Internet, així com els indicadors que permeten oferir seguretat als turistes en aquesta regió.

Autodiagnòstic:

Autodiagnóstico DTI-CV

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
INF_01 - Material promocional en formato digital	INF_B_01.1	Zona de descargas de material promocional en web turística del destino	Básico	Sí	Sí	
INF_01 - Material promocional en formato digital	INF_B_01.2	Guía turística multiidoma	Básico	Sí	Sí	
INF_01 - Material promocional en formato digital	INF_B_01.3	Mapas y folletos temáticos / productos turísticos	Básico	Sí	Sí	
INF_02 - Punto de Información Turística 24/7	INF_B_02.1	Punto información turística 24h en Tourist Info	Básico	Sí	Sí	
INF_02 - Punto de Información Turística 24/7	INF_A_02.2	Punto información turística 24h en otra ubicación	Avanzado	Sí	Sí	
INF_03 - Asistencia virtual	INF_B_03.1	Uso de Whatsapp, Telegram o cualquier otra aplicación de social messaging	Básico	Sí	No	
INF_03 - Asistencia virtual	INF_B_03.2	Uso de herramientas de videoconferencia para la atención turística	Básico	Sí	No	
INF_03 - Asistencia virtual	INF_E_03.3	Uso de herramientas de inteligencia artificial para la atención 24h a través de web (chatbot), redes sociales o aplicación móvil	Excelente	Sí	No	
INF_04 - Web multidispositivo	INF_B_04.1	Existencia de web adaptada a dispositivos móviles	Básico	Sí	Sí	
INF_05 - Presencia activa en redes sociales	INF_B_05.1	Uso de cuadro de mando para la monitorización de redes sociales	Básico	Sí	No	
INF_06 - Certificación con Q de calidad turística	INF_B_06.1	Tourist Info Certificada	Básico	Sí	No	
INF_07 - Información sobre conectividad Wi-Fi	INF_A_07.1	Información online de los puntos Wi-Fi del destino a través de web, redes sociales y otros soportes	Avanzado	Sí	0%	
INF_07 - Información sobre conectividad Wi-Fi	INF_A_07.2	Información offline de los puntos WiFi del destino a través de cartelería, señalética y otro soportes	Avanzado	Sí	No	
INF_08 - Señalética sensorizada	INF_B_08.1	Uso de códigos QR, beacons o similar para la señalética direccional e interpretativa	Básico	Sí	6%	
INF_08 - Señalética sensorizada	INF_E_08.3	Integración de la señalética inteligente con apps o con la aplicación turística de destino	Excelente	Sí	No	

3.6.8.- El màrqueting en línia

Concepte: quatre àmbits d'actuació constitueixen les bases de les estratègies de màrqueting en línia que tot DTI ha d'abordar:

1.- La web

2.- Mitjans socials

3.- Posicionament (SEO), SEM-publicitat i monitoratge

4.- Customer Relationship Management (CRM) i màrqueting contextual

Comunitat Valenciana: aquesta regió elabora anualment un Pla de Màrqueting Turístic que analitza la situació i indica els objectius a complir i els passos a seguir, mitjançant accions, en el desenvolupament del màrqueting en línia.

Autodiagnòstic:

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
MO_01 - Monitorización de marca	MO_B_01.1	Google Analytics mensual	Básico	Sí	No	
MO_01 - Monitorización de marca	MO_B_01.2	Informe de seguimiento	Básico	Sí	No	
MO_02 - Social Media: Plan y marketing	MO_B_02.1	Social media plan	Básico	Sí	No	
MO_02 - Social Media: Plan y marketing	MO_B_02.2	Aplicación / Implementación del Social media plan	Básico	Sí	No	
MO_03 - Posicionamiento y acciones SEO	MO_B_03.1	Existencia de web de turismo	Básico	Sí	Sí	
MO_03 - Posicionamiento y acciones SEO	MO_B_03.2	Acciones de SEO / Posicionamiento en Google	Básico	Sí	Sí	
MO_03 - Posicionamiento y acciones SEO	MO_B_03.3	Existencia de URL turística del destino	Básico	Sí	Sí	
MO_03 - Posicionamiento y acciones SEO	MO_B_03.4	Actualización semanal de contenidos	Básico	Sí	Sí	
MO_03 - Posicionamiento y acciones SEO	MO_B_03.5	Perfiles en redes sociales con link a la web	Básico	Sí	No	
MO_04 - Inversión en publicidad online - SEM	MO_B_04.1	Acciones de SEM y publicidad en redes sociales	Básico	Sí	No	
MO_04 - Inversión en publicidad online - SEM	MO_B_04.2	Medición del impacto de la inversión en SEM	Básico	Sí	No	
MO_04 - Inversión en publicidad online - SEM	MO_B_04.3	Medición del impacto en publicidad online (redes sociales y otros)	Básico	Sí	No	
MO_05 - Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual	MO_B_05.1	Subscripción newsletter del destino	Básico	Sí	0%	
MO_05 - Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual	MO_B_05.2	Atención / Respuestas por redes sociales <24h	Básico	Sí	Sí	
MO_05 - Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual	MO_B_05.3	Sistema de recomendaciones de actividades y experiencias en destino	Básico	Sí	No	
MO_05 - Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual	MO_A_05.4	Promoción trimestral por mail	Avanzado	Sí	No	
MO_06 - Plan de marketing online	MO_B_06.1	Plan de marketing general	Básico	Sí	No	
MO_06 - Plan de marketing online	MO_B_06.2	Plan de marketing online	Básico	Sí	No	
MO_06 - Plan de marketing online	MO_B_06.3	Monitorización y seguimiento de la ejecución del plan de marketing online	Básico	Sí	No	
MO_06 - Plan de	MO_A_06.	Colaboración con empresas	Avanzado	Sí	No	

Variable	Código	Medición	Nivel	Completado	Valor	Acciones
marketing online	4	en el desarrollo de las acciones del plan de marketing (comarketing online)				
MO_07 - Reputación online	MO_E_07.1	Uso de herramienta de medición de reputación online del destino	Excelente	Sí	No	

3.7.- Conclusions i full de ruta

A partir de la realització d'aquest diagnòstic es plantegen els següents passos a seguir:

- 1.- Actualització als nous indicadors a partir d'abril de 2023
- 2.- Informació i validació per part de la Comissió Interdepartamental i l'Ajuntament de Potries
- 4.- Informació a la ciutadania i posada en marxa d'un procés participatiu
- 5.- Incorporació en el pla d'acció de 2023-2024 de l'Ajuntament de Potries
- 6.- Assistència a totes les reunions de la Xarxa DTI
- 7.- Revisió de l'autodiagnòstic amb les millores implementades

En València, a 31 marzo 2023



Gersón Beltrán López

(Núm 0147 Colegio de Geógrafos de España)

Play&go experience