

Plan Estratégico de Turismo 2023 - 2027

RIBA-ROJA DE TÚRIA



AJUNTAMENT *de*
RIBA-ROJA DE TÚRIA



TURISME
I PATRIMONI
RIBA-ROJA DE TÚRIA

•sien•

PLANIFICACIÓN INTELIGENTE

www.sienconsulting.com | info@sienconsulting.com

Índice

1. Introducción	2
2. Objetivos y metodología del Plan Estratégico de Turismo	3
3. Riba-roja de Túria, caracterización del municipio	6
3.1. Análisis territorial y socioeconómico	6
3.2. Accesos y comunicaciones	14
4. Turismo en Riba-roja de Túria	17
4.1. Gobernanza del destino	17
4.2. Recursos turísticos	23
4.3. Tipologías turísticas	27
4.4. Oferta turística	33
4.5. Demanda turística	39
4.6. Instalaciones y equipamientos	45
4.7. Promoción y comunicación	47
5. Situación turística global	84
5.1. Análisis del macroentorno	96
6. Diagnóstico del destino	100
6.1. Síntesis de las aportaciones de los actores del destino	100
6.2. Matriz DAFO	112
7. Estrategia de desarrollo turístico.....	128
7.1. Modelo de desarrollo turístico	132
7.2. Retos.....	138
7.3. Líneas estratégicas.....	148
8. Plan de acción	150
8.1. Fichas de actuaciones	154
9. Seguimiento y control.....	212
Anexos	219

1. Introducció

La planificació es, sin duda, la base de la gestió del turisme, ya sea a escala internacional, nacional, autonómica, supramunicipal o local. Al respecto, Riba-roja parte de la premisa de que el turismo debe estar planificado y ordenado atendiendo a las características del territorio, ya que de lo contrario no existirá una correcta integración del turismo en la economía, así como con la sociedad, la cultura y el medio sobre el que se desarrolla la actividad. De este modo, el Ayuntamiento de Riba-roja tiene el pleno convencimiento de que las acciones territoriales deben partir de una estrategia consensuada, participada e integrada, estableciendo así unas directrices que orienten el desarrollo del destino desde una visión holística.

En este sentido, la ejecución de un proceso de planificación dota al destino de una visión completa de la situación ante la que se encuentra, teniendo en cuenta los factores internos y los elementos del entorno que ejercen un impacto sobre el territorio. Su desarrollo permite al destino aumentar su capacidad de resiliencia frente a los constantes cambios que se producen. Además, facilita la materialización de los principios de gobernanza, promoviendo así una gestión basada en el buen gobierno.

Con todo ello, Riba-roja trabaja el presente Plan Estratégico de Turismo con el fin de disponer de una hoja de ruta que asegure un desarrollo turístico sostenible en el tiempo y alineado con la política de ciudad. Este documento de índole estratégica surge de la necesidad de continuar avanzando como destino en base a un desarrollo ordenado, responsable, y sobre todo, participado. Un desarrollo que permita al destino ser más competitivo sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. Un desarrollo focalizado en los principios de hospitalidad y ética promovidos desde Turisme Comunitat Valenciana.

Atendiendo a lo expuesto, el Plan Estratégico de Turismo de Riba-roja presenta la filosofía del destino y el modelo de desarrollo turístico que desea implantarse, estableciendo a su vez el camino a seguir para dar cumplimiento a las metas planteadas. Un camino orientado hacia el crecimiento, el cual permita hacer de Riba-roja un destino turístico unido, único y responsable.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE RIBA-ROJA DE TÚRIA

2023

El camino hacia el crecimiento turístico responsable y cohesionado

2027

2. Objetivos y metodología del Plan Estratégico de Turismo

La situación presentada anteriormente repercute en la necesidad de elaborar el presente Plan Estratégico de Turismo, con el fin de promover un desarrollo turístico planificado, resiliente y adaptado a las necesidades reales del territorio. En definitiva, el Plan Estratégico de Turismo tiene la finalidad de diagnosticar la situación ante la que se encuentra el destino, proponiendo una estrategia y un plan de acción con los que determine la hoja de ruta a seguir por parte del área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Ribera-roja de Túria, en aras de continuar avanzando en el cumplimiento de sus metas como destino.

Concretamente, el Plan Estratégico de Turismo (en adelante PET), se establece como una herramienta puesta a disposición de la administración pública y del sector, con el objeto de:

1. Avanzar en la transformación de la gestión turística de Ribera-roja de Túria hacia un modelo inteligente, participativo e innovador basado en la corresponsabilidad de los actores implicados, públicos y privados.
2. Consolidar un modelo de desarrollo turístico basado en los pilares de la sostenibilidad social, económica y medioambiental.
3. Facilitar la experiencia turística a todas las personas, independientemente de sus condiciones físicas o psíquicas.
4. Integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) manteniendo la calidad turística actual.
5. Mejorar la competitividad del sector y el empleo turístico en Ribera-roja de Túria a través de la cualificación de los recursos humanos vinculados al sector turístico y a las PYMES.
6. Impulsar procesos de digitalización turística para fomentar la gestión del dato y la mejora de la experiencia del usuario.
7. Ampliar la cadena de valor y el ámbito de influencia del turismo en Ribera-roja de Túria con la activación de productos turísticos potenciales.
8. Adecuar y renovar las estrategias de promoción y comercialización a las nuevas tendencias y pautas de consumo turístico.

Para la redacción del presente Plan Estratégico de Turismo se han tomado como referencia fuentes vinculadas a diversos ámbitos asociados con el desarrollo turístico. Fuentes de carácter interno y externo con las que, a su vez, se ha potenciado la participación de los agentes sociales intervinientes en la actividad turística del

destino. En este sentido, se ha procedido al tratamiento e interpretación de los datos recopilados, trabajando los mismos a fin de generar información de valor para el desarrollo de este plan. El resultado ha derivado en la consecución de un exhaustivo estudio del destino y de su entorno, así como en la elaboración de una estrategia turística y un plan de acción adaptado a las necesidades reales del territorio:

▪ Fuentes primarias:

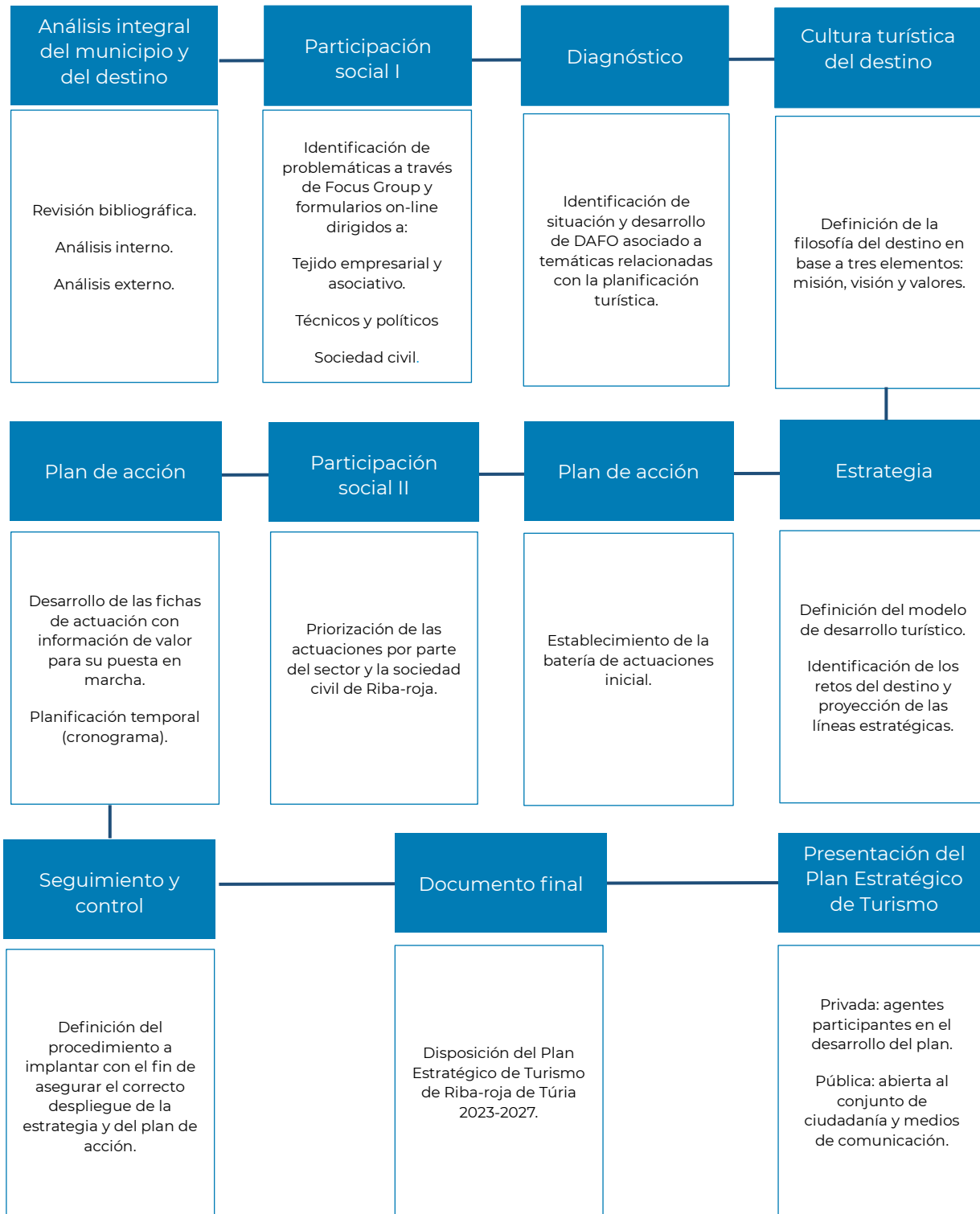
- Ejecución de Focus Group destinados a definir la situación actual y las perspectivas de futuro mediante la visión de los agentes sociales participantes en la actividad turística de Ribarroja.
- Puesta a disposición de formularios on-line dirigidos a la obtención de información de valor por parte de técnicos, políticos y la sociedad civil.
- Entrevista con técnicos de las diferentes áreas del Ayuntamiento de Ribarroja.
- Información obtenida a raíz de las visitas de campo realizadas.

▪ Fuentes secundarias:

- Se han consultado fuentes estadísticas nacionales y autonómicas. Ejemplo de ello son el Instituto Nacional de Estadística (INE), el portal Dataestur, informes de diferentes organizaciones y entidades de carácter nacional o el banco de datos ARGOS, entre otros.
- Se ha efectuado la consulta de comunicaciones científicas, estudios y artículos relacionados con la materia.
- Se ha desarrollado un análisis de la política europea, nacional, autonómica y provincial, junto con el estudio de la estrategia de Ribarroja de Túria como municipio a través de planes, proyectos e información publicada.

A continuación, se presenta visualmente el procedimiento de trabajo seguido (*véase figura 1*), el cual se ha conformado por un total de 11 fases concatenadas en el tiempo. Durante este proceso, se ha priorizado la participación del sector y de la sociedad civil a fin de realizar una estrategia que integre las diferentes realidades del destino, dando respuesta a las mismas. Asimismo, la divulgación de la estrategia se ha estipulado como una fase determinante previa puesta en marcha del plan. Este aspecto responde a la premisa de que el plan debe ser conocido por el conjunto de actores en aras de una efectiva y correcta implantación:

Figura 1. Procedimiento de trabajo aplicado en el Plan Estratégico de Turismo de Riba-roja de Túria



Fuente: elaboración propia

3. Ribarroja de Túria, caracterización del municipio

3.1. Análisis territorial y socioeconómico

3.1.1. Territorio

Ribarroja de Túria es un municipio de la Comunidad Valenciana perteneciente a la comarca del Camp de Túria. Ésta se encuentra limítrofe al norte con las comarcas del Alto Palancia, al oeste con la comarca de Los Serranos, al sur con la comarca de la Foia de Bunyol y al este con las comarcas de L'Horta Nord, L'Horta Oest y el Camp de Morvedre. Concretamente, el municipio de Ribarroja se sitúa al sur de su comarca y a 21 kilómetros al oeste de la ciudad de Valencia, capital provincial y autonómica. Asimismo, el término municipal cuenta con una extensión de 57,49km² y concentra una población de 22.799 habitantes según los últimos datos registrados en el Padrón Municipal (INE,2022).

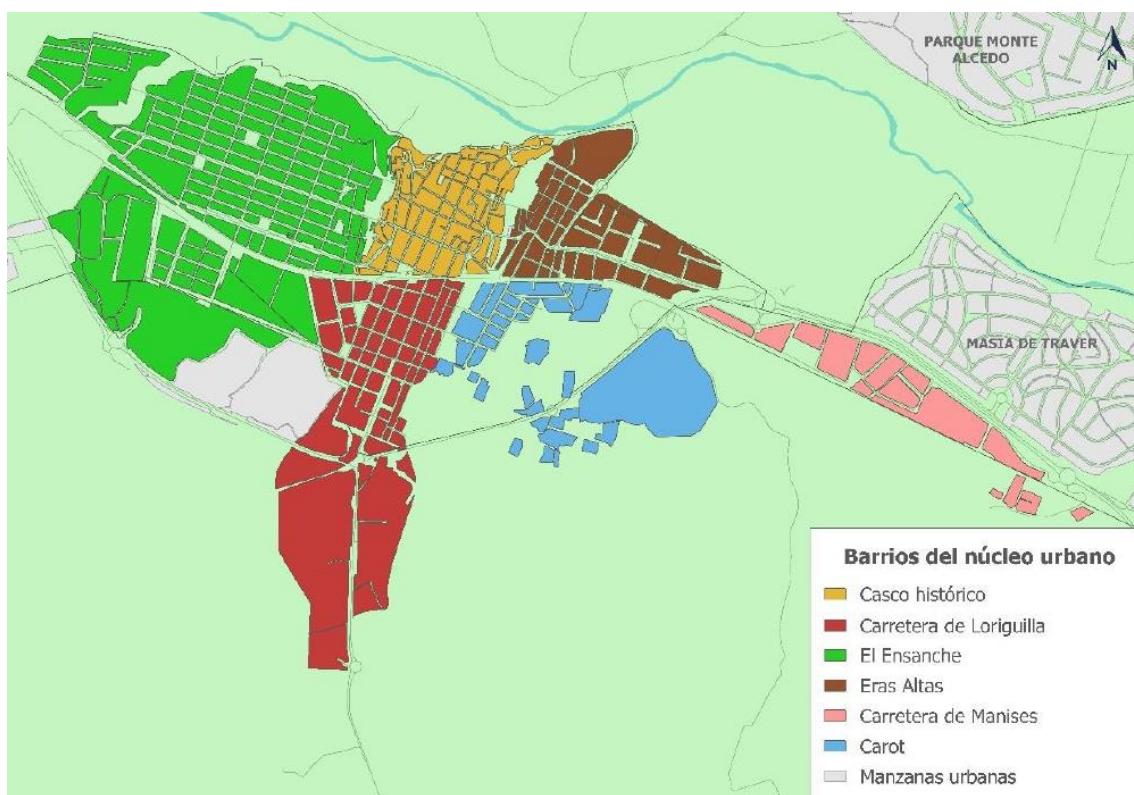
Su emplazamiento geográfico le ha permitido al municipio estar caracterizado por unos valores paisajísticos y morfológicos que lo diferencian del área metropolitana de Valencia. Así pues, su geomorfología, que presenta un relieve montañoso con llanuras suaves, y su red hidrográfica, han favorecido la tenencia de espacios con gran valor y reconocimiento territorial, como el Embalse de la Vallesa (espacio declarado Zona Húmeda), el Valle de Porxinos o el Parque Natural – Fluvial del Río Túria, entre otros.

En relación a este último, el Parque Natural abarca 626,31 Ha. protegidas del territorio, lo que lo posiciona como el tercer municipio con más extensión del recurso, siendo de un 13%. No obstante, y como declara la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI) el municipio evidencia una falta de sensibilización medioambiental y un desconocimiento por los usos permitidos y prohibidos en estos espacios. Un aspecto que, unido a la masificación turística y a las deficiencias regulatorias, acelera la degradación y pérdida medioambiental.

Los citados factores orográficos han condicionado, junto con los diversos cauces del municipio, el crecimiento del núcleo urbano y de sus zonas residenciales. Así pues, mientras que el Barranco dels Moros y el Barranco de Monges atraviesan el casco urbano, el Río Túria actúa de barrera natural en el norte del municipio. De este modo, los recursos mencionados y la línea de ferrocarril ocasionan la división del municipio en los siguientes barrios: el Ensanche, el Casco Histórico, Eras Altas, la Carretera de Manises, el Carot y la Carretera de Loriguilla (véase imagen 1). Al respecto, es importante mencionar un aspecto detectado en el análisis realizado en el marco del desarrollo de la EDUSI de Ribarroja. En este sentido, se identifica como una problemática la fragmentación del territorio que ocasiona la propia orografía de Ribarroja, derivada por la disposición de barrancos que atraviesan el núcleo urbano, fomentándose la división de la población. En este documento también se presentan deficiencias en la conectividad del municipio y el Parque Natural del Túria, donde se

identifican ciertas necesidades asociadas a la preservación del medio natural, dando lugar al desarrollo del proyecto Génesis Túria, con el que el ayuntamiento ha comenzado a eliminar especies invasoras, promoviendo la restauración del espacio físico mediante la plantación de vegetación de ribera. También se ha actuado con este proyecto en la preservación de incendios, un área de mejora que, a su vez, se ha trabajado mediante el proyecto europeo Guardian, con el que se ha creado la mayor infraestructura contra incendios forestales de Europa, y la segunda más grande del mundo.

Imagen 1. Barrios de Riba-roja de Túria



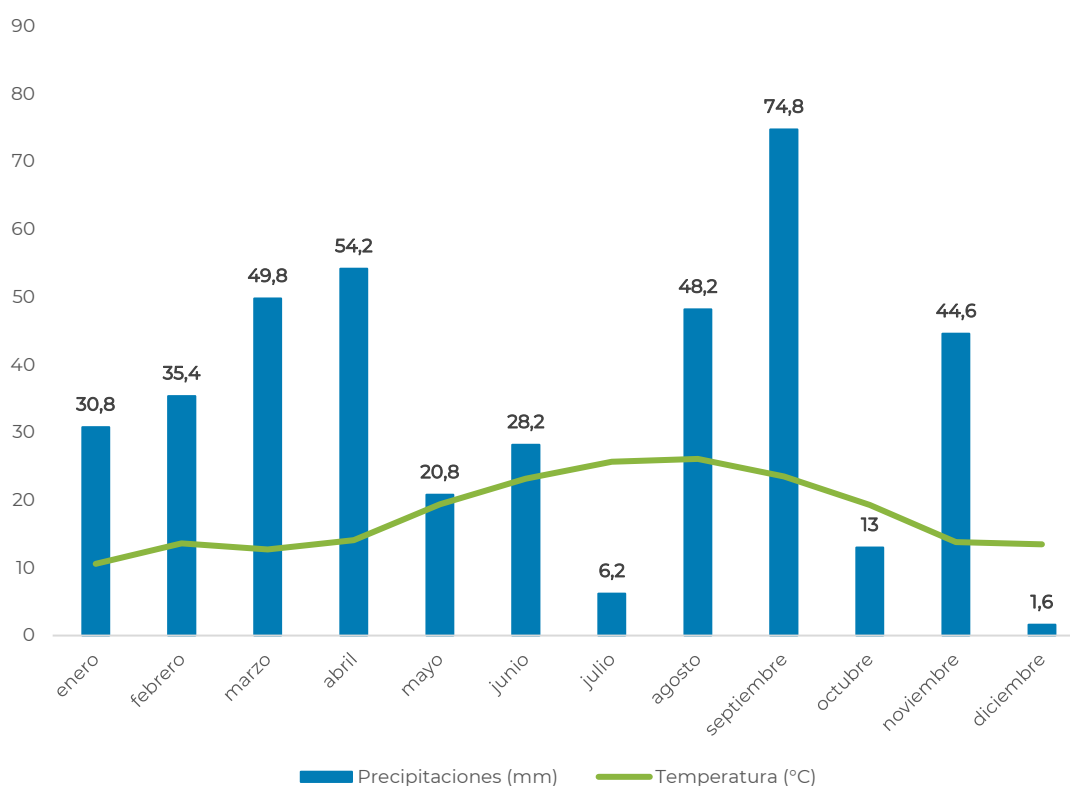
Fuente: Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Riba-roja de Túria (2019)

Los barrios mencionados, y cumpliendo con la normativa establecida en el Plan General de Ordenación Urbana (1996), representan en su conjunto un total de 12 urbanizaciones, encontrándose 7 de ellas en la zona norte (Santa Mónica, El Molinet, Parque Montealcedo, Montealcedo, Entrenaranjos, Santa Rosa y Clot de Navarrete) y 5 en la zona sur (Masía de Traver, La Llobatera, Els Pous, La Reva y Valencia la Vella).

El emplazamiento natural de Riba-roja también debe su configuración al clima de la zona, un clima mediterráneo occidental propio de la llanura litoral septentrional. Las temperaturas, favorecidas en gran parte por el efecto regulador y suavizador del mar Mediterráneo, se presentan cálidas en verano, también como consecuencia del anticiclón de las Azores, y suaves durante el invierno.

Asimismo, y atendiendo a los datos ofrecidos por la Asociación Valenciana de Meteorología (AVAMET), se expone que, durante el año 2021, el municipio registró una temperatura media de 17.9°C, cifra que ha disminuido en comparación con el año 2020, cuya media fue de 18.3°C. En relación al dato de 2021, se obtiene que los meses comprendidos entre mayo y octubre son aquellos en los que se registran temperaturas superiores a la media, mientras que el mes de enero es el más frío en Riba-roja de Túria (véase gráfico 1):

Gráfico 1. Climograma de Riba-roja de Túria (2021)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de AVAMET (2021)

Continuando con lo anterior, Riba-roja registró en el año 2021 una media de 407.6 precipitaciones anuales. No obstante, es necesario mencionar que, en años anteriores, los meses de verano estaban determinados por la sequía, un fenómeno que al coincidir con la máxima insolación, justificaba la elevada humedad ambiental y un tiempo seco y caluroso. En la actualidad, sin embargo, el municipio aún registra precipitaciones durante todo el año, presentando dos picos en primavera y otoño. Referente a esta última estación, y alcanzando su máxima en septiembre (74.8.mm), el fenómeno se puede asociar con la entrada de vientos húmedos de Levante, lo que deriva en la "gota fría", también conocida como DANA.

Relativo también a la cuestión medioambiental, Riba-roja dispone del Plan de Acción por el Clima y la Energía Sostenible del municipio (PACES,2020), con el que se persigue

materializar los objetivos a los que la localidad se compromete con su adhesión al Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía. Concretamente, el plan tiene como fin reducir las emisiones de gases de efecto invernadero a través de acciones relacionadas con la eficiencia energética y las fuentes de energía renovable, posibilitando así la reducción de los efectos de las actividades humanas sobre el clima y el medio ambiente en general. En este sentido, el ayuntamiento de Ribarroja se ha propuesto como objetivo impulsar energías renovables de forma que éstas representen al menos el 27% del consumo de energía del municipio en el año 2030. Asimismo, se ha establecido el reto de reducir las emisiones del municipio en un 40% en el año 2030, respecto a las emisiones de 2010. Para ello, el PACES establece la hoja de ruta a seguir, identificando las actuaciones a acometer en los próximos años.

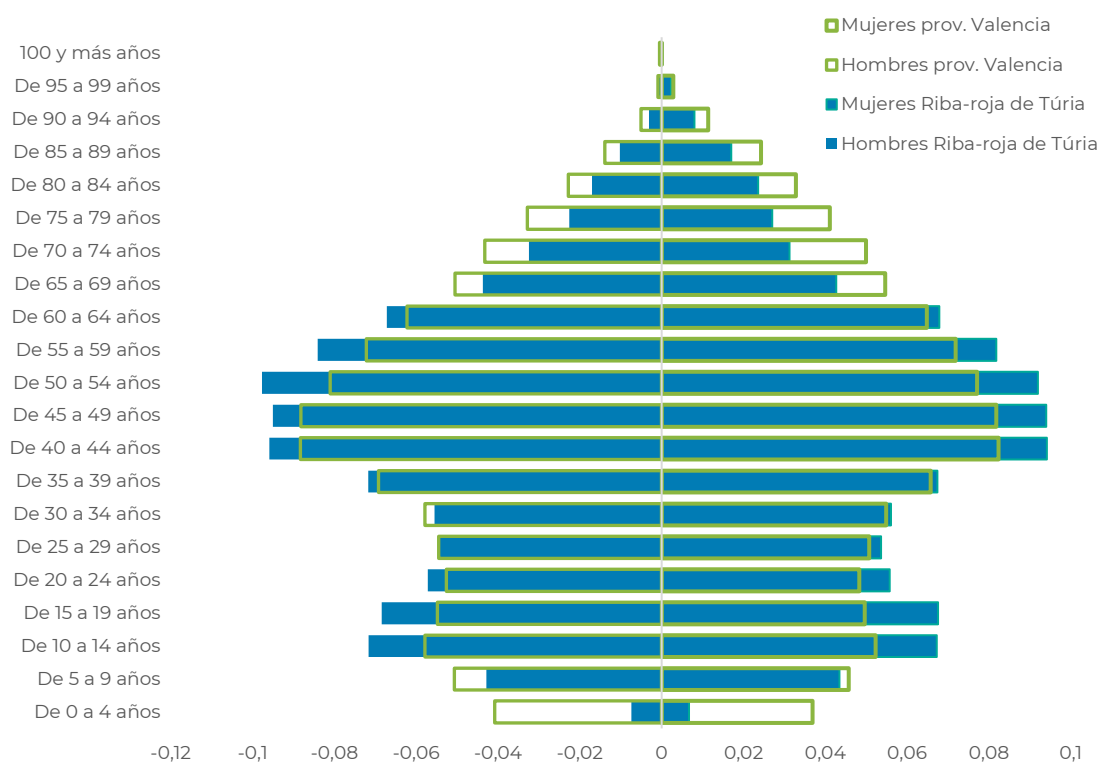


3.1.2. Sociedad y economía

Ribarroja de Túria cuenta en la actualidad con 22.799 habitantes según los últimos datos del Padrón Municipal (INE,2021), una cifra que simboliza al 13,5% de la población perteneciente a la comarca del Camp de Túria.

Realizando un desglose de estos datos en base a la distribución de sus habitantes, la pirámide poblacional del municipio se corresponde con la denominada regresiva o invertida, un histograma representativo de países desarrollados, caracterizados por reflejar una tasa de natalidad baja, una escasa población joven y una elevada población adulta y envejecida, lo que se asocia con el incremento de la esperanza de vida en comparación con otros países subdesarrollados o en vías de desarrollo (véase gráfico 2).

Gráfico 2. Pirámide poblacional de Ribarroja de Túria y comparativa con población provincial



Fuente: elaboración propia a partir de datos del padrón municipal y del padrón por provincias (INE,2021)

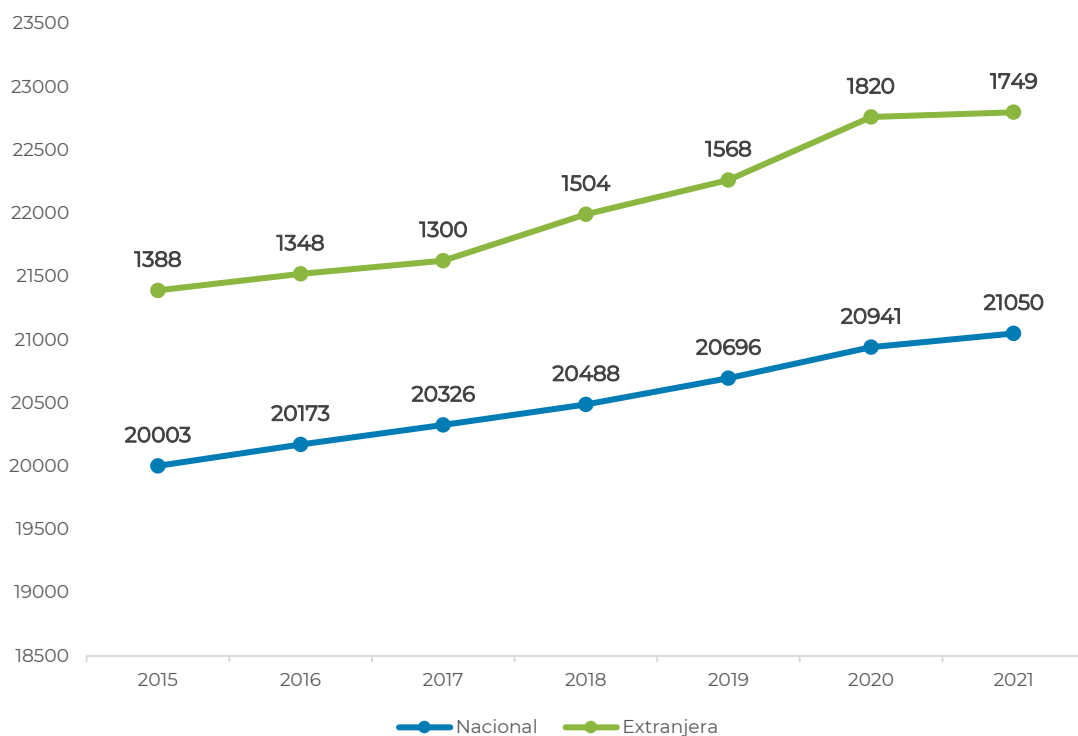
Continuando con el análisis, Ribarroja presenta una acusada concentración poblacional en los grupos de edad comprendidos entre 40 y 59 años. Este hecho se vincula con la estabilidad social y económica que experimentó el país durante 1960 y 1970, lo que incrementó exponencialmente la tasa de natalidad, dando lugar al

desarrollo del periodo conocido como “Baby Boom”. En atención a la población activa, Riba-roja dispone de un 67% de habitantes en edad de trabajar, de los cuales, el 38,3% pertenece a la generación babyboomer. Por ello, se observa una amenaza a corto plazo para la población activa de Riba-roja: el rápido envejecimiento poblacional. La amenaza presentada se encuentra provocada por el elevado índice de esperanza de vida y la baja tasa de nacimientos que se registran en los últimos años, siendo ésta una situación propia de países desarrollados.

Finalmente, y realizando una comparativa por género, la distribución responde a un importante equilibrio entre hombres y mujeres, siendo los primeros sensiblemente superiores al segmento femenino. No obstante, esta última esfera demuestra una mayor esperanza de vida, siendo un aspecto normal atendiendo a las características de la población mundial.

Por otra parte, el número de residentes en Riba-roja de Túria es mayoritariamente de nacionalidad española (92,3%). Sin embargo, la población extranjera ha experimentado un crecimiento del 5,23% en comparación con el año 2015, predominando los extranjeros procedentes de otros países de la Unión Europea (véase gráfico 3). Así pues, y atendiendo a este último dato, la nacionalidad rumana es la que mayor representación tiene en el municipio, siendo de un 40,5%. Seguidamente, y con un porcentaje del 5,8% se encuentra el grupo de población procedente de Italia.

Gráfico 3. Evolución de la población nacional y extranjera en Riba-roja de Túria (2015-2021)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del padrón municipal (INE,2021)

Haciendo referencia a las restantes zonas de origen, el continente americano es el segundo con mayor presencia dentro del municipio, concretamente con residentes procedentes de países de América del Sur entre los que predominan Colombia, Venezuela, Argentina o Uruguay (véase tabla 1). América del Sur se encuentra seguida de América del Norte, África y Asia respectivamente. Finalmente, Oceanía también cuenta con representación en el municipio, identificando en el año 2021 un residente procedente de este continente.

Tabla 1. Distribución de la población residente procedente de Europa en Riba-roja de Túria (2021)

PAÍS DE PROCEDENCIA	Nº DE RESIDENTES
Alemania	35
Bulgaria	57
Francia	97
Italia	103
Polonia	16
Portugal	11
Rumanía	271
TOTAL	590

Fuente: elaboración propia a partir de datos del padrón municipal (INE, 2021)

Prosiguiendo con el análisis, el tejido empresarial de Riba-roja de Túria agrupaba en el año 2020 un total de 2.125 empresas, perteneciendo un 8,80% al sector industrial, un 11,76% al sector de la construcción y un 79,44% al sector servicios. Dentro de este último, y al suponer el grueso de la actividad empresarial, es necesario mencionar que el 40,38% de las empresas tiene por actividad el comercio, el transporte o la hostelería. Además, tal y como apunta el Plan Urbano de Actuación Municipal (PUAM,2022) de Riba-roja de Túria 2030, el sector servicios presenta en el municipio una tasa de afiliación a la seguridad social por debajo de lo observado en la provincia y en la Comunidad Valenciana. Concretamente, en Riba-roja la especialización productiva se encuentra en el sector industrial.

En cuestión de empleo, según los datos presentados en el Plan Estratégico Participado de Riba-roja de Túria (2017-2025), la tasa de empleo en el municipio alcanza en el año 2017 el 50,58%, fruto del crecimiento económico observado durante el periodo 2016-2019, el cual reflejó una tendencia a la baja del desempleo en este periodo, según se expone en el PUAM de Riba-roja de Túria 2030. No obstante, el desarrollo de la crisis sanitaria derivada por la irrupción del Covid-19 ha dado lugar a un incremento de los niveles de desempleo en la localidad a partir del año 2020. Desde el consistorio, se han aportado diversas medidas y actuaciones para dinamizar la economía y la creación de empleo. Entre ellas, el Plan RibActiva, un programa municipal dirigido a la mejora de la economía y el mercado de trabajo, destinado a los distintos sectores económicos y albergando diversas líneas de ayudas económicas directas para autónomos y emprendedores afectados por el Covid-19 (Ribactiva Impulsa't, Ribactiva Consolida't, Ribactiva Emprén y Ribactiva Col·labora). Además, el ayuntamiento ha desarrollado campañas de incentivo al consumo en el comercio local durante los últimos años postpandemia, tal y como se informa en la actualización

del Plan Estratégico Participado de Ribarroja de Túria por las incidencias derivadas del Covid-19. Este documento también expone el desarrollo, por parte del área de Turismo y Patrimonio, de diversas acciones en el marco del proyecto Ribarroja de Túria – Vuelve al Interior, con el fin de dinamizar el turismo para hacer frente a la crisis sanitaria, atrayendo a un mayor número de visitantes tras la pandemia, y fortaleciendo el empleo turístico. En el ámbito de este sector, la asociación de hostelería expone la necesidad de llevar a cabo medidas que eviten el cierre de los establecimientos y mantengan la actividad de la hostelería, según se informa en la actualización del Plan Estratégico Participado de Ribarroja.

Para finalizar con el aspecto del desempleo, y atendiendo a lo expuesto en el PUAM, cabe destacar que el desempleo en Ribarroja se muestra más visible entre las mujeres, el colectivo de mayores de 50 años, las personas con baja cualificación, así como las personas con diversidad funcional. Además, el paro registrado entre la población juvenil es ligeramente más alto al resto de ámbitos territoriales. En atención al desempleo por sectores, el sector servicios es el que mayor número de parados concentra, muy por encima del resto de sectores económicos identificados en el municipio.

Todo ello, se une a la escasa adecuación de la oferta formativa a las necesidades del tejido productivo de Ribarroja y al déficit de espacios para el fomento de la innovación, el emprendimiento y la gestión del talento. Al respecto, el área de Turismo y Patrimonio ha trabajado este último año en la creación del Espacio de Interpretación y Formación de Gastronomía Histórica, actuación con la que se pretende fomentar la innovación en el ámbito culinario. De este modo, se pretende posibilitar la creación de oportunidades laborales en el sector de la restauración, potenciando la relevancia del sector turístico en la economía de Ribarroja.



3.2. Accesos y comunicaciones

Desde sus orígenes, la actividad turística ha generado transformaciones urbanísticas relevantes. Dichas transformaciones han impulsado, teniendo en cuenta las características intrínsecas del municipio, la creación de infraestructuras de transporte y por ende, la movilidad social.

Lo mencionado anteriormente puede verse reflejado en la estructura radial de la comarca del Camp de Túria en torno a la ciudad de Valencia, estableciendo tres direcciones entre la región y la capital provincial: la CV-35, la CV-310 y la CV-370.

Esta red viaria, favorecida también por el paso de la A-3 y el baipás de la A-7, posiciona al municipio de Riba-roja como punto estratégico, lo cual encuentra justificación tanto en la actividad industrial, capaz de generar abundantes flujos diarios poblacionales y de mercancías, como en la proximidad al Puerto de Valencia, al Aeropuerto Internacional de Valencia-Manises y a la autovía de Madrid.

Además, la red viaria permite conectar el municipio con otras localidades colindantes a través de:

- La carretera CV-37, también conocida como Eje del Túria: comunica el casco urbano con Villamarxant, Manises, Valencia o el aeropuerto de Manises-Valencia (VLC).
- La carretera CV-372: enlaza con La Pobla de Vallbona.
- La carretera CV-336: enlaza con L'Eliana, San Antonio de Benagéber y Bétera.
- La carretera CV-374: comunica el núcleo poblacional con Loriguilla, el Polígono Industrial y la cantera de Cemex.

En este punto también es fundamental destacar el tramo Manises-Riba-roja como una vía de acceso a determinadas urbanizaciones y a las canteras de La Pedrera, El Porvenir y Carasoles.

Siguiendo con lo anterior, el resto del término municipal permanece comunicado por calles, avenidas y caminos que conectan directamente con partidas rurales, urbanizaciones y senderos. No obstante, es necesario destacar que las principales vías que conforman la red viaria local son:

- La Carretera de Villamarchante (recorre el núcleo urbano de Oeste – Este).
- La Carretera de Valencia.
- La Vía de la Calle Mayor (recorre el núcleo urbano de Sur – Norte, terminando en el centro neurálgico del casco urbano y lugar de consolidación más antigua).
- La Avenida de la Pau.
- La Avenida Pacadar Valenciana.

Lo mencionado hasta ahora posiciona los accesos a Riba-roja como una fortaleza, beneficiada a su vez por la diversidad de carreteras y líneas ferroviarias de la Generalitat Valenciana (FGV) y Renfe.

Hablar del sistema de comunicaciones de un municipio también implica hacerlo sobre su accesibilidad, movilidad y señalización. En este sentido, Riba-roja dispone de un Plan Municipal de Accesibilidad desarrollado en el año 2017. Esta herramienta incluye un diagnóstico de accesibilidad del territorio, así como de sus infraestructuras y servicios básicos, entre los que destacan por su incidencia turística, la Oficina de Turismo, el Castillo y la Sala de Exposiciones “El Molí”.

Por otra parte, el enclave urbano del casco antiguo presenta un entramado de calles estrechas y curvilíneas que permiten bordear los barrancos propios del municipio, según recoge el Diagnóstico de Accesibilidad Municipal. Asimismo, algunos viales presentan ciertas pendientes y desniveles entre aceras y calzadas que deben solventarse para poder ser utilizados por parte de cualquier usuario, independientemente de sus limitaciones. En atención a esta problemática, el ayuntamiento ha elaborado el Plan de Adecuación de los Viales (2019) del término de Riba-roja, el cual fija las actuaciones a desarrollar para adaptar las calles tanto del casco urbano como de las urbanizaciones.

Finalmente, y haciendo referencia a la señalización, el núcleo urbano dispone de elementos de seguridad viaria, como son los espejos de ángulo muerto, la regularización de pasos por señales de stop, ceda el paso, badenes o resaltes instalados como limitadores de velocidad.

En relación con el transporte público, Riba-roja enlaza directamente con Valencia a través de la línea 9 del metro, la cual se encuentra gestionada por Metrovalencia. La línea, con destino final en Alboraya – Peris Aragó, sigue un recorrido con parada en 20 estaciones, entre las que se incluyen Quart de Poblet, Mislata y Xàtiva. Asimismo, el municipio también cuenta con otra línea de metro (línea 2) que permite comunicar la zona norte con el casco urbano y el resto de Riba-roja, facilitando a su vez la entrada al municipio a través del río, por el Barranco de Mandor. Este medio supone una oportunidad para posicionar a Riba-roja como un destino accesible con una oferta turística natural y cultura complementaria a la de Valencia.

Riba-roja cuenta con diversas líneas de autobús interurbano y municipal. Entre ellas, la línea 105 comunica los municipios de Riba-roja de Túria, Villamarxant, Benaguasil, Benissanó y Lliria, ofreciendo su servicio los días laborables, sábados, domingos y festivos. Asimismo, dos de las líneas (“Arribabus” y el “bus lanzadera circuito”) se encargan de enlazar el municipio con los polígonos industriales, mientras que Conectametro, el servicio municipal de autobuses de Riba-roja, conecta el centro urbano con diferentes urbanizaciones, ofreciendo siete paradas diferentes de lunes a viernes. Este servicio también varía su horario en temporada estival.

En cuanto a las paradas de transporte público, el Plan de Accesibilidad también informa de la necesidad de cumplimiento de las condiciones básicas de accesibilidad presentadas en el Real Decreto 1544/2007, de 23 de noviembre. Además, en el citado documento se referencia la disponibilidad de plazas de aparcamiento reservadas para

personas con movilidad reducida en los principales centros de actividad del municipio.



En su transición hacia un modelo turístico sostenible y digitalizado, el municipio ha instalado diversos puntos de carga para vehículo eléctricos, amparados en el Plan Local de Red de Carga de Vehículos Eléctricos (2021), documento en el que también se propone la instalación de otros 28 nuevos puntos de carga. La localidad también ha impulsado la movilidad sostenible mediante la adaptación del Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS,2019), concretamente en el desarrollo de itinerarios ciclopeatonales y la ampliación del carril bici.

Haciendo referencia a esto último, el carril bici dispone en la actualidad de 6 kilómetros que conectan el casco urbano con las diferentes urbanizaciones. Además, en 2018 también se desarrolló una vía ciclopeatonal con el fin de conectar el casco urbano con las urbanizaciones del Molinet y Santa Mónica, tal y como se apunta en el Plan Estratégico Participado de Ribarroja de Túria (2017). Este documento también expone la disposición de una vía verde de 35 kilómetros en el Parque Fluvial del Túria, la cual comunicará las comarcas de L'Horta y el Camp de Túria con el centro de Valencia. Al mismo tiempo, la senda enlaza los municipios de Villamarxant, Benaguasil, Ribarroja de Túria, L'Elia, Paterna, Manises, Quart de Poblet, Mislata y Valencia. No obstante, su localización dentro del área del Parque Natural – Fluvial del Río Túria, agrava el peligro para ciclistas y viandantes, ocasionado principalmente por las cañas cruzadas en el camino, la presencia de baches y socavones, y la excesiva velocidad con la que transitan algunos usuarios de bicicleta, según se informa en el análisis realizado en el marco del Plan Estratégico Participado de Ribarroja de Túria.

4. Turismo en Ribarroja de Túria

4.1. Gobernanza del destino

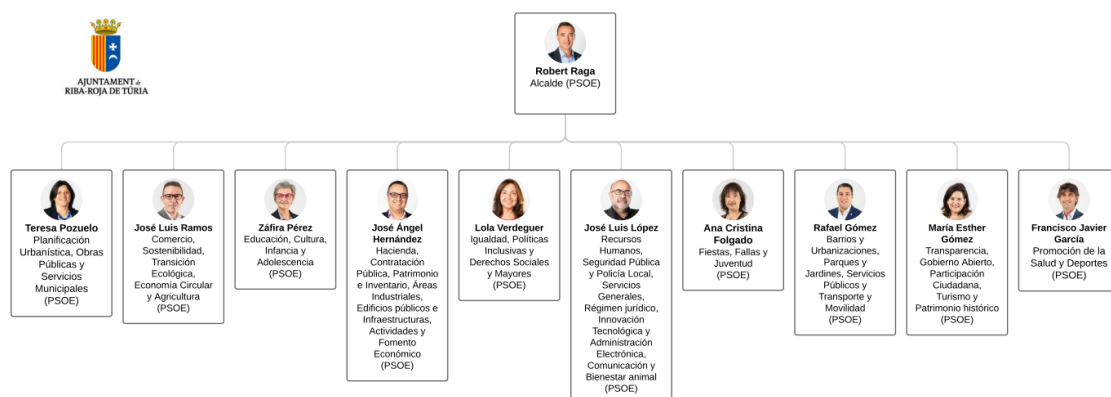
En materia de gobernanza, resulta fundamental identificar la disposición de instrumentos y herramientas en el destino que posibiliten la correcta materialización de los principios de gobernanza turística identificados por Turisme Comunitat Valenciana en el Manual de Gobernanza Turística para Gestores de Destinos Turísticos, publicado en el año 2020.

En este sentido, y con el objetivo de conocer la implantación del término en el destino objeto de estudio, lo primero que conviene identificar es el papel de la administración pública local en la gestión del turismo. Atendiendo a ello, cabe destacar que en el Ayuntamiento de Ribarroja dispone de un área concreta destinada a la gestión y promoción del turismo: el área de Turismo y Patrimonio.

El área de Turismo y Patrimonio cuenta con una concejal asignada, y tres técnicos, una técnica responsable del servicio, otra técnica con funciones de coordinación de calidad y con responsabilidades en las áreas de aprovisionamiento y marketing e infraestructuras y mantenimiento, y una tercera técnica con funciones de responsabilidad sobre la acogida de visitantes. Las dos últimas técnicas mencionadas también ejercen funciones de información turística en la Tourist Info del destino.

En cuanto a la estructura de organización de la administración municipal, se observa que el alcalde ostenta las funciones de presidencia de la administración pública local, delegando las responsabilidades de las áreas en las concejalías (véase imagen 2). En este sentido, cabe destacar la unión de turismo con patrimonio, ensalzando así la relevancia de los recursos culturales del destino en términos turísticos.

Imagen 2. Organigrama del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria



Fuente: Ayuntamiento de Ribarroja de Túria

En cuestión de gobernanza también es necesario destacar el establecimiento de convenios con la Diputación Provincial, concretamente con el área de cultura, a fin de realizar campañas de arqueología en el yacimiento de València la Vella. Asimismo, se ha procedido a la obtención de una subvención de Memoria Histórica con la que se está efectuando durante este año 2022 la recreación del refugio municipal construido para salvaguardar a la población de posibles bombardeos durante la Guerra Civil Española. En el marco de esta subvención, se estipula la puesta en valor del recurso a través de cartelería informativa (paneles internos y externos con fotografías e información de valor) e inclusión de códigos QR con los que acceder a un vídeo 360° y a otro vídeo expositivo de los recuerdos de un ribarrojero con respecto a la época asociada al conflicto bélico. y en concreto, con el uso que se le dio por parte de la población a esta infraestructura. De este modo, la acción planteada refleja la importancia de la cultura en el desarrollo turístico del destino.

También se dispone de convenios de colaboración con la Consellería de Turismo de la Comunitat Valenciana, teniendo por objeto la incidencia sobre la mejora de este mismo yacimiento, concretamente en términos de accesibilidad. Además, el destino cuenta con un convenio firmado con el Instituto Català d'Arqueologia Clàssica (ICAC) en el marco del desarrollo de campañas de excavación e investigación.

Del mismo modo, con la administración autonómica también se ha firmado el convenio para la creación del "Espacio de Interpretación y Formación de Gastronomía Histórica de Riba-roja de Túria". Además, en materia de formación existen convenios de colaboración con centros formativos como el IES Benlliure, el IES de Mislata, la Escuela de Artesanos de la CV y la Universidad de Valencia.

Finalmente, cabe destacar la no disposición de convenios firmados con organizaciones internas de Riba-roja con implicaciones en el sector turístico, véase la Asociación de Comerciantes y Profesionales de Riba-roja de Túria (AGRUPA).

Asimismo, el objeto de preservar y ensalzar el valor de los recursos del destino, Riba-roja necesita disponer de herramientas que permitieran promover la sostenibilidad desde el prisma económico, social y medioambiental. Por ello, en el año 2010 se elaboró el primer Plan Estratégico de Turismo de Riba-roja de Túria, con un horizonte temporal de cuatro años (2011-2015). El siguiente año, el destino sería reconocido como Municipio Turístico, atendiendo a la aprobación publicada en el Decreto 14/2011, de 18 de febrero, del Consell, de declaración de Municipio Turístico de distintos municipios de la Comunitat Valenciana.

Ya en el 2016 se aprobó la elaboración de ECORIBA, un Plan de Dinamización que plantea, entre sus objetivos, fomentar la sostenibilidad desde el ámbito turístico a través de la puesta en valor de los recursos patrimoniales y naturales. Además, se estableció el acuerdo fundacional de la Asociación de Municipios Vinculados al Parque Natural del Túria, quedando presidida hasta la fecha por el alcalde de Riba-roja. A día de hoy, 12 localidades conforman la asociación, radicándose en el municipio de Riba-roja la sede fija de la entidad.

Un año después, en 2017, Ribarroja presenta su Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI), un documento dirigido a identificar y dar respuesta a los retos y problemáticas del municipio en términos urbanísticos, aplicando para ello mecanismos de participación ciudadana. De forma paralela, en octubre de este mismo año se elaboró el Plan Municipal de Accesibilidad en el Urbanismo de Ribarroja de Túria, una herramienta que, a raíz de un diagnóstico de situación en términos de accesibilidad, propone el desarrollo de una serie de medidas para promover un entorno más seguro e inclusivo.



Posteriormente, y siguiendo la línea establecida por estos dos documentos, en 2017 se elaboró el Plan Estratégico Territorial Sostenible, Integrado y Participado del municipio de Ribarroja de Túria (2017-2025), un documento en colaboración con la Universidad de Valencia que pretende sentar las bases del modelo de desarrollo del municipio tanto en el medio como en el largo plazo. La irrupción de la COVID-19 impulsó la actualización de dicha herramienta de planificación, siendo aprobada en el año 2021 bajo el nombre del Plan Riba Plus, un documento adaptado a las consecuencias de la pandemia y a otras actuaciones que permitirán realizar un seguimiento del municipio en relación con otros instrumentos, como la Agenda 2030 o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Resulta fundamental destacar que este plan fue fruto de la gobernanza democrática, la participación ciudadana y el interés por preservar la sostenibilidad política, social y medioambiental. Por último, en el año 2019 también se elaboró el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), una herramienta dirigida a planificar el futuro de la movilidad, así como los futuros desarrollos urbanos y productivos.

Haciendo referencia a la planificación y gestión turística, el Departamento de Turismo de Riba-roja ha desarrollado diversas iniciativas dirigidas a la puesta en valor de su oferta y a la mejora de su posicionamiento como destino turístico. Por tanto, es necesario destacar acciones como la participación del municipio en las XVII Jornadas de la Red Tourist Info, su adhesión al Código Ético del Turismo Valenciano, la asociación con las gastromarcas *Del Tros Al Plat* y *L'Exquisit Mediterráni* y la incorporación en las guías *Tour & Kidsy Smart City*.

Todas las acciones realizadas durante la última década han sido acompañadas de diversas actuaciones de promoción y comunicación. Entre ellas destaca el convenio entre el Ayuntamiento de Riba-roja y el Patronato de Turismo de València, un acuerdo creado para impulsar la ruta turística "Riba-roja en el corazón del Parque Natural del Túria". Haciendo alusión a este recurso que se posiciona como uno de los estandartes turísticos del municipio, es necesario mencionar que en el año 2018 se elaboró el Plan Director de Turismo para el Parque Natural del Túria, documento en el que se identifica a Riba-roja como el referente turístico cultural de mayor calidad en el Parque Natural del Túria.

En lo que respecta al ámbito de la gestión de la calidad, Riba-roja es un municipio que desde los inicios ha destacado por su compromiso. Muestra de ello es que, en el año 2011, inició su recorrido obteniendo el certificado Q de Calidad Turística en la Oficina de Turismo, galardón expedido por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) renovado en el año 2019. Además, este mismo espacio es desde el año 2014 reconocido como Punto de Información Colaborador (PIC) del Parque Natural y Fluvial del Río Túria.

La pandemia ocasionada por la COVID-19 trajo consigo la necesidad de reflejar, por parte de los destinos turísticos, el compromiso con la seguridad y las medidas establecidas por las autoridades sanitarias. En consecuencia, tanto el Museo Pla de Nadal (MUPLA) como la Oficina de Turismo, obtuvieron el Sello "Safe Tourism Certified" en el año 2020, un galardón expedido por el ICTE cuya finalidad es garantizarle tanto al residente como al visitante un espacio seguro en el que se cumplen con todas las directrices establecidas. Como resultado de ello, la Oficina de Turismo de Riba-Roja fue la primera en España en obtener este reconocimiento. Además, cabe destacar que, atendiendo a los efectos del Covid-19, y con el fin de promover su mitigación, tras el desarrollo de la pandemia en Riba-roja se creó la Asociación de Comerciantes y Profesionales de Riba-roja de Túria (AGRUPA).

Siguiendo con este proceso de mejora continua en el ámbito turístico, durante el año 2021, Riba-roja elaboró un Plan Director de Destino Turístico Inteligente (DTI), una hoja de ruta para guiar al destino en su transformación digital, apostando por un modelo de gestión turística transversal, coordinado e inclusivo. Sin embargo, la sostenibilidad también ha sido una apuesta a corto plazo para el municipio, desarrollando iniciativas que, a través de la transformación digital, el fomento de la accesibilidad y el análisis de los datos han contribuido en la gestión de la actividad turística, contribuyendo, por ende, en el posicionamiento y autenticidad de la Comunidad Valenciana como destino turístico.

Con el propósito de continuar posicionando a Ribarroja de Túria como un referente turístico, durante el año 2022 el municipio ha presentado su Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD) en convocatoria extraordinaria. El PSTD se ha conformado por un total de 16 actuaciones distribuidas en los ejes de transición verde y sostenible, eficiencia energética, transición digital y competitividad, fomentando a su vez la materialización de las etiquetas climáticas establecidas por la Unión Europea. Con ello, el destino se postula a la obtención de fondos europeos mediante los cuales efectuar un desarrollo sostenible y equitativo del turismo en el territorio, y continuar desarrollando la implantación del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana.

Asimismo, el destino ha aprobado la elaboración de su Plan Estratégico de Turismo durante el año 2022 (véase tabla 2), a fin de disponer de una estrategia turística actualizada, cooperada y consensuada con el sector, que atienda las necesidades reales del destino en su conjunto. Mediante este documento de índole estratégica Ribarroja también promoverá la materialización de los principios de gobernanza turística, recogidos por Turisme Comunitat Valenciana en el Manual para Gestores de Destinos Turísticos (INVAT·TUR, 2020).

De este modo, el Plan Estratégico de Turismo de Ribarroja sienta las bases para lograr su posicionamiento, teniendo en consideración tanto los recursos endógenos existentes, como el aprovechamiento de los recursos exógenos de los que se dispone. Como resultado, el desarrollo turístico de Ribarroja atenderá a las necesidades expuestas por los actores del destino (públicos, privados y sociedad civil), apostando por la competitividad del sector conjugada con la calidad de vida del residente. Todo ello, sin hipotecar el futuro de las próximas generaciones.

Tabla 2. Hitos en la planificación turística

Año	Hitos
1996	Plan General de Ordenación Urbana (PGOU)
2007	Declaración del Parque Natural y Fluvial del Río Túria
2008	Petición declaración de Ribarroja de Túria como Municipio Turístico
2009	Inauguración Tourist Info C/Cisterna núm. 30.
2011	Declaración como Municipio Turístico
2011	Certificación de calidad turística de la Oficina de Turismo
2012	Ayuntamiento y Patronato de Turismo firman convenio promoción Ribarroja
2014	Tourist Info de Ribarroja del Túria recibe el distintivo PIC del Parque Natural del Túria
2014	Plan de Dinamización Turística de la Comarca Camp de Túria
2016	Plan de Accesibilidad 2016-2017

Año	Hitos
2016	Plan de Dinamización de Riba-roja de Túria a través del paisaje. ECO-RIBA.
2017	Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) de Riba-roja de Túria
2017	Plan Municipal de Accesibilidad
2017	Adhesión de la oficina de turismo al Código Ético del Turismo
2017	Unión al Plan de Movilidad Ciclopeatonal de la Diputación de València
2017	Plan Director Territorial Turístico Parque Natural del Túria
2017	Plan Estratégico Participado Riba-roja de Túria (2017-2025)
2018	Plan Interno de Igualdad de Hombres y Mujeres del Ayuntamiento de Riba-roja
2018	Propuesta de Plan de Responsabilidad Social
2018	Certificación Q de calidad turística del MUPLA
2019	Renovación Q de calidad turística Tourist Info y MUPLA
2019	Guía Smart City
2019	Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS)
2020	Plan de Acción por el Clima y la Energía Sostenible del municipio (PACES)
2020	TOURIST INFO y MUPLA: obtención del sello SAFE TOURISM CERTIFIED del ICTE
2020	Unión a la Alianza de Ciudades por el Desarrollo Sostenible
2021	Plan Director Destino Turístico Inteligente
2021	Candidatura PSTD 2021
2021	Plan Riba Plus (actualización Plan Estratégico Participado de Riba-roja de Túria)
2022	Proyecto Europeo GUARDIAN
2022	Plan Urbano de Actuación Municipal
2022	Plan Director de Valencia la Vella
2022	Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo
2022	Plan Estratégico de Turismo
2022	Candidatura PSTD 2022

Fuente: Elaboración propia

4.2. Recursos turísticos

Los recursos turísticos disponibles en un territorio son aquellos capaces de configurar el destino, permitiendo el desarrollo de productos adaptados a las características intrínsecas del lugar. Bajo el propósito de conocer la oferta turística de Ribarroja en cuanto a los recursos que ofrece al visitante, y sobre los que se deberá basar la planificación del destino, el Plan Estratégico de Turismo ahonda en los mismos mediante su identificación y clasificación. Para ello, se han utilizado varias fuentes de información, como el Catálogo de Recursos Territoriales Turísticos de la Comunidad Valenciana, las conclusiones extraídas del trabajo de campo realizado por los técnicos encargados de la elaboración del presente plan y la información aportada por la Concejalía de Turismo y el personal encargado de gestionar algunos de los recursos de Ribarroja.

Los recursos identificados han sido analizados según su nivel de relevancia turística (véase tablas 3, 4 y 5), teniendo como referencia los siguientes criterios: singularidad, estado de conservación, señalización, grado de usabilidad turística, disponibilidad de uso, modalidad de entrada, horario de visita, notoriedad y popularidad y grado de accesibilidad física e interpretativa. De este modo, los resultados obtenidos se distribuyen en torno a tres niveles de relevancia turística: baja, media y alta.

Tabla 3. Recursos naturales de Ribarroja de Túria

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	RECURSO TURÍSTICO	RELEVANCIA TURÍSTICA		
			BAJA	MEDIA	ALTA
ESPACIOS NATURALES Y TERRITORIALES PROTEGIDOS	Parques Naturales de la Comunidad Valenciana	Parque Natural del Túria			x
	Zona Húmeda (ZH)	Embalse de la Vallesa		x	

Fuente: Elaboración propia según datos del Catálogo de Recursos Territoriales Turísticos de la Comunidad Valenciana (2020)

El Parque Natural del Túria, así declarado en abril de 2007, se posiciona como uno de los recursos más emblemáticos de la localidad. Su ámbito territorial abarca un total de 4.692 hectáreas, quedando distribuidas en nueve municipios de la provincia: Villarmarxant, Paterna, Ribarroja de Túria, Pedralba, Benaguasil, Manises, Quart de Poblet, Llíria y L'Elia. Este espacio se caracteriza a su vez por ser uno de los paisajes forestales mejor conservados del área metropolitana de Valencia, recibiendo una influencia directa de más de 1,5 millones de personas debido a la concentración de población e industrialización, según asegura su Plan Director de Turismo.

En la zona del Parque Natural correspondiente al término municipal de Ribarroja, donde se extienden 626,31Ha., se observan diversos paisajes típicos de la ribera, entre los que se presencian sauces, olmos, chopos, fresnos y álamos, además de cultivos de

regadío propios de un paisaje colorido de la Huerta Valenciana. Con todo ello, el parque alberga una amplia diversidad de elementos naturales. Entre ellos se encuentran tres masas de bosque mediterráneo que representan el último pulmón forestal del área metropolitana: Les Rodanes, La Pea y La Vallesa, habiendo sido esta última declarada Zona Húmeda en el año 2002 y representando un 16,64% de la superficie natural del territorio.

Tabla 4. Recursos culturales de Riba-roja de Túria

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	RECURSO TURÍSTICO	RELEVANCIA TURÍSTICA		
			BAJA	MEDIA	ALTA
BIENES DEL PATRIMONIO CULTURAL VALENCIANO	Bienes de Interés Cultural (BIC)	Castillo y recinto amurallado de Riba-roja de Túria			x
		Yacimiento de Pla de Nadal			x
		Yacimiento València la Vella			x
	Bienes de Relevancia Local (BRL)	Antiguo Asilo Convento de la Sagrada Familia	x		
Iglesia Parroquial		x			

Fuente: Elaboración propia según datos del Catálogo de Recursos Territoriales Turísticos de la Comunidad Valenciana (2020)

Con relación a los recursos culturales, primeramente, es necesario mencionar el Castillo y el recinto amurallado del municipio, los cuáles se encuentran calificados como **Bienes de Interés Cultural (BIC)**. De este modo el Castillo, edificio datado del siglo XI y basado en construcciones procedentes de diferentes épocas, se consolida como el edificio más emblemático del casco antiguo, albergando en su interior el Museo Visigodo de Plan de Nadal (MUPLA), el Museo de Cerámica del Castillo (MUCA) y el Espai d'Art Contemporani El Castell (E CA). Este espacio en su conjunto se encuentra adaptado al uso turístico, ofreciendo un amplio horario de visitas e instalaciones dotadas de accesibilidad para personas con movilidad reducida. Asimismo, el recinto amurallado, un monumento datado del siglo XI, genera un atractivo visual al haber sido restaurado recientemente, lo que ha permitido su puesta

en valor y la posibilidad de divulgar la historia, la evolución arquitectónica, los usos y actividades artesanales desde el siglo XI hasta el XX.

Asimismo, el recinto amurallado, un monumento datado del siglo XI, genera un atractivo visual al haber sido restaurado recientemente, lo que ha permitido su puesta en valor y la posibilidad de visitar un jardín arqueológico, el cual puede contemplarse a través de un mirador.

Por otro lado, la abundancia de recursos relacionados con el **patrimonio hídrico** ha impulsado la creación de la “Ruta Urbana del Agua”, articulando así aquellos elementos propios por su singularidad y creatividad. A pesar de que la ruta se conforma de 11 espacios distribuidos a lo largo del territorio, especial relevancia turística merecen los expuestos a continuación:

- El Puente Viejo se posiciona como uno de los elementos más antiguos del municipio, siendo las primeras noticias que se tienen de éste del año 1401. En la actualidad, por sus características arquitectónicas y con el propósito también de velar por su conservación, sólo puede ser atravesado por peatones.
- El Camí de les Ànimes se define como uno de los elementos vertebradores del municipio, siendo una avenida que transcurre junto al río Túria.
- La Cisterna, actual monumento bajo la Oficina de Turismo, se edificó con el propósito de almacenar el agua para la población.
- El Molino (declarado Bien de Interés Etnológico) y la Casa de la Molinera fueron una antigua residencia familiar característica por presentar, también en la actualidad, un mecanismo hidráulico en perfecto estado, el cual permaneció en funcionamiento hasta el año 1970. Actualmente sirve como centro de exposición de la vida tradicional y los elementos destinados a la producción de harina.



Dentro del **sector industrial**, el Centro Ferroviario Vaporista de Riba-roja de Túria (CFVRt), ubicado en el parque público Maldonado, se sitúa como otro de los recursos complementarios del municipio, albergando entre sus instalaciones talleres, locomotoras y vagones que sirven para divulgar la importancia histórica de este medio de transporte a la vez que se genera el menor impacto ambiental.

Finalmente, los recursos culturales de Riba-roja de Túria quedan completados con el patrimonio eclesiástico que alberga el municipio, destacando entre sus **Bienes de Relevancia Local (BRL)** el Antiguo Asilo Convento de la Sagrada Familia (un edificio donado por sus propietarios en el año 1982 para ser convertido en asilo y colegio para niños necesitados, siendo en la actualidad lo único visitable, su capilla) y la Iglesia Parroquial (un edificio de estilo neoclásico profanado durante el año 1936, un hecho que impulsó la elaboración de un convenio de colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia en el año 1999, restaurando así las pinturas y frescos propios del monumento).

Tabla 5. Manifestaciones festivas en Riba-roja de Túria

SUBCATEGORÍA	RECURSO TURÍSTICO	RELEVANCIA TURÍSTICA		
		BAJA	MEDIA	ALTA
Fiesta de Interés Turístico Provincial	Ofrenda al Río Túria			X

Fuente: Elaboración propia según datos del Catálogo de Recursos Territoriales Turísticos de la Comunidad Valenciana (2020)

En relación con el recurso expuesto anteriormente, la Ofrenda al Río Túria es un evento cuyo origen se remonta al año 1980, honorando a esta corriente fluvial como dinamizadora del territorio y sus productos. Dicha fiesta se conmemora cada cinco años, agrupando a todos los pueblos ribereños que guardan relación con el río, desde su nacimiento hasta su desembocadura.

No obstante, en Riba-roja de Túria también se pueden encontrar otras festividades y eventos programados celebrados a lo largo del año, siendo los más reconocidos: la Cabalgata de Reyes Magos y las Fiestas en Honor a Sant Antoni, la Media Maratón Internacional (carrera de 21.097 metros reconocida por la Real Federación Española de Atletismo), las fallas, Ribajazz, los Moros y Cristianos, la Gran Festa del Dux (una fiesta organizada por la Oficina de Turismo dirigida a la temática visigoda), las Jornadas Gastronómicas, la festividad del 9 de octubre o el encendido de luces de Navidad.

Tabla 6. Platos típicos en Riba-roja de Túria

GASTRONOMÍA				
Arroz de las riberas	Pelaetas	Coca Cristina	Platos Visigodos	Paella Valenciana

Fuente: elaboración propia

El arte culinario de Riba-roja de Túria se encuentra sustentado por los productos propios de la dieta mediterránea, constituyendo una oferta gastronómica variada y de calidad (véase tabla 6). Consciente de ello, el municipio se adhirió a la marca de “L’Exquisit Mediterrani” de la Comunidad Valenciana y ha participado en el proyecto provincial “Del Tros al Plat”, una iniciativa que dinamiza la experiencia gastronómica de proximidad. Además de lo anterior, desde el municipio se han desarrollado varios eventos programados, como los Certámenes de Arroces (los cuales aprovechan los productos cercanos al río y a la huerta), las Jornadas Gastronómicas o el Banquete Visigodo.

Especial mención merece el Banquete Visigodo, un evento que supone un distintivo para Riba-roja al permanecer estrechamente relacionado con los elementos culturales y arqueológicos del municipio. Este evento consiste en una degustación en la que se replica la cocina y las técnicas de la época, resultando en más de 15 platos caracterizados por las largas cocciones, los marinados, los asados y el predominio de los cereales e intensos aliñados. Asimismo, todo se escenifica a través de tres *mesalas* distintas, agrupando en la primera lo que actualmente serían los entrantes, en la segunda, los platos principales y en la tercera, los dulces, los cuales se encontraban acompañados de bebidas suntuosas como aguamiel y vinos dulces mezclados con mieles y/o hierbas.

4.3. Tipologías turísticas

A continuación, se presentan las diversas tipologías turísticas que se dan en el destino gracias a los recursos y atractivos turísticos que posee:

- **TURISMO CULTURAL:**

Los diversos asentamientos acontecidos en el municipio son reflejo de elementos arquitectónicos que permanecen en perfecto estado de conservación hasta la actualidad. No obstante, la principal tipología turística identificada en el destino mantiene una estrecha relación entre el turismo cultural, el patrimonio arqueológico y el legado visigodo.

En el municipio de Riba-roja este vínculo se distingue debido a la diversidad de rutas, actividades y eventos realizados en torno a estos activos patrimoniales, como el Banquete Visigodo o la Festa del Dux, pero también en los recursos turísticos

asociados al periodo visigodo, como el Yacimiento Arqueológico de Valencia la Valle, el Pla de Nadal o su Museo Visigodo (MuPla), cuyas dependencias se encuentra en el Castillo de la localidad (véase tabla 7). Con todo ello, el área de Turismo y Patrimonio afianza esta evidencia, siendo tal su importancia que el logo correspondiente a la marca turística de Riba-roja de Túria se asocia a un anagrama perteneciente a una villa que se encontraba en el actual yacimiento arqueológico de Pla de Nadal.



Tabla 7. Elementos antrópicos de Riba-roja de Túria asociados al periodo visigodo

EVENTO / ACTIVIDAD	CATEGORÍA	CARACTERÍSTICAS
Gran Festa del Dux	Folklore	Festividad de tres días para divulgar el legado visigodo a lo largo del municipio. Durante la fiesta se realizan teatralizaciones, eventos gastronómicos y representaciones tradicionales, como la cetrería. En estos días, también se realizan jornadas de puertas abiertas al Museo Visigodo (MuPla) y visitas teatralizadas al yacimiento arqueológico de Pla de Nadal.
Banquete o Menú Visigodo	Evento gastronómico	El Menú Visigodo recrea las viejas costumbres gastronómicas de esta cultura a través de técnicas culinarias, aromas, sabores y texturas propios de esta época.
Visitas teatralizadas a Pla de Nadal	Evento programado	Evento que recorre el Museo Visigodo de Pla de Nadal (MuPla), el yacimiento arqueológico y el palacio-fortaleza, el cual, gracias a la tecnología 3D, permitirá revivir en primera persona la cultura de los visigodos. Además, esta actividad incluye elementos anteriormente mencionados, como una degustación gastronómica.

Fuente: elaboración propia

Asimismo, y siendo elementos que generan un amplio atractivo tanto para el residente, como para el visitante, pueden destacarse los siguientes recursos:

- El **yacimiento arqueológico de València la Vella**: catalogada como Bien de Interés Cultural se reconoce a esta zona arqueológica edificada durante la segunda mitad del siglo VI (coincidiendo con la ocupación bizantina del 552) situada entre el margen derecho del río Túria y el Barranco de la Cabrassa, permaneciendo a unos 16 kilómetros de la ciudad de Valencia. Sus cerca de 5 hectáreas fundadas durante el reinado del rey visigodo Leovigildo y con funcionalidad militar, han posicionado a este yacimiento como único y singular por sus características y su cronología tanto en la Comunidad Valenciana, como dentro de la Península Ibérica. No obstante, lo más característico del lugar es la presencia de una muralla de 1.80 metros de espesor reforzada por torres de planta cuadrada de proyección exterior, ambas de mampostería trabajada con hormigón de cal.

A pesar de no contar con una investigación consolidada, especial mención merece su nombre, el cual se asocia con la existencia de una primitiva “*Valentia*”, posteriormente abandonada para dar lugar a la urbe actual.

Más adelante, y surgiendo la creación del Parque Natural del Túria, este yacimiento ha servido también como “fortificación-mirador”, lo que, debido a la atracción de visitantes ha impulsado desde la creación de un área de interpretación, hasta el desarrollo de convenios de colaboración entre instituciones para su puesta en valor.

- El **yacimiento arqueológico de Pla de Nadal**: este palacio-fortaleza de época visigoda datada en el siglo VII también se encuentra catalogada como Bien de Interés Cultural al ser una de las únicas evidencias de arquitectura residencial visigoda en Europa. Entre sus singularidades se encuentra una gran riqueza escultórica-arquitectónica, habiendo sido recuperadas cerca de 900 piezas de piedra labrada y elementos ornamentales. Este yacimiento, el cual permite divulgar el legado visigodo y su relevancia para nuestra historia, también se encuentra estrechamente vinculado con la historia del municipio, siendo tal su importancia que la marca turística traza su logo basándose en uno de los símbolos encontrados en las dependencias de esta quinta palaciega.

- El **Museo Visigodo de Pla de Nadal (MuPla)** se trata de un espacio ubicado en el Castillo de Riba-roja, el cual expone la historia del conjunto palatino construido por Teodomiro, un duque de la Cartaginense. Su exposición recrea elementos propios de este palacio-fortaleza, como su arquitectura, decoración y epigrafía, aunque también expone el trabajo que antiguamente realizaban los pintores, los canteros y los estucadores dentro de sus dependencias. Dentro del MuPla también se encuentra una exposición permanente de escultura plástico civil tardoantigua de Hispania, constituyendo a su vez una de las más completas de todo Occidente.

La importancia que esta tipología turística cobra dentro del municipio, así como la diversidad de actuaciones de índole turística realizadas en torno a ella, evidencian la necesidad de dinamizar esta tipología turística para lograr su conversión en un producto turístico singular para el destino, el cual deberá contar con el apoyo promocional tanto a nivel provincial, como autonómico.



TURISMO ACTIVO:

El turismo activo de Riba-roja está directamente vinculado al Parque Natural del Túria. En términos turísticos, este recurso se pone en valor a través de la marca Parcs Naturals, determinando la relevancia y el reconocimiento de este espacio como hábitat y paisaje singular mediante la disposición de una herramienta ya mencionada, a partir de la cual se planifica, se regula y se gestiona la actividad turística en dicha área protegida: el Plan Director Turístico del Parque Natural del Túria. No obstante, desde la propia localidad se han impulsado otras herramientas con diversos objetivos. En primer lugar, es necesario mencionar ECORIBA, un Plan de Dinamización aprobado en 2016 cuyo propósito se focalizaba en ensalzar el valor de los recursos patrimoniales y naturales a través de la sostenibilidad. Asimismo, también se creó la Asociación de Municipios Vinculados al P.N., una entidad conformada por 12 localidades que mantiene su sede en Riba-roja y que ha trabajado, entre otros aspectos, en el desarrollo de normativa sobre usos, utilizando de referencia el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) elaborado en 2007.

Finalmente, el proyecto “Parc Fluvial del Túria” ha impulsado la dinamización del corredor verde, en el que se agrupan 5 municipios. Durante este recorrido se dispone de diferentes áreas recreativas, las cuales incluyen diversos servicios, tales como baños públicos, mesas de picnic y una zona de parking, también de autocaravanas. Igualmente se impulsa el turismo activo, desarrollando actividades como el descenso en kayak o itinerarios ecuestres, como la IE-035, una ruta homologada por la Real Federación Hípica Española, con 48 kilómetros de recorrido.

Además, el sector privado de Riba-roja ofrece un abanico de actividades orientadas al disfrute del río y de su entorno a través de la práctica deportiva. Asimismo, los senderos del P.N son frecuentados por ciclistas y senderistas del entorno, siendo el área recreativa de Riba-roja un servicio fundamental para los usuarios del P.N.

Siguiendo con lo anterior, el potencial natural de la ribera del río también ha favorecido el reconocimiento de otros espacios habilitados para la práctica de *birdwatching*, senderismo o ciclismo, ejemplo de ello son:

- El Valle de Porxinos: sendero de dificultad moderada que combina el turismo cultural y activo durante sus 8,7 kilómetros, transcurriendo por diversos puntos de interés como los hornos destinados a la fabricación de cal, el yacimiento íbero de la Fonteta Ràquia y el acueducto de Porxinos.
- El Camí de Quint: sendero de dificultad fácil conocido como la “Ecoruta Biosaludable”, cuyo recorrido permitirá descubrir cómo eran los antiguos pozos utilizados para regar la huerta.

A los elementos anteriores, también es necesario sumarle los tres itinerarios de marcha nórdica disponibles en el municipio (*por las Riberas del Túria, de la Vía Verde*

a las Riberas del Túria y por las Trincheras), los cuales transcurren tanto por asfalto como por tierra, sin exceder las 2 horas y 30 minutos de recorrido.

Asimismo, el destino aprovecha el medio del que dispone, caracterizado éste por la diversidad de ambientes, lo cual favorece la presencia de un notable número de aves, muchas de ellas de gran interés ornitológico. En este sentido, se ofrece la posibilidad de efectuar actividades de avistamiento de aves en diversos recorridos que discurren por zonas de ribera, campos de cultivo y zonas semiáridas con barrancos. Al respecto, se pone a disposición del visitante la Guía de Aves de Riba-roja de Túria, documento en el que se proporciona información sobre cada uno de los tipos de aves que se pueden avistar en el destino, diferenciando entre especies presentes durante todo el año, aves localizadas en primavera – verano u otoño – invierno. Entre ellas, destacan el Búho Real, la Gallineta, el Estornino Negro, la Lavandera Blanca, el Torcecuello, el Avión Roquero o el Pizón Vulgar. Además, los amantes de la ornitología pueden visualizar en el mapa interactivo del destino el recorrido de la ruta Birdwhatching.

Por último, y afianzando su potencial turístico, este espacio natural se encuentra estrechamente vinculado con el patrimonio histórico-cultural de Riba-roja, localizándose dentro de su superficie elementos de gran valor patrimonial como el poblado visigodo de València la Vella, el Pont Vell y determinadas trincheras y fortificaciones propias de la Guerra Civil Española. Asimismo, durante la temporada estival y con el objetivo de continuar ensalzando su valor, se realiza la ruta nocturna “Túria a la luz de la luna”, un sendero circular que aprovecha la luna llena para transmitir el valor ecológico y paisajístico de este espacio natural singular asociado a un fuerte sentido de pertenencia.



4.4. Oferta turística

4.4.1. Alojamiento

Para analizar la evolución de la oferta de alojamiento turístico de Ribarroja se han extraído los datos pertenecientes a la Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Generalitat Valenciana (Turisme Comunitat Valenciana, 2021), atendiendo al periodo comprendido por los últimos 10 años. Así pues, y en base a datos disponibles del año 2021, el municipio disponía de 250 plazas alojativas regladas, distribuidas en hoteles, pensiones y apartamentos (véase tabla 8).

Profundizando en estos datos, Ribarroja alberga en la actualidad 2 hoteles, 1 pensión y 19 apartamentos turísticos. Estos últimos han causado un sensible crecimiento en el número de plazas del destino en comparación con el año 2019, representando en el año 2021 el 86,3% de la oferta turística alojativa.

Tabla 8. Oferta de alojamiento en Ribarroja de Túria (2021)

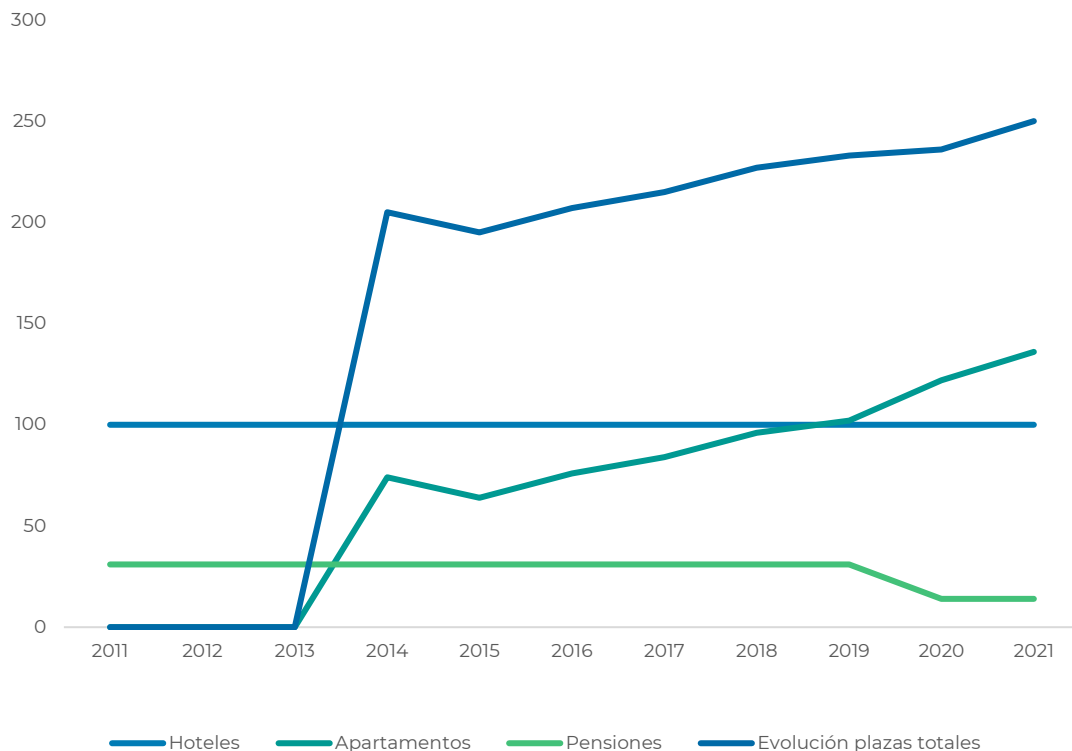
	Nº de establecimientos	Nº de plazas	Nº de habitaciones
HOTELES	2	100	50
1*	-	-	-
2*	-	-	-
3*	2	100	50
4*	-	-	-
5*	-	-	-
PENSIONES	1	14	8
APARTAMENTOS	19	136	-
Superior	-	-	-
Primera	-	-	-
Estándar	19	136	-

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del informe Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Generalitat Valenciana (Turisme Comunitat Valenciana, 2021)

En relación con la evolución de la oferta alojativa, los apartamentos turísticos han experimentado el mayor crecimiento entre las tipologías alojativas disponibles en el destino. De este modo, y en base a los datos de la Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Generalitat Valenciana (Turisme Comunitat Valenciana, 2021), el número de apartamentos turísticos se ha visto incrementado en comparación con el año 2015 en un 90%.

Finalmente, el cómputo de 250 plazas regladas en su totalidad (véase gráfico 4) expone un bajo número de oferta alojativa, aspecto que enfatiza el carácter excursionista del destino.

Gráfico 4. Evolución de la oferta alojativa por número de plazas en Ribarroja de Túria (2011-2021).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del informe Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Generalitat Valenciana (Turisme Comunitat Valenciana, 2021)

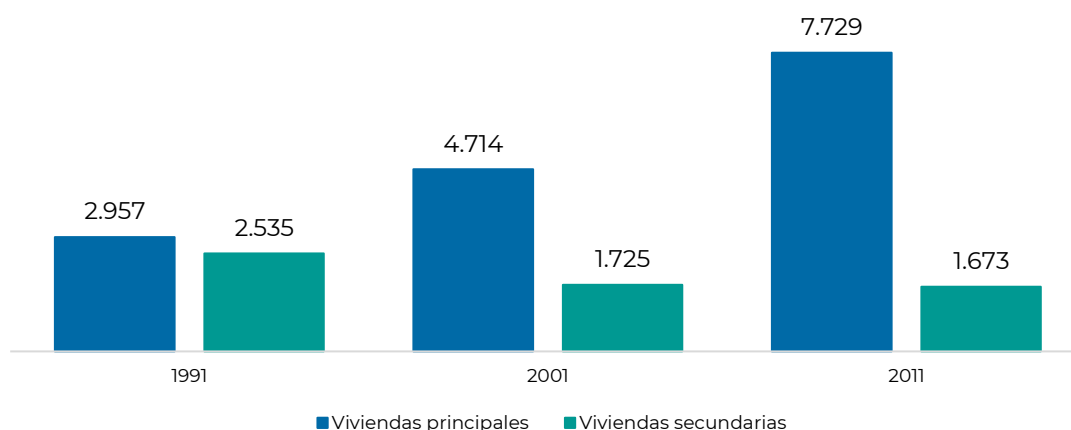
4.4.2. Viviendas principales y secundarias

Con relación al número de viviendas tanto principales como secundarias de Ribarroja, se aprecia que las principales han experimentado un crecimiento de más del 50% desde el año 1991. Esto se debe fundamentalmente al incremento poblacional que ha presentado el municipio durante las últimas décadas, llegando a alcanzar en la actualidad una cifra de 22.799 habitantes (INE, 2021). No obstante, es necesario mencionar que las viviendas contabilizadas son aquellas inscritas dentro de estas categorías, sin contabilizar aquellas no regladas que incrementarían notablemente su número.

Por otra parte, las viviendas secundarias demuestran un descenso del 32% entre 1991 y 2001. Esta notable reducción puede relacionarse con el crecimiento de viviendas principales del municipio cuya demanda, a partir del incremento poblacional que experimentó Ribarroja durante estos años, fue notablemente mayor. En atención a las cifras aportadas por el último censo de población y viviendas disponible (2011), la

planta de viviendas del municipio alberga un total de 10.595 edificaciones distribuidas entre viviendas familiares (99,97%) y viviendas colectivas (0,028%). En el primer grupo, se observa la diferenciación por una parte de viviendas familiares, entre las que se encuentran las viviendas principales convencionales y los alojamientos, y por otra parte, las viviendas no principales, categoría en la que se incluyen las viviendas secundarias y vacías. Con todo ello, Ribarroja cuenta en cómputo con 1.673 viviendas secundarias (véase gráfico 5), representando éstas el 16% de la planta de vivienda del municipio. Atendiendo a ello, Ribarroja dispone de un total de 8.365 plazas de alojamiento en segunda residencia, siendo esta la tipología alojativa principal en el destino.

Gráfico 5. Comparativa viviendas principales y secundarias (2011-2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2011)

El descenso de viviendas secundarias, junto con el reducido número de apartamentos turísticos expuestos en el apartado anterior, manifiestan una oferta alojativa baja. De estos resultados se puede deducir que los visitantes priman por encima de los turistas, acudiendo a recursos identitarios como el Parque Natural y Fluvial del Río Túria o el Castillo de Ribarroja. En consecuencia, esta situación agrava el impacto ambiental, disminuyendo la capacidad de atracción de los recursos y empeorando el posicionamiento y la imagen de Ribarroja como destino turístico.

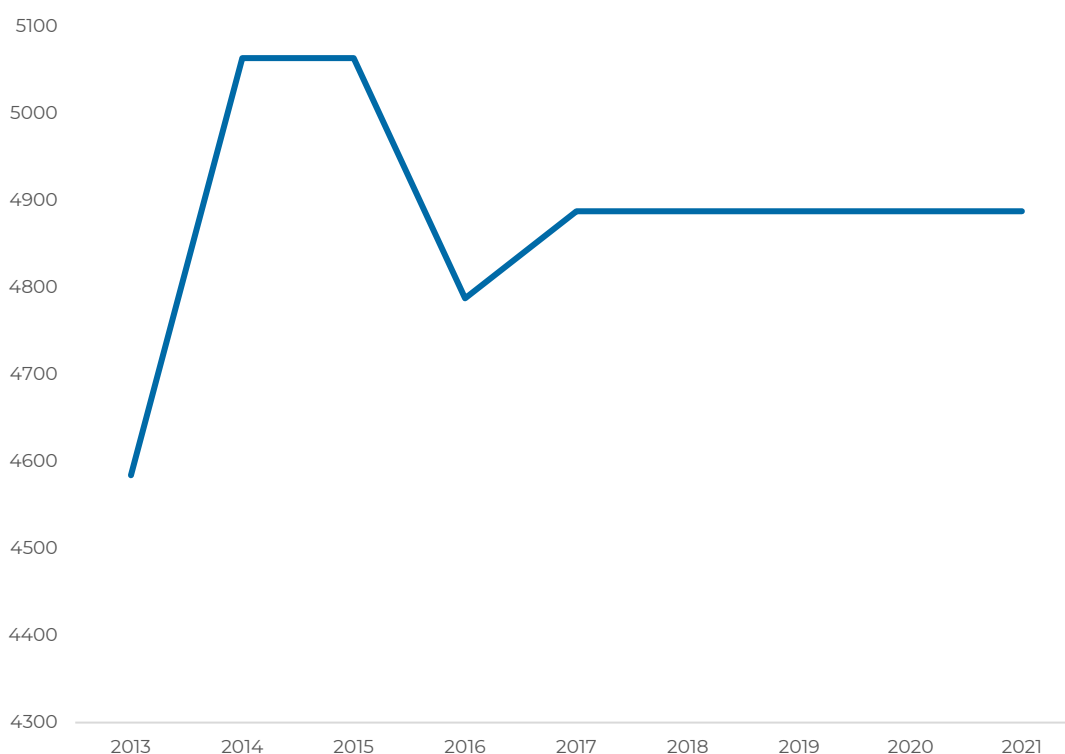
4.4.3. Restauración

El contexto histórico, geográfico y cultural de Ribarroja de Túria ha derivado en una oferta gastronómica diversa. Esto se debe a la fuerte apuesta del destino por vincular la gastronomía con el legado visigodo, un elemento materializado en el recetario "Recetas Visigodas", libro promocional elaborado por parte del Ayuntamiento en colaboración con hosteleros locales.

Por otra parte, la apuesta gastro-cultural también ha beneficiado a la actividad turística mediante la organización de eventos programados, como el *Banquete Visigodo*, las *Jornadas Gastronómicas* y el *Certamen de los Arroces de las Riberas del Túria*. Además, recientemente y con el propósito de impulsar la formación en esta materia dentro del municipio, a través de un convenio con la administración autonómica, se ha creado el “Espacio de Interpretación y Formación de Gastronomía Histórica de Riba-roja de Túria”, un centro dedicado fundamentalmente a la puesta en valor de la gastronomía ligada al patrimonio histórico-cultural.

En materia de plazas de restauración, el destino dispone de datos oficiales desde el año 2013 (*véase gráfico 6*), momento en el que se inicia un ligero crecimiento, dando lugar a los dos años con mayor número de plazas de restauración (2014 y 2015), en atención a las cifras oficiales publicadas. Esto es debido a la mejora económica del país, siguiendo ésta el patrón de aceleración de las economías desarrolladas. No obstante, en 2016 se observa una ligera caída sobre la cual el destino se recuperará tenuemente en el año 2017. Es a partir de este momento cuando Riba-roja identifica una situación de estancamiento que se prolongará durante los próximos cuatro años.

Gráfico 6 Evolución de las plazas de restauración en Riba-roja de Túria (2013-2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del informe de Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Generalitat Valenciana (Turisme Comunitat Valenciana, 2021)

Por este motivo es imprescindible impulsar eventos y acciones dirigidas a fortalecer la relación entre el empresariado y el sector turístico, dando visibilidad e importancia a la oferta de restauración en su conjunto. Ejemplo de ello pueden ser actuaciones de reconocimiento autonómico ya desarrolladas como la adhesión a la marca de *L'Exquisit Mediterrani* y la participación en el proyecto *Del Tros Al Plat*.

4.4.4. Otras empresas y establecimientos turísticos

La oferta turística asociada al sector empresarial se completa atendiendo a la clasificación establecida en el artículo 55 de la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad (LTOH). En este sentido, el análisis realizado hasta el momento ha abarcado el estudio de los alojamientos turísticos y los establecimientos de restauración como empresas turísticas. En este apartado, se establecerá un análisis de otras empresas turísticas incluidas en la LTOH y disponibles en Riba-roja.

Para ello, el estudio se adentrará en el análisis de dos nuevas categorías de empresas: mediación turísticas y agencias de viaje y entretenimiento y ocio y turismo activo.

En el primero de los grupos, el análisis se centrará en la identificación de las organizaciones asociadas al desarrollo de servicios como agencias de viajes. Para ello, se tendrá en cuenta la definición identificada en la normativa turística vigente (artículo 70.1 de la LTOH) para este tipo de empresas: "Tienen la consideración de agencias de viajes las personas físicas o jurídicas que se dedican a la organización o venta de los denominados viajes combinados, tal y como se definen en el artículo 151 del texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias, aprobada por el Real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre". De este modo, las cifras oficiales publicadas en el Informe de Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Comunitat Valenciana, 2021, elaborado por Turisme Comunitat Valenciana, desprenden la disposición de un total de 3 agencias de viaje en el término municipal de Riba-roja. Concretamente, estas organizaciones se sitúan en la categoría de centrales, no habiendo ninguna agencia de viajes asociada a la categoría de sucursal.

En el segundo de los grupos, en primer lugar, el análisis se divide en atención a dos subcategorías: 1 turismo activo. empresas de turismo activo, 2. Empresas turísticas de servicios complementarios.

En este sentido, el análisis de la primera de las subcategorías citadas profundiza en los servicios asociados a empresas de turismo activo en el municipio de Riba-roja. Para ello, se tiene en cuenta la definición facilitada por la normativa vigente en el artículo 71.1 de la LTOH: "Son empresas de turismo activo las dedicadas a proporcionar al público en general, de forma habitual y profesional, mediante precio, actividades turísticas de recreo, deportivas y de aventura que se practican sirviéndose, sin degradarlos, básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan y a las que es inherente el factor riesgo o cierto grado de

destreza para su práctica. Para la práctica de las actividades dispondrán de equipos y material homologados y, excepcionalmente, se podrán utilizar recursos distintos a los que ofrece la naturaleza”. Atendiendo a ello, y a la información estadística disponible y publicada en el Informe de Oferta Municipal y Comarcal de la Comunitat Valenciana, 2021, elaborado por Turisme Comunitat Valenciana, en el término municipal de Ribarroja se dispone de una empresa de turismo activo, la cual desarrolla sus servicios de forma principal en el Parque Natural del Túria.

Para finalizar con este apartado, el análisis se adentra en la segunda de las subcategorías identificadas, correspondiente con las empresas turísticas de servicios complementarios. Éstas, siguiendo la definición aportada en la normativa vigente, concretamente en el artículo 73.1 de la LTOH, “tendrán la consideración de empresas turísticas de servicios complementarios las que tengan por objeto la realización de actividades de interés o directamente relacionados con el turismo, de entretenimiento u otras de esparcimiento y ocio cuando se oferten con fines turísticos, contribuyendo a la diversificación de la oferta y al desarrollo turístico”. En este caso, la información facilitada por el área de Turismo y Patrimonio establece la disposición de 4 empresas incluidas en esta subcategoría:

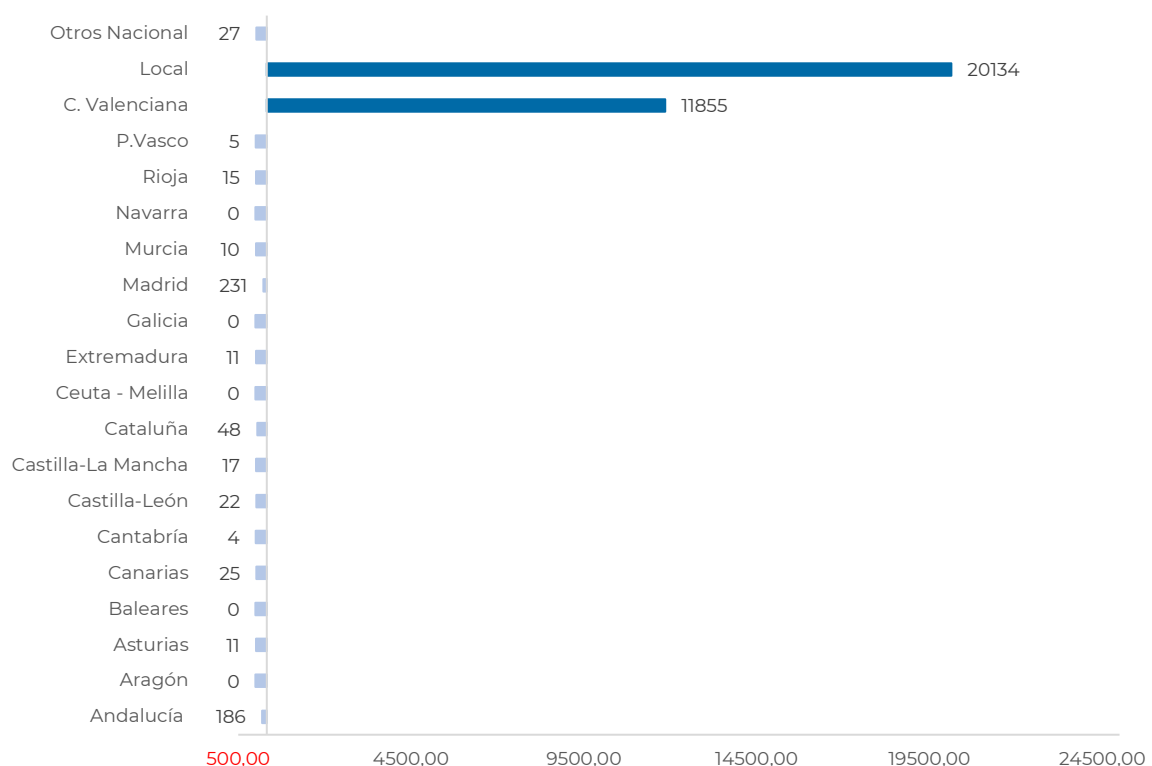
- 1 empresa de visitas guiadas y excursiones centrada en el turismo cultural, y concretamente en el área de arqueología y patrimonio.
- 1 empresa especializada en servicios de rutas de birwatching.
- 1 empresa de turismo multiaventura.
- 1 empresa de dinamización turístico – ambiental, encargada de la realización de diferentes actividades desarrolladas en entornos naturales (marcha nórdica, orientación, concienciación medioambiental, team buildings, y visitas culturales, entre otras).



4.5. Demanda turística

Tomando como referencia el periodo comprendido entre los años 2017 y 2021, en el siguiente apartado se ha realizado un cálculo del promedio de visitantes nacionales recibidos en la Oficina de Turismo de Riba-roja, clasificando a los mismos en función de la Comunidad Autónoma procedente:

Gráfico 7. Promedio de visitantes nacionales en la Oficina de Turismo Riba-roja de Túria (2017-2021)



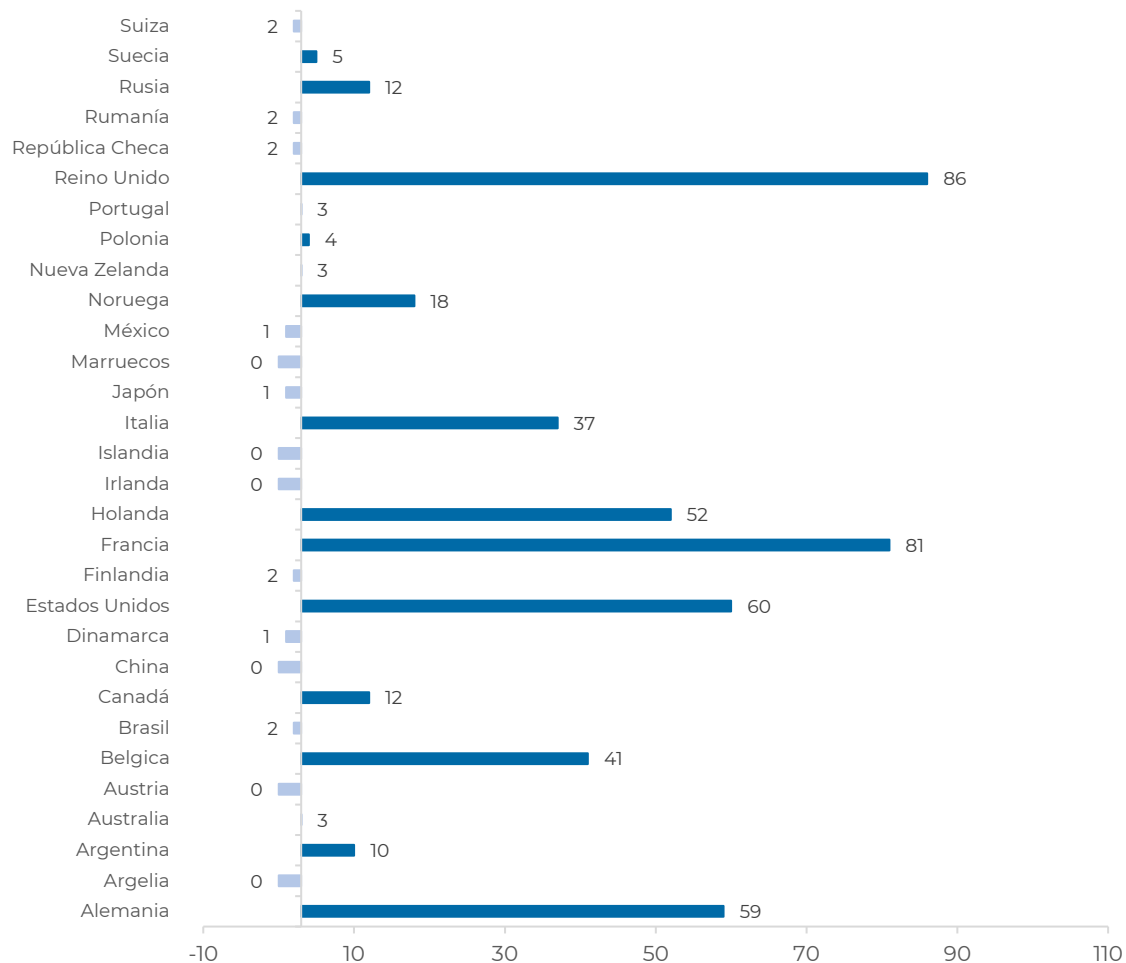
Fuente: Elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Oficina de Turismo de Riba-roja de Túria (2021)

Situándose la media de visitantes nacional en 326 personas, la Comunidad Valenciana es la única que supera dicha cifra (*véase gráfico 7*) encontrando su máximo registro durante los años 2017 y 2019. Asimismo, el predominio de demanda regional (36,3% del total de visitantes en 2021), demuestra que el modelo turístico de Riba-roja se basa en gran medida en un turismo de proximidad favorecido por las buenas conexiones con la ciudad de Valencia y su entorno metropolitano.

Finalmente, y a pesar de encontrarse ligeramente por debajo del promedio establecido, las comunidades autónomas de Madrid, Andalucía y Cataluña también cuentan con un peso significativo para la actividad turística de Riba-roja.

De la misma forma que anteriormente, se ha realizado un cálculo de la media de visitantes internacionales llegados a la Oficina de Turismo de Ribarroja entre 2017 y 2021, agrupándolos en base a su país de procedencia:

Gráfico 8. Promedio de visitantes internacionales en la Oficina de Turismo Ribarroja de Túria (2017-2021)

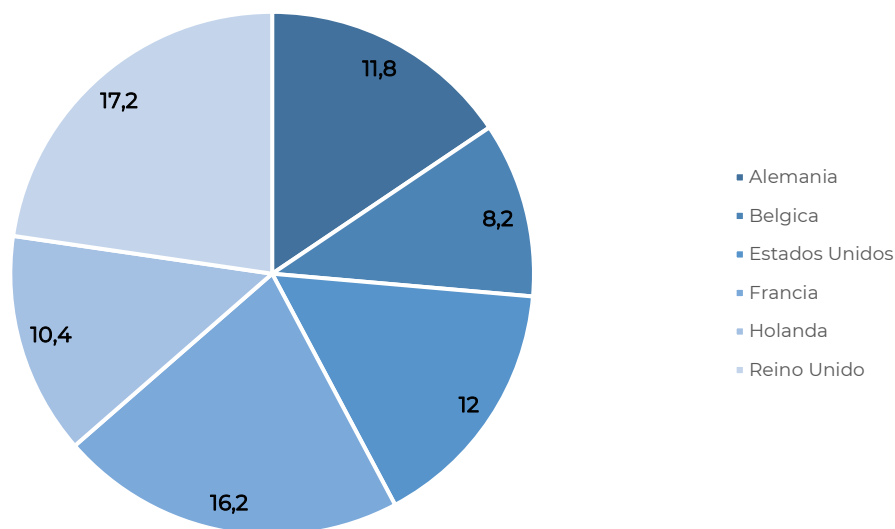


Fuente: Elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Oficina de Turismo de Ribarroja de Túria (2021)

La llegada de turistas extranjeros ha posicionado a numerosos países por encima de la media (véase gráfico 8), lo cual es considerablemente menor en comparación con la media nacional (3 visitantes). Estas cifras podrían encontrar su justificación en que, desde los inicios de su actividad turística, Ribarroja se ha relacionado con un destino excursionista que recibe visitantes de otros municipios cercanos geográficamente. Esto, junto con la escasa oferta alojativa disponible en la actualidad, contribuye en que el número de visitantes internacionales sea notablemente menor ante los visitantes nacionales.

En línea con lo anterior, países como Reino Unido, Francia, Estados Unidos, Alemania y Holanda tienen una gran relevancia, superando ampliamente la media de visitantes y posicionándose como los principales emisores en el ámbito internacional (*véase gráfico 9*).

Gráfico 9. Principales emisores internacionales en Riba-roja de Túria (2017-2021)

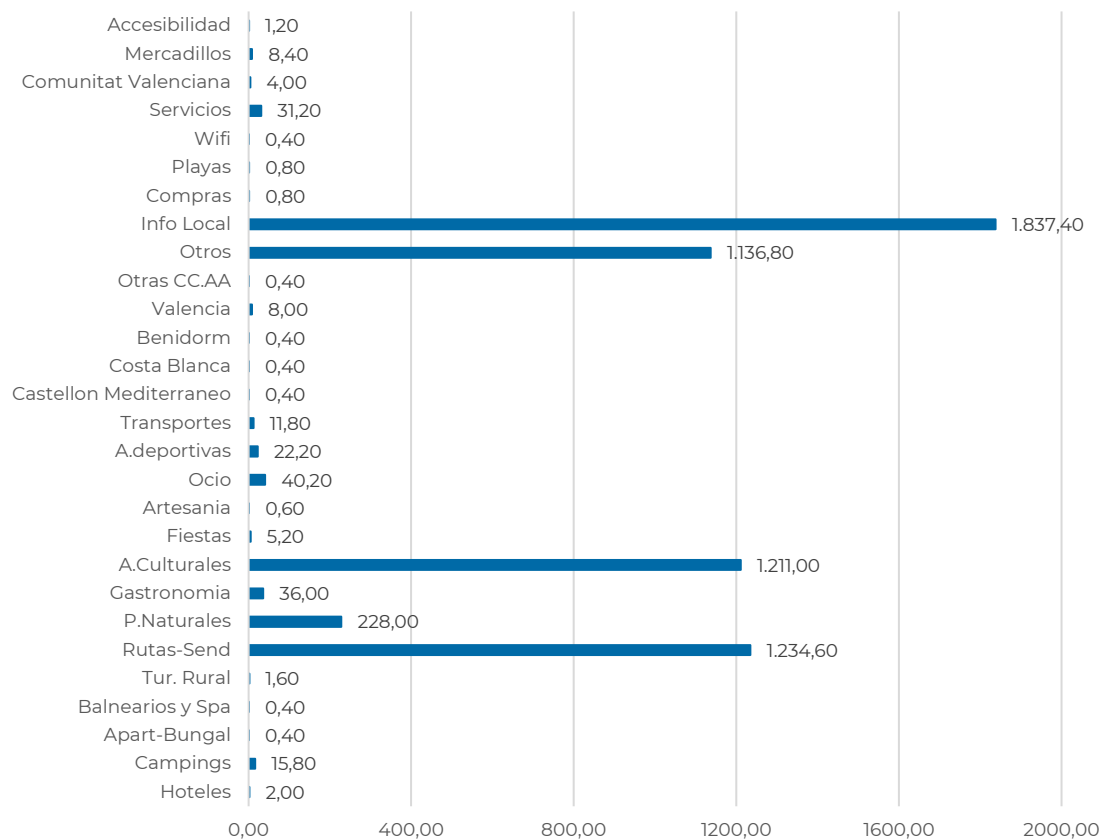


Fuente: Elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Oficina de Turismo de Riba-roja de Túria (2021)

Todos estos datos ponen de manifiesto la capacidad de Riba-roja para posicionarse como destino turístico complementario a la capital provincial, atrayendo flujos de visitantes motivados por una oferta turística complementaria estrechamente vinculada a la naturaleza y a la cultura propia del destino. De este modo, la puesta en valor de recursos y productos turísticos permitirá crear nuevas experiencias, mejorando así la calidad de la oferta turística y su atractivo mediante la promoción del destino, lo que atraerá a otros perfiles de visitantes durante todo el año.

En el siguiente apartado se muestra un análisis de las consultas realizadas por parte de los visitantes en la Oficina de Turismo de Riba-roja. Para ello, y teniendo en consideración la tipología de demandas recibidas, se ha procedido a analizar, por un lado, las consultas basadas en los criterios generales establecidos por la Comunidad Valenciana para la Red Tourist Info (*véase gráfico 10*) y por otro, las consultas correspondientes a recursos o atractivos específicos establecidos por el destino (*véase gráfico 11*). Finalmente, y con el propósito de conocer la evolución de las consultas turísticas desde una visión amplia y real, el periodo seleccionado comprende entre los años 2017 y 2021:

Gráfico 10. Consultas generales realizadas por los visitantes en la Oficina de Turismo Riba-roja de Túria (2017-2021)



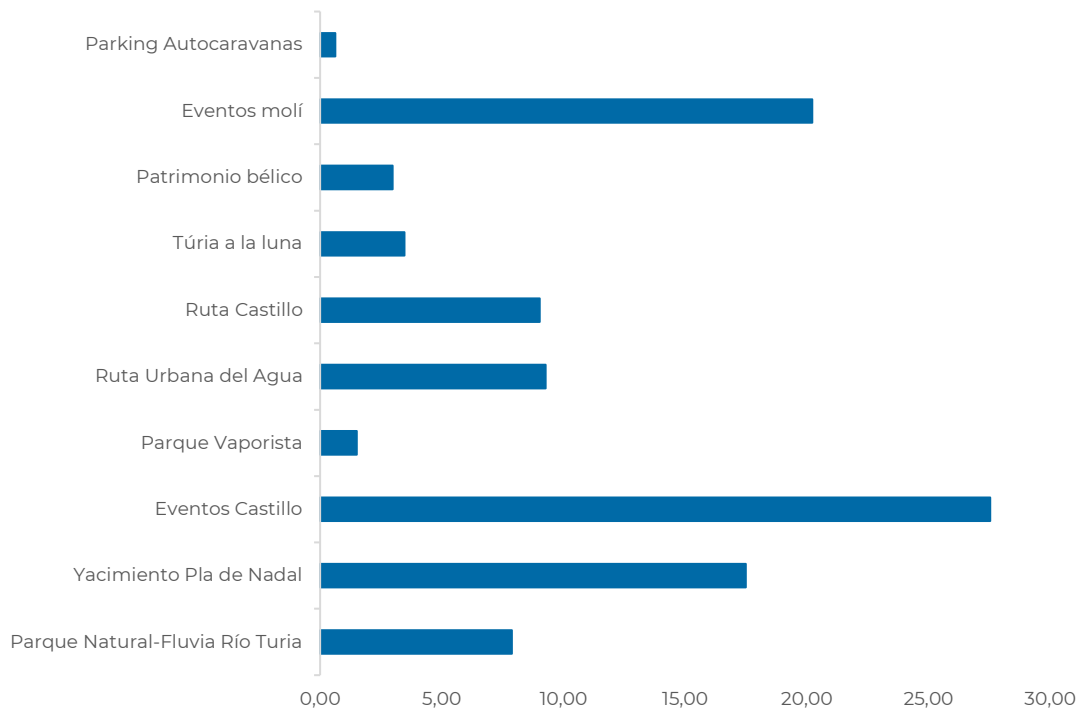
Fuente: Elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Oficina de Turismo de Riba-roja de Túria (2021)

Referente a las consultas generales, es necesario destacar las demandas de información recibidas y referentes a las *rutas y práctica de senderismo*. Este tipo de consulta, que supone cerca del 25% del total de las demandas, aspecto que refuerza el nivel de importancia que poseen los recursos naturales y las actividades deportivas en la oferta turística de Riba-roja. Además, el destino observa un importante volumen de ciclistas, principalmente durante el fin de semana, no disponiéndose datos concretos que acrediten el número concreto de visitantes correspondientes a este segmento de mercado.

Dentro de este ámbito, también cabe resaltar las consultas relacionadas con *Parques Naturales*, un elemento asociado principalmente al Parque Natural - Fluvial del Río Túria y a las actividades que se organizan en torno a él. Además, debido a la atracción que este recurso genera por sí mismo y, consciente de la importancia de distribuir los flujos de visitantes en temporada estival, el destino ha impulsado una ruta nocturna reconocida dentro del destino, *Túria a la luna*. Sin embargo, los efectos provocados por

la COVID-19 han repercutido en el número de visitas guiadas, disminuyendo entre los años 2019 y 2021 en un 47,6%.

Gráfico 11. Consultas específicas realizadas por los visitantes en la Oficina de Turismo Ribarroja de Túria (2017-2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Oficina de Turismo de Ribarroja de Túria (2021)

En lo referente a las consultas específicas se observa que, junto con el turismo de naturaleza, la oferta patrimonial de Ribarroja de Túria también se posiciona como una tipología turística de primer orden. Muestra de ello es que cerca del 45% de las consultas se dirigen al *Yacimiento Visigodo Pla de Nadal* a los *eventos* que acontecen en el Castillo de Ribarroja. De forma paralela, y afianzando las cifras expuestas en el apartado anterior, el *Parque Natural-Fluvial del Río Túria* también se encuentra entre las consultas más demandadas en la Oficina de Turismo del destino.

Asimismo, y haciendo alusión al resto de consultas relacionadas con el *patrimonio cultural y patrimonial* (patrimonio bélico, Ruta del Castillo, Ruta Urbana del Agua, etc.), Ribarroja evidencia a través de estas cifras la apuesta y el reconocimiento por este producto, considerándose una oportunidad a partir de la cual desarrollar una estrategia turística a largo plazo. La estrategia tendrá entre otros objetivos la mejora de la gestión de los recursos, la atracción de un mayor número de visitantes y la transformación del modelo turístico hacia uno más transversal, inteligente y sostenible.

Dando continuidad a lo anterior, y atendiendo a los datos aportados por la Oficina de Turismo entre el año 2019 y 2021, los visitantes demuestran un notable interés por realizar visitas guiadas dentro del Parque Natural – Fluvial del Río Túria, en el Castillo y en Pla de Nadal, suponiendo las visitas al primer recurso un 81,8% frente al resto en el año 2021.

Al mismo tiempo, la Oficina de Turismo realiza un registro sobre el número de atenciones presenciales y no presenciales. El primer grupo atiende al número de demandas solicitadas en la propia oficina de turismo, en eventos y/o jornadas promocionales y en el número de personas que realizan visitas guiadas. Por el contrario, el segundo se corresponde a las demandas realizadas por los visitantes a través de correo electrónico o por teléfono. De este modo, el análisis expone que el número de solicitudes presenciales recibidas en el año 2021 fue de un 99,3% frente a las no presenciales.

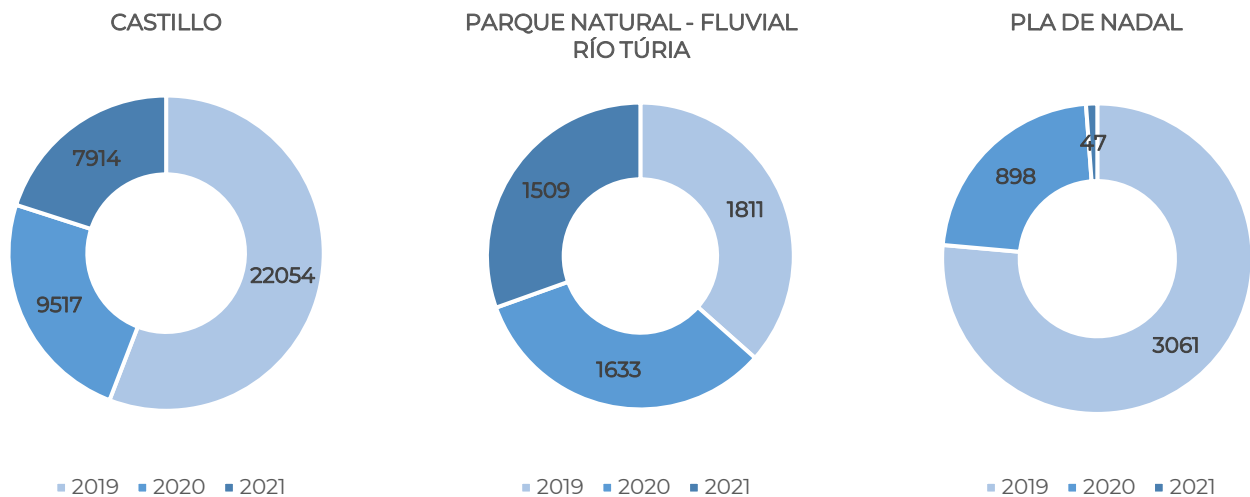
La evolución de la demanda se realiza en atención a las estadísticas facilitadas por el área de Turismo y Patrimonio, correspondientes con las solicitudes de información recibidas y asistidas por el personal de turismo, tanto en el mostrador de la Oficina de Turismo, como vía teléfono y correo electrónico y ferias especializadas a las que el destino ha asistido. Todo ello, unido con los datos asociados al número de visitantes recibidos mediante contabilización oficial de entradas a los recursos turísticos en los que se encuentra habilitado el acceso para su disfrute o visitas guiadas realizadas por el área de Turismo y Patrimonio.

En este sentido, las analíticas se realizan atendiendo a tres recursos turísticos con estadísticas oficiales asociadas a los tres últimos años completos: el castillo, el Parque Natural – Fluvial del Río Túria y el yacimiento arqueológico de Pla de Nadal.

De este modo, se aprecia que el Castillo de Riba-roja de Túria es el que mayor volumen de turistas recibe (véase gráfico 12), en atención a las estadísticas oficiales elaboradas por el área de Turismo y Patrimonio de Riba-roja. Cabe destacar que en todos los casos la afluencia de visitantes se ha visto reducida en 2021 en comparación con las cifras obtenidas en 2019, siendo el caso más notable el relativo al castillo, con una disminución de visitantes del 71%. Asimismo, es importante detallar que las estadísticas de visitantes del Parque Natural – Fluvial del río Túria previsiblemente son más altas en atención a estudios previos realizados por el equipo de gestión de este espacio natural. No obstante, a día de hoy no se disponen de datos concretos sobre el volumen real de visitantes que recibe este recurso natural en el término municipal de Riba-roja. Únicamente se cuenta con las estadísticas de las personas que realizan consultas al área de turismo o deciden realizar visitas guiadas ofrecidas por el área de gestión municipal del turismo en Riba-roja. En cuanto al yacimiento de Pla de Nadal, el número de visitas es menor que en el resto de recursos debido a que el mismo se encuentra cerrado para su visita, a excepción de ciertos días del año en el que se organizan visitas guiadas u eventos de índole turística, tales como el Banquete Visigodo.

No obstante, el decrecimiento del número de visitantes en todos los casos se relaciona con la irrupción del Covid-19, viéndose afectada la demanda recibida en el destino.

Gráfico 12. Consultas recibidas em Oficina de Turismo Riba-roja de Túria (2019-2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Oficina de Turismo de Riba-roja de Túria (2021)

4.6. Instalaciones y equipamientos

En el destino, además de los recursos e infraestructuras turísticas, es importante detallar aquellos equipamientos que dan servicio tanto a la población residente como a los visitantes. Cabe incidir que Riba-roja es un destino favorecido por su proximidad y buenas conexiones con la ciudad de Valencia, lo que repercute favorablemente en la cercanía a otros servicios básicos.

En cuanto a los servicios públicos del destino, Riba-roja dispone de una Oficina de Turismo galardonada con asiduidad por sus buenas prácticas, y diferentes museos como el Museo Visigodo de Pla de Nadal (MUPLA), el Museo de Cerámica del Castillo (MUCA), el Espai d'Art Contemporani (ECA) y El Castell y la Casa-Museo de El Molí, la cual dispone de un espacio dedicado a exposiciones. En adición, y haciendo referencia a la oferta turística privada, Riba-roja cuenta con 3 agencias de viajes y 1 empresa de turismo activo que organiza visitas guiadas en torno a estos recursos.

Asimismo, el municipio cuenta con diversos centros recreativos para el ocio y la cultura (véase tabla 9) como el Centro Social, la Biblioteca Municipal, el Auditorio Municipal, el Centro de Información Juvenil (CIJ), el Teatro Cervantes o el Parque Municipal Maldonado, un entorno en el que, durante los meses de verano, se acogen jornadas de cine al aire libre.

Tabla 9. Servicios públicos de Riba-roja de Túria

TIPO SERVICIO	Nº
Instalaciones y espacios deportivos	46
Campo de fútbol	1
Campo de tiro	1
Frontones y pabellones con frontón	2
Piscina	3
Pista de tenis	2
Pista de hípica	1
Rocódromos y espacios de escalada	1
Pistas y pabellones deportivos	10
Salas	7
Otros espacios deportivos	13
Otros campos	1
Espacios pequeños y no reglamentados	4
Bibliotecas	2
Agencia de lectura	1
Biblioteca Pública Municipal	1
Centros educativos	17
Centros de enseñanzas especializadas	2
Centros de Infantil/Primaria/ESO/Enseñanzas medias	14
Formación de personas adultas	1
Centros sanitarios	2
Centro de salud	1
Unidad de apoyo rehabilitación	1
Centros de bienestar social	6
Residencias/centros para personas dependientes	5
Centro Social	1
TIPO SERVICIO	Nº
Polígonos industriales	3 (2.874.240m ² d)
Estaciones Depuradoras de Aguas Residuales -EDAR	4 (19.526m ³ /d)

Fuente: ARGOS (Turisme Comunitat Valenciana, 2021)

En su apuesta por la salud y el bienestar, el municipio congrega una variedad de espacios destinados a la práctica deportiva. Entre ellos se encuentra el Pabellón de Deportes y el Polideportivo Municipal. Además, Riba-roja conserva su tradicional Mercado Municipal, un edificio ubicado en el Casco Antiguo que, en la actualidad, defiende los valores tradicionales, autóctonos y el producto de proximidad.

Finalmente, y atendiendo a la atención sanitaria, el hospital más cercano a Riba-roja se localiza en Manises, un municipio ubicado a 11,9km aproximadamente. No obstante, Riba-roja dispone de un centro de salud y una unidad de apoyo a la rehabilitación.

4.7. Promoción y comunicación

Para finalizar el análisis interno del destino, el estudio se adentra en la promoción y comunicación llevada a cabo por el ente de gestión de Riba-roja de Túria. En este sentido, cabe destacar que el destino no dispone en la actualidad de una estrategia de marketing y promoción, véase Plan de Marketing o Plan Operativo. De este modo, las acciones desarrolladas no siguen una hoja de ruta marcada atendiendo a las necesidades identificadas como resultado de un proceso de análisis y diagnóstico, sino que se efectúan espontáneamente, en dependencia de los recursos económicos disponibles en cada momento y bajo la experiencia del equipo técnico del área de Turismo y Patrimonio.

Atendiendo a ello, en adelante el estudio profundiza sobre la temática objeto del presente apartado adentrándose en la situación específica del destino en relación con diversos aspectos ligados a la promoción y comunicación, con el fin de identificar la situación ante la que se encuentra el destino. Para ello, el análisis planteado sigue la siguiente estructura:

- Análisis de la marca turística.
 - Análisis de la web turística.
 - Análisis de redes sociales.
 - Imagen del destino por parte de la demanda.
 - Instrumentos de apoyo a la promoción.
 - o Folletos turísticos disponibles.
 - o Merchandising turístico del destino.
 - Asistencia a ferias y encuentros profesionales.
 - Desarrollo de viajes de familiarización.
 - Promoción y comercialización del destino y sus recursos a través de otras entidades u organizaciones.
- **ANÁLISIS DE LA MARCA TURÍSTICA.**

Riba-roja de Túria dispone de una marca turística representativa del patrimonio histórico-cultural del destino a través de su eslogan “Turisme y Patrimoni” (véase imagen 3). Esta marca se cataloga como la marca principal y global de promoción turística del destino. El logo, trazado a través de un anagrama, simboliza un medallón perteneciente a un noble visigodo cuya villa se encontraba en el actual yacimiento arqueológico de Pla de Nadal. La parte central está ocupada por una forma de cruz en la que se identifican las letras “T, E, B” en el brazo vertical, “D, E, M” en el horizontal y nuevamente “I y R” en el vertical. Estas iniciales conforman la palabra “TEBDEMIR”, un nombre similar al epígrafe “TEVDINIR” grafiado en el reverso de una nevera y que podría referirse a un mismo personaje, el fundador o propietario de la villa.

Este nombre dispone de vínculos con el edificio con el personaje histórico Teodomiro de Orihuela, suscriptor del famoso pacto de sumisión a los árabes de principios del siglo VIII.

Imagen 3. Marca turística de Riba-roja de Túria



Fuente: Departamento de Turismo de Riba-roja de Túria (2021)

Asimismo, Riba-roja ha trabajado durante 2022 la creación de una submarca turística, ligada en este caso al turismo gastronómico cultural (véase imagen 4). En este sentido, el destino dispone en la actualidad de una submarca con la que continuar avanzando en el posicionamiento cultural de Riba-roja a través de la gastronomía tradicional. Cabe destacar que la elección de este logo turístico se ha efectuado mediante consulta a la ciudadanía, poniendo a disposición un formulario on-line mediante el cual se han priorizado tres creatividades, dando lugar a la elección de la imagen final que el destino a día de hoy ya ha comenzado a utilizar en atención a las actividades gastronómicas celebradas en los últimos meses.

Imagen 4: marca gastronomía histórica de Riba-roja de Túria



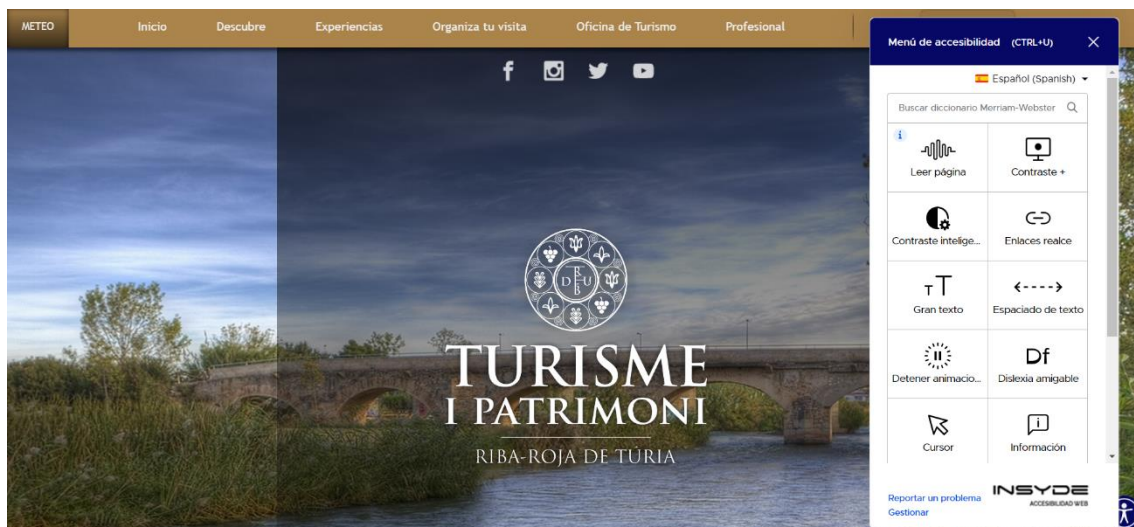
Fuente: Departamento de Turismo de Riba-roja de Túria (2021)

El logotipo elegido representa una venera de forma simplificada, un símbolo que está presente en el yacimiento de Pla de Nadal de diversas formas. En el interior de esta venera, y concretamente en el centro, se encuentra una espiga de arroz. A la derecha, se observa una rama de olivo, y a la izquierda una rama de naranjo. Las espirales representan la forma de un caracol. Para terminar, se representa el río Túria a través de tres líneas onduladas.

- ANÁLISIS DE LA WEB TURÍSTICA.

Continuando con el estudio, cabe destacar la presencia de Riba-roja en internet, disponiendo el destino de una página web turística (www.ribaroadeturiaturismo.com) con información en diferentes idiomas, en atención al público objetivo al que se dirige el destino: castellano, inglés, valenciano e italiano. Además, la página web dispone de un menú accesible, con el fin de que cualquier persona pueda obtener información de interés acerca del destino (véase imagen 5).

Imagen 5. Menú accesible de la página web turística de Riba-roja de Túria



Fuente: www.ribaroadeturiaturismo.com

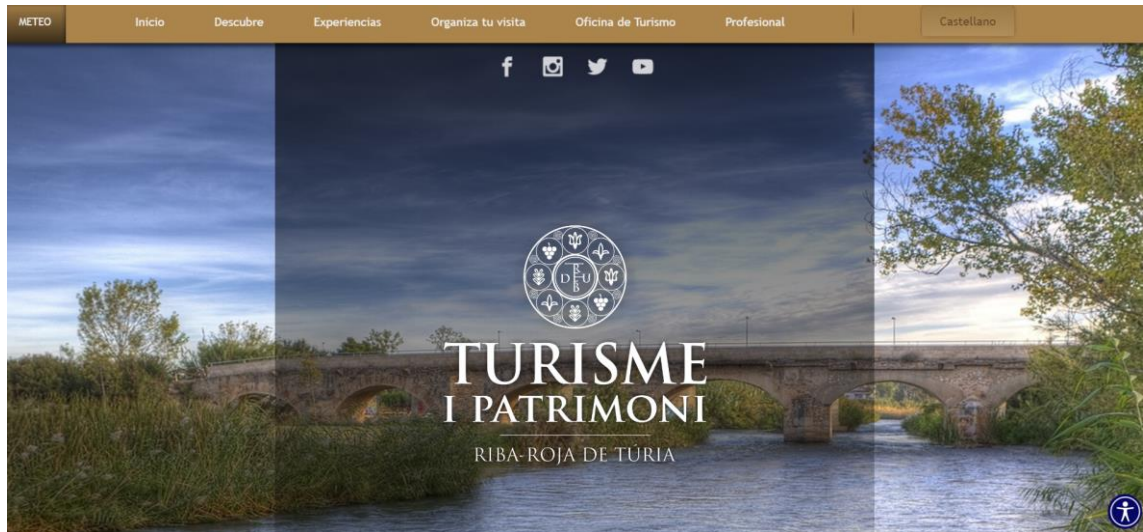
La página web se encuentra correctamente estructurada, ofreciendo al usuario información de interés actualizada en base a los siguientes apartados:

- Inicio

Se trata de la página principal, siendo la primera visión que el usuario tiene de la landing (véase imagen 6). En ella, se destaca la visualización en estático del logo de turismo de Riba-roja, acompañado por imágenes de los principales recursos turísticos, las cuales se muestran en bucle. En esta primera página, se presentan las redes sociales en las que está presente el destino, ubicándose los botones de acceso directo en un lugar visible para el usuario, a fin de atraerlo hasta las mismas.

Es importante detallar que los enlaces facilitados en la página web cuentan con apertura de las correspondientes páginas en ventanas adicionales del navegador, promoviendo así que el usuario se mantenga en la página web del destino, con lo que se evita el efecto rebote.

Imagen 6. Apartado de inicio de www.ribarojadeturiaturismo.com



Fuente: www.ribarojadeturiaturismo.com

En esta primera página también se incluyen cuatro subapartados que destacan información facilitada a su vez en los apartados citados anteriormente, pero que, por su interés y carácter estratégico para el destino, disponen a su vez de una situación protagonista en la página de inicio. Estos subapartados se corresponden con: mapa interactivo, folletos, buzón del visitante y galería.

El **mapa interactivo** se presenta como una herramienta digital puesta a disposición por parte del área de turismo de Riba-roja con el objetivo de proporcionar información geolocalizada sobre:

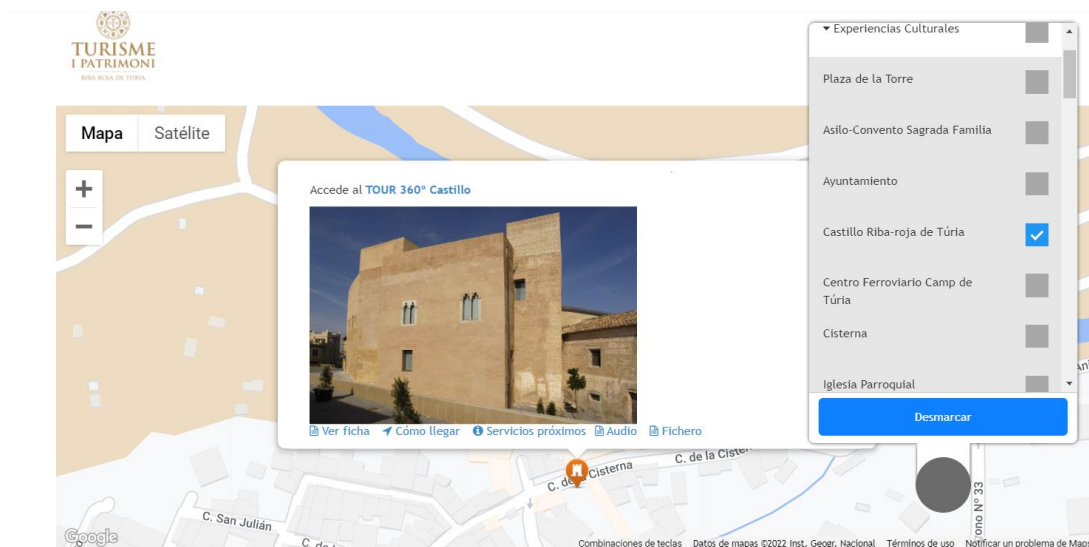
- **Servicios turísticos:** zonas wifi en el destino, alojamiento, restaurantes, empresas de reparación de bicicletas, teléfonos y otra información de interés acerca de transporte, centros públicos, etc, lugares de interés, parques y zonas verdes y parkings.
- **Puntos de interés:** experiencias culturales (recursos culturales del destino), y turismo de naturaleza (recursos naturales de Riba-roja).
- **Rutas:** se incluye el itinerario de las 11 rutas culturales y deportivas desarrolladas por el destino. El recorrido de cada una de las rutas se expone en el mapa, incluyendo información sobre cada uno de los puntos de interés o parada con el fin de que el visitante pueda realizarlas autónomamente.

- **Eventos:** se expone un carrousel y un desplegable de todos los eventos pendientes de celebrar (y celebrados) en el destino, siendo en su mayoría gastronómicos, culturales y deportivos. Además, cada acontecimiento incluye una breve descripción, los días de celebración, la hora y el lugar del acto junto con el precio del evento o las entradas.

La herramienta facilita información en formato texto y audio. También ofrece la posibilidad de guiar al usuario hasta el lugar de interés, gracias a su conexión con Google Maps. A su vez, se ofrece información sobre servicios próximos al lugar indicado, y se comparte información acerca de otras herramientas disponibles, tales como QR disponibles en el lugar en concreto o el tour 360° también incluido en la página web (véase imagen 7).

De este modo, el mapa interactivo se posiciona como una herramienta de apoyo al visitante durante su estancia, con el objetivo de mejorar su experiencia a través de la tecnología.

Imagen 7. Mapa interactivo de Ribarroja



Fuente: www.ribaroadeturiatourismo.com

En cuanto al subapartado dedicado a los **folletos turísticos** del destino, en él se comparten los diferentes folletos disponibles también en la Oficina de Información Turística, en versión papel, promovándose que el usuario pueda acceder a su consulta en cualquier momento.

En total, se ofrecen 32 documentos conformados por folletos, guías, dípticos y trípticos, un plano turístico del destino y otros asociados a las tipologías turísticas y experiencias trabajadas por el destino. Además, en este subapartado se incluye el folleto asociado a la divulgación de los derechos y obligaciones del usuario de

servicios turísticos, explicitados en la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad (LTOH) de la Comunitat Valenciana (artículos 16 7 17). Con su disposición, el destino cumple con una de las obligaciones asociadas a los Municipios Turísticos, según marca la normativa vigente (Decretos 5/2020 y 203/2021).

Asimismo, cabe destacar que los documentos no se encuentran organizados por temáticas, presentándose todos ellos en una única categoría denominada “Folletos (2)”. En este sentido, cabe destacar que la plataforma web ofrece la posibilidad de añadir un mayor número de categorías en este subapartado.

Continuando con el análisis de los subapartados expuestos en la página de inicio del destino, Ribarroja ha facilitado una posición protagonista al subapartado correspondiente al buzón del visitante, obligación también contemplada en la normativa vigente de Municipio Turístico. En este subapartado se facilita al usuario diferentes soportes a través de los cuales puede solicitar información o remitir una queja o sugerencia al área de Turismo y Patrimonio de Ribarroja de Túria. Entre los medios facilitados se incluyen el teléfono directo de la Oficina de Información Turística y el correo electrónico propio de este servicio. Además, se promueve la atención directa y presencial de quejas o sugerencias en la propia oficina de turismo. No obstante, y si el usuario prefiere emitir su queja o sugerencia a través de un medio on-line, también se facilita un cuestionario de satisfacción, en el que se proporciona la opción de incluir comentarios de mejora.



En este subapartado también se incluye un enlace de acceso directo a la página web oficial de GVA en la que el visitante puede remitir denuncias sobre oferta ilegal, publicidad engañosa, o similares. En este apartado, también se incluye la opción de descarga del folleto de derechos y obligaciones del turista, así como del manual de buenas prácticas del P.N del Túria.

Para finalizar con el análisis de los subapartados, en el subapartado **Galería**, el destino pone a disposición del usuario un total de 120 imágenes del destino y sus principales recursos, con el objetivo de generar una mayor atracción del visitante a través de los recursos visuales.

A continuación, el apartado de inicio de la web turística de Ribarroja dispone de una sección dedicada a los próximos eventos desarrollados en la ciudad.

El apartado de inicio concluye con logos asociados a servicios turísticos concretos del destino (Museo Visigodo de Pla de Nadal, Museo de Cerámica del Castillo y Espai d'Art Contemporani El Castell), así como con logos de entidades e iniciativas externas, tanto públicas como privadas, véase el enlace al Código Ético de Turismo Valenciano, al cual el destino se encuentra adherido, marcas turísticas autonómicas y provinciales (Comunitat Valenciana, L'Exquisit Mediterrani, del Tros al Plat, València Turisme, Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana y Film Valencia). Para finalizar, se ofrece un enlace al proyecto Relecturas, en el que participa Ribarroja con el museo de Pla de Nadal y el logo de recomendación de ArqueoTrip, siendo esta organización una guía on-line de turismo arqueológico y cultural. Por último, la página de inicio muestra los logos del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria, el turístico de Ribarroja, el propio de la Comunitat Valenciana y tres logos asociados a calidad turística (Q de Calidad, Qualitur y Safe Tourism Certified), debido a la disposición de estos certificados por parte del destino. Asimismo, se facilita en esta última visión del apartado de inicio información sobre la dirección de la Oficina de Información Turística y los teléfonos y e-mail de contacto.

- **Descubre**

El apartado "Descubre" presenta la oferta turística de Ribarroja en diferentes categorías:

- Espacios arqueológicos
- Monumentos
- Museos
- Patrimonio bélico – memoria histórica
- Patrimonio cultural del agua
- Espacios naturales
- Espacios culturales y de arte.

- Experiencias

En este apartado el destino propone diversas experiencias turísticas asociadas a las tipologías turísticas trabajadas y sobre las que se desea posicionar:

- Experiencias culturales.
- Turismo activo.
- En familia.
- Sensaciones gastronómicas.
- Fiestas y tradiciones locales.

Cabe mencionar que ciertas experiencias se encuentran englobadas en tipologías turísticas mayormente trabajadas por el destino, y sobre las cuales se ha dispuesto un interés en su posicionamiento durante los años: cultura, naturaleza/deporte y gastronomía asociada a la cultura y tradición de Riba-roja.

- Organiza tu visita

En cuanto al apartado dedicado a la organización de la visita, en este se proporciona información sobre aspectos relevantes para el visitante durante su estancia, con el objetivo de resolverlos de forma previa a su visita, generando así una experiencia de mayor calidad. En este sentido, la información se estructura en torno a las siguientes categorías:

- Dónde comer.
- Dónde dormir.
- Teléfonos de interés.
- Empresas turísticas.

- Oficina de Turismo

Este apartado se subdivide en dos secciones, una dedicada al propio concepto incluido en la definición del apartado, la Oficina de Información Turística del destino, y otro específico sobre el Club de amigos de Riba-roja.

En la primera sección, se facilita al usuario información sobre la Tourist Info y las funciones que el personal asignado a este servicio desarrolla. En definitiva, el objetivo perseguido por este servicio público turístico.

Además, se hace mención de la disposición de diversos certificados de calidad por parte de este servicio, destacándose que la Tourist Info de Riba-roja de Túria fue la primera Oficina de Turismo de España certificada con el sello Safe Tourism Certified en 2020. Por último, se identifica a la Tourist Info del destino como Punto de Información Colaborador (PIC) del P.N del Túria, Punto Qualitur Club, Punto Turístico Violeta y Punto recomendado Arquetrip, para concluir con información relativa al horario de atención al público, dirección y medios de comunicación disponibles (teléfono y correo).

- **Profesional**

Por último, es importante mencionar que el destino dispone de un apartado dedicado al usuario con perfil profesional (empresas o profesionales individuales del sector turístico). Este apartado se divide en cuatro secciones: turismo e igualdad, Film Ribarroja de Túria, Código Ético de Turismo y Destino Turístico Inteligente - DTI.

La primera sección, dedicada a **turismo e igualdad**, refleja la importancia que desde el área de Turismo y Patrimonio se le otorga a la perspectiva de género en el mundo del turismo, incluyendo en esta sección información de carácter técnico sobre las acciones y proyectos que se desarrollan en esta materia:

- **Teodora y Brunequilda:** se trata de dos personajes con los que se representan a las mujeres en la sociedad visigoda. Éstos forman parte de las visitas teatralizadas desarrolladas en el yacimiento Pla de Nadal, así como de charlas y jornadas realizadas en colaboración con el área de Igualdad del Ayuntamiento de Ribarroja, siendo ejemplo, charlas como “La mirada de Teodora: la sociedad visigoda en clave de género



- **Relecturas. Itinerarios en Clave de Género**: itinerario de género del Museo de Pla de Nadal (MUPLA), incluido en el proyecto Relecturas. Itinerarios Museales en Clave de Género, impulsado por la Universidad de Valencia y la Generalitat Valenciana, con el objetivo de incluir la perspectiva de género a través de la reinterpretación de las piezas de los museos.
- **La Ruta Olvidada**: proyecto en colaboración con la Diputación de Valencia. Se trata de un documental sobre el papel de la mujer en los periodos históricos más representativos para el territorio valenciano. El objetivo es incluir la perspectiva de género en las rutas y productos turísticos.
- **Punto Violeta Turístico**: acuerdo entre el Ayuntamiento de Riba-roja y Turisme Comunitat Valenciana. La finalidad del Punto Violeta es la de concienciar, prevenir y disfrutar los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana bajo el respeto hacia las mujeres, libres de acoso y humillación machista.
- **Visitas guiadas y formación**: en las visitas guiadas realizadas por el destino se han incluido nuevos relatos para recuperar las figuras femeninas en la historia del municipio. Además, en este apartado se expone la participación del personal del área de Turismo y Patrimonio en formaciones para aplicar un “lenguaje no sexista” en la promoción turística.

La segunda sección, correspondiente a **Film Riba-roja de Túria** (véase imagen 8), expone la participación del destino en Film Valencia y se ofrece al usuario profesional información sobre las diferentes localizaciones de rodaje en Riba-roja, siendo definidos éstos como “enclaves únicos para todo tipo de producción audiovisual”.

Imagen 8. Sección Film Riba-roja de Túria en apartado profesional de la página web turística

Inicio > Profesional > Film Riba-roja de Túria



Profesional

Film Riba-roja de Túria

Riba-roja de Túria forma parte del proyecto **Film Valencia**. Este proyecto está impulsado por la Diputación, el Institut Valencià de Cultura y Valencia Turisme.

La plataforma **Film València** promueve, facilita y coordina los **rodajes y producciones audiovisuales** en Valencia, haciendo de eslabón entre las productoras y los municipios. Además, cuenta con una excelente base de datos de localizaciones que se pueden consultar en la **web**.

Riba-roja de Túria forma parte de esta iniciativa **ofreciendo enclaves únicos para todo tipo de producción audiovisual**. Estos son algunos de las localizaciones que ofrece el municipio:

Área recreativa del PN del Túria



Fuente: www.ribaroadeturiatuismo.com

En la tercera sección, el destino muestra su compromiso con el **Código Ético del Turismo Valenciano**, dando a entender así el compromiso de Ribarroja con los valores de la hospitalidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social desde el año 2017.

Finalmente, la cuarta y última sección abarca el proyecto de **Destino Turístico Inteligente (DTI)** impulsado por el municipio en el año 2019 (véase imagen 9). Un proceso de mejora continua que pretende perfeccionar el modelo turístico a través de la transformación digital, la sostenibilidad y la resiliencia. Actualmente, y debido a sus buenas prácticas en los ámbitos de la gobernanza, la innovación, la sostenibilidad, la accesibilidad, la inteligencia, la conectividad, la información turística y el marketing online, el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur) lo ha incluido dentro de la Red DTI-CV en el nivel 2 - municipio avanzado.

Imagen 9. Sección DTI en apartado profesional de la página web turística

Inicio > Profesional > Destino Turístico Inteligente - DTI



Profesional

Destino Turístico Inteligente - DTI



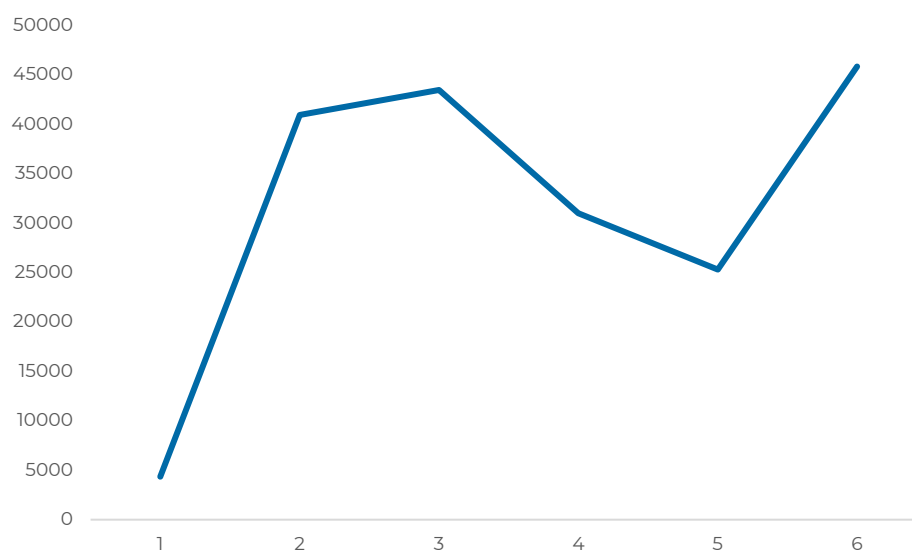
Fuente: www.ribaroadeturiatuismo.com

Es importante mencionar que en el apartado profesional no se ha observado la inclusión de informes estadísticos de interés para el sector turístico de Ribarroja de Túria, tales como estadísticas de la Oficina de Turismo, perfil del turista y excursionista que recibe el destino. Tampoco se ofrece la posibilidad de guiar al usuario hacia informes de terceros, como por ejemplo, los elaborados por Turisme Comunitat Valenciana, y que pueden ser de notable interés tanto para el empresariado actual como para el futuro emprendedor que desea desarrollar su proyecto turístico en Ribarroja de Túria.

Para finalizar con el análisis de la página web turística, es importante detallar el tráfico recibido. En este sentido, cabe mencionar el rápido crecimiento de visitas observado entre los años 2016-2017, registrándose un aumento en un año de 36.567 visitas anuales (véase gráfico 13).

Asimismo, las visitas continuaron en crecimiento durante el siguiente año, 2018, observándose un ligero retroceso en el año 2019, el cual se vio incrementado en 2020 como consecuencia del confinamiento derivado por la situación de pandemia. Concretamente, el año en el que irrumpe el Covid-19 se identifica una pérdida de visitas del 41,82% en comparación con el año con mejores resultados (2018). No obstante, se destaca el sobresaliente repunte que se registra en el año 2021, logrando las mejores cifras en número de visitas en los últimos cinco años. En este sentido, durante el último año completo con datos disponibles se identifican un total de 45.797 visitas a la página web turística de Riba-roja. Este hecho se encuentra relacionado con la reciente recuperación de la actividad turística iniciada durante el citado año, viéndose los efectos en primer lugar en el turismo nacional y concretamente en el turismo interno, aspecto que beneficia al destino al disponer de un importante volumen de población concentrada en un área cercana al mismo.

Gráfico 13. Evolución del número de visitas en la página web turística de Riba-roja (2016-2021)



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Riba-roja de Túria.

Además, es importante incidir en que el 68% de las visitas recibidas en 2021 son de visitantes distintos. Atendiendo a ello, el 32% de los usuarios repite su visita a la web con el objeto de obtener más información sobre el destino, lo que denota el marcado interés por parte de este público. Además, el alto porcentaje de visitantes distintos también refleja una correcta alineación de la información turística con respecto a las necesidades del público objetivo.

Para concluir, la distribución mensual de visitas en 2021 refleja un predominio de usuarios en los meses de abril, agosto, octubre y noviembre, siendo este último mes en el que mayor número de visitas se registran. La distribución expuesta guarda relación con dos aspectos: el primero, asociado a las condiciones climatológicas,

siendo los meses más fríos y los más cálidos los menos ideales para el desarrollo de una visita a una ciudad con motivo de efectuar actividades de visita a monumentos o disfrute de la naturaleza a través del turismo activo. El segundo, asociado a la disposición de un importante número de segundas residencias en Ribarroja, lo cual deriva en que agosto, mes estival por excelencia para el turismo de segundas residencias, se corresponda con uno de los meses en los que mayor tráfico se recibe en la web de turismo del destino, debido al repunte de visitantes residenciales y al interés de los mismos por conocer actividades a realizar durante su estancia en Ribarroja.

- **ANÁLISIS DE REDES SOCIALES.**

Ribarroja completa su servicio de información turística y su posicionamiento en internet a través de su presencia en las redes sociales.

De este modo, Ribarroja dispone de perfiles en cuatro redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube (véase tabla 10). Se destaca la no presencia en redes sociales en auge en la actualidad, como TikTok.

Tabla 10: situación perfiles turísticos de Ribarroja de Túria en redes sociales

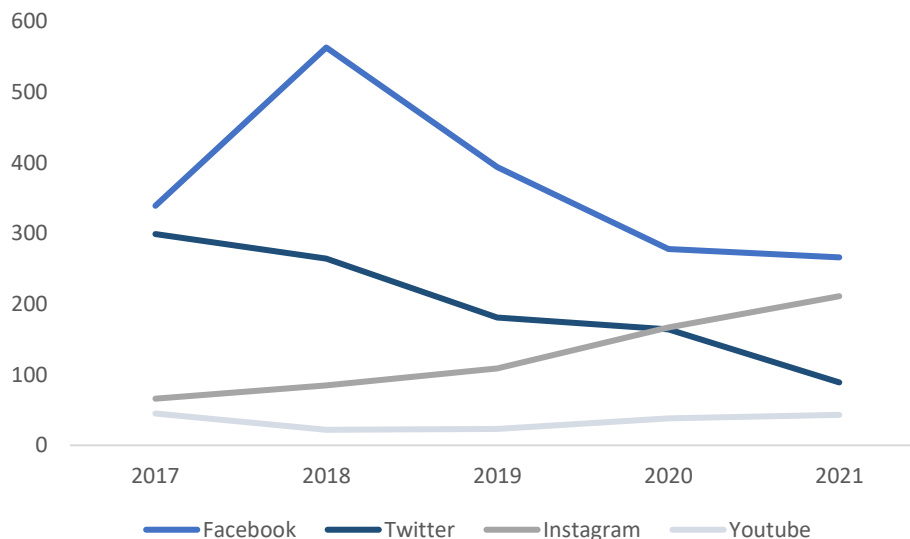
Red social	Fecha apertura	Nº seguidores
Facebook	2009	2.560
Twitter	2011	1.098
Instagram	-	1.458
Youtube	2010	98.831 visualizaciones

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta la evolución de las publicaciones, se observa que en los cinco últimos años se ha potenciado la creación de contenido asociado a la red social Instagram. Concretamente, en el último trienio las publicaciones en esta red social han registrado un incremento del 93%, siendo de este modo la red social con mayor crecimiento (véase gráfico 14). Este hecho se encuentra relacionado con el incremento de uso de esta plataforma por parte del público general. En este sentido, y atendiendo a los datos proporcionados por Statista, en el periodo 2017-2021 el número de usuarios de Instagram en España ha aumentado un 85%, alcanzando la cifra de 24 millones de usuarios en 2021.



Gráfico 14. Evolución de las publicaciones de en las diferentes redes sociales (2017-2021)



Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por el área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Ribera-roja de Túria

Asimismo, los datos muestran una caída de las publicaciones en Facebook y Twitter en el último año de referencia. Esta última red social es la que mayor descenso registra, con un 46% menos de publicaciones entre 2020 y 2021. En el caso de Facebook, destacar que en esta red social el destino fomenta la interacción con los usuarios mediante la incorporación de una sección de preguntas.

En cuanto a Youtube, las características de la red social determinan que sea en la que menor volumen de contenido se genere, ya que por lo general no se realizan publicaciones diarias. No obstante, es destacable la evolución constante en el tiempo, situándose en una situación mantenida en los últimos cuatro años. Cabe destacar que en esta red no sólo se publican vídeos o spots promocionales del destino, sino también informativos sobre eventos, jornadas o acciones desarrolladas desde el área, participando en los mismos los agentes sociales del territorio (políticos, técnicos, empresariado...).

En atención a las estadísticas presentadas, se vislumbran tendencias de uso de las redes sociales por parte del equipo de turismo, no respondiendo éstas a una estrategia estudiada y planteada en torno a un análisis situacional en atención al público objetivo, canales en los que el destino debe estar presente, frecuencias de publicación, etc.

Asimismo, el destino se encuentra presente en plataformas específicas de turismo, disponiendo de perfil en MiNube, contando en esta red social con 31 seguidores.

Sin embargo, no se realizan publicaciones habituales en su perfil, disponiendo únicamente de una experiencia compartida, relativa al yacimiento visigodo de Pla de Nadal.

En cuanto a campañas de pago en redes sociales, el destino realiza un posicionamiento SEM en redes sociales mediante la inclusión de anuncios en los perfiles de Facebook e Instagram correspondientes a la plataforma Arqueotrip, empresa con la que el área de Turismo y Patrimonio colabora para reforzar el reconocimiento de Riba-roja de Túria como destino de turismo cultural (*véase tabla 7*). Cada uno de los anuncios realizados en redes sociales en el marco de esta colaboración dispone de 6 variantes.



Tabla 11. Campañas de pago realizadas por Arqueotrip para Ribarroja (2019-2021)

Plataforma	Campañas	Periodo	Perfil del público objetivo	Alcance (personas)	Impresiones
Facebook e Instagram	Tómame un respiro, RIBA-ROJA DE TÚRIA	1 al 7 de mayo de 2021	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nacional ▪ 18 – 65 años ▪ Viajeros frecuentes con interés en turismo arqueológico, turismo cultural, turismo de naturaleza, así como literatura y publicaciones relacionadas con viajar 	53.306	57.364
	Te gustaría conocer el Patrimonio Bélico de Ribarroja de Túria. Ya tienes un plan: Visitaremos las trincheras de Valencia la Vella, el refugio del Colegio Cervantes y los refugios de la Plaza de la Torre.	23 al 29 de octubre de 2021		31.946	32.674
	En el PUENTE DE DICIEMBRE viajamos a Ribarroja de Túria, para visitar el Patrimonio Bélico, el Patrimonio Arqueológico y hacer Senderismo ¡Ya tienes un buen plan de escapada!	26 de noviembre al 5 de diciembre de 2021		23.999	26.925
	👉 La primavera está llegando a #Ribarroja de Túria y te invitamos a disfrutar de las actividades del fin de semana.	3 al 9 de marzo de 2022		35.502	43.190

Fuente: elaboración propia a partir de datos proporcionados por el área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria

Asimismo, el destino realiza campañas de pago en sus redes sociales (véase tabla 12). En este ámbito, se disponen de datos relativos a las campañas realizadas durante el año 2019, en el marco de la Festa del Dux, un mercado ambientado en la época visigoda.

Tabla 12. Campañas de pago realizadas por Arqueotrip para Riba-roja (2019-2021)

Plataforma	Publicación	Alcance	Interacciones	Clics enlace	Me gusta	Compartidos
Facebook	HISPANIA. BALLET JOSÉ HUERTAS.	2768	251	9	56	19
	VIII Jornadas Gastronómicas	2307	368	9	32	7
	#TalleresVisigodos	9045	568	64	157	65
	Vídeo Promocional	16829	448	121	43	47
TOTALES		30949	1635	203	288	138

Fuente: elaboración propia a partir de datos proporcionados por el área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Riba-roja de Túria

En atención al análisis de redes sociales desarrollado, se concluye afirmando que el destino dispone de estadísticas de redes sociales, disponiendo de documentos en los que registra mensualmente la evolución de diferentes parámetros (seguidores, publicaciones, me gusta, retweets...). En cambio, estos informes no incluyen datos dirigidos a definir el perfil de los usuarios (procedencia, edades, intereses...). También se cuenta con estadísticas asociadas a las campañas de pago realizadas. De éstas cabe destacar que no en todos los casos los informes presentados identifican el público objetivo al que se dirige la campaña (segmentación aplicada). Además, en los casos en los que sí se ha obtenido esta información, se identifica una utilización constante de la segmentación elegida, no abarcando nuevos perfiles o probando nuevos segmentos de mercado con el fin de explorar los que mejor resultados ofrecen.

A su vez, el destino no desarrolla informes de interpretación de los datos disponibles, lo que limita la toma de decisiones efectiva. Por último, existen perfiles con contenido no actualizado o no trabajados en ciertas plataformas específicas. En este sentido, resulta preferible el mantenimiento de los perfiles idóneos en cuanto a público objetivo al que el destino desee dirigirse, así como la presencia del destino en un número viable de canales, en atención a los recursos disponibles. Aspecto para lo que se precisaría desarrollar un Social Media Plan, alineado con la estrategia de marketing y posicionamiento del destino (Plan de Marketing o Plan Operativo).

- IMAGEN DEL DESTINO POR PARTE DE LA DEMANDA.

Una vez se ha realizado un análisis de los canales on-line trabajados por el destino, el presente estudio se adentra en la imagen del destino por parte de la demanda en base a dos áreas de trabajo:

Las búsquedas realizadas por los usuarios en relación con Riba-roja de Túria: en este apartado se pretende resolver la siguiente incógnita, ¿qué aspectos interesan a las personas que realizan búsquedas en Google sobre Riba-roja de Túria? El objetivo es determinar los intereses de la demanda y cuán de posicionado está el destino, turísticamente, en la mente de su público objetivo.

El análisis realizado se basa en los resultados facilitados por la herramienta Google Trends. En este sentido, en primer lugar, se muestran los resultados obtenidos tras realizar la búsqueda aplicando el término “Riba-roja de Túria”, tanto en la sección general de resultados, como aplicando el filtro por categorías en aquellas relacionadas con temáticas turísticas “Aficiones y tiempo libre” y “Viajes”. De este modo, se puede apreciar que el volumen de búsquedas es muy bajo en cualquiera de las opciones consultadas (véase *tablas 13, y 14*). Además, en los casos en los que la herramienta facilita resultados, los mismos no guardan relación con el turismo, sino con cuestiones de meteorología y con el sector industrial de Riba-roja, haciendo patente la especialización de este municipio en el ámbito de la industria.

Tabla 13. Resultados Google Trends para el término Riba-roja de Túria en sección general

Riba-roja de Túria
Temas relacionados
Agencia Estatal de Meteorología
Logística
Consultas relacionadas
No hay suficientes datos para mostrar resultados

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por Google Trends

Tabla 14. Resultados Google Trends para el término Riba-roja de Túria en sección “Aficiones y tiempo libre” y “Viajes”

Riba-roja de Túria
Temas relacionados
No hay suficientes datos para mostrar resultados
Consultas relacionadas
No hay suficientes datos para mostrar resultados

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por Google Trends

En atención a los resultados obtenidos, y teniendo en cuenta que el destino puede ser buscado en internet con abreviaturas u otras formas no correctas, pero utilizadas, se ha procedido a realizar el análisis de resultados aplicando los siguientes términos en la búsqueda: Riba-roja, Ribarroja de Túria, Ribarroja, Ribarroja de Túria y Ribarroja.

Cabe destacar que los términos que no incluyen la asociación con Túria también incluyen resultados relativos a búsquedas dirigidas hacia otro municipio peninsular, ubicado en Cataluña, y denominado Riba-roja de Ebro.

En las búsquedas realizadas no aplicando el término oficial correcto “Riba-roja de Túria”, sí se encuentran resultados con connotaciones turísticas. De este modo, se observa una importante asociación con dos aspectos del municipio: el río Túria, siendo esta una búsqueda recurrente por los usuarios de Google que desean obtener información sobre Riba-roja, y los conceptos asociaciones al desarrollo urbanístico y el turismo residencial, “urbanización” y “Chalet” (*véase tablas 15 y 16*). Asimismo, aunque en menor medida, el Parque Maldonado, como recurso turístico del destino, también se encuentra entre las búsquedas realizadas por los usuarios.

Además, cabe destacar, de nuevo, la notable asociación del destino con la industria, apareciendo entre los resultados nombres de empresas radicadas en el polígono de Riba-roja o términos asociados con la industria, como logística. También son notorios los resultados relacionados con búsquedas de situación climatológica en Riba-roja.

Para finalizar, también se identifica una relación de Riba-roja con su entorno (municipios cercanos), por lo que se presume que los usuarios que han solicitado información acerca de Riba-roja en el buscador de Google a través de los términos analizados, también han buscado información sobre otras localidades próximas al destino, tales como Manises, La Eliana, Villamarchante, La Pobla de Vallbona, etc. Además, se relaciona a Riba-roja como un destino ubicado en la Comunidad Valenciana, y más concretamente en la provincia de Valencia.

Con todo ello, se observa una notable especialización del destino en la industria, y una mejora en términos de posicionamiento turístico en atención al público objetivo.

Tabla 15. Resultados Google Trends para otros sinónimos en sección general

Riba-roja
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
Ribarroja de Ebro
Batea
La Fatarella
Ascó
Vilalba dels Arcs
El Pinell de Brai
Bot
Gandesa
Comunidad Valenciana
Río Ebro
Valencia
Río Túria
Logística
Consultas relacionadas
riba-roja de Túria
riba-roja de turia
ebando batea
francia coronavirus
ebando gandesa
italia coronavirus
españa coronavirus
reino unido coronavirus



Ribarroja de Túria
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
Río Turia
Valencia
Comunidad Valenciana
Ayuntamiento de Ribarroja de Túria
Chalet
Código postal
Manises
Campo de Turia
Venta
La Eliana
La Pobla de Vallbona
Paterna
Idioma valenciano
Cheste
Urbanización
Sagunto
Mercadona
Tablón de anuncios
Consultas relacionadas
ribarroja de turia
tiempo en ribarroja de turia
ayuntamiento de ribarroja del turia
El tiempo en ribarroja de turia

Ribarroja
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
ITV Ribarroja
Ayuntamiento de Ribarroja de Túria
Comunidad Valenciana / Valencia
Chalet
Río Turia
Ribarroja de Ebro
Manises
Logística
La Eliana
Centro de salud
Villamarchante
Ribarroja Club de Fútbol
VCD Logística
Grupo Sarosa
Requena
Godelleta
Restaurante Chino Casa
Hefame
Parque Maldonado
Albal
Els Pous
Pinturas Isaval Tienda

Consultas relacionadas
ribarroja del turia
tiempo Ribarroja
tiempo en Ribarroja
ribarroja valencia
ribarroja de turia
el tiempo Ribarroja
el tiempo en Ribarroja
itv Ribarroja
ayuntamiento Ribarroja
ayuntamiento de Ribarroja
aemet Ribarroja
cita itv Ribarroja
tiempo en ribarroja del turia
chalet Ribarroja
ribarroja de ebro
itv cita previa Ribarroja
cita previa itv
metro Ribarroja
el tiempo ribarroja del turia
codigo postal Ribarroja
el tiempo en ribarroja del turia
riba roja
ribarroja cf
fadrins Ribarroja
Fadrins

Ribarroja de turia
Temas relacionados
Río Turia
Ribarroja de Turia
Valencia
Consultas relacionadas
No hay suficientes datos para mostrar resultados

Ribarroja
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
Río Turia
Ribarroja de Ebro
Chalet
Comunidad Valenciana
Valencia
Código postal
Inspección técnica de vehículos
Manises
Ayuntamiento
Urbanización
La Pobla de Vallbona
Río Ebro
Almacén
Consultas relacionadas
ribarroja del turia

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por Google Trends

Tabla 16. Resultados Google Trends para otros términos sinónimos en secciones “Aficiones y tiempo libre” y “Viajes”

Riba-roja
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
Río Túria
Consultas relacionadas
No hay suficientes datos para mostrar resultados

Ribarroja de Turia
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
Río Túria
Comunidad Valenciana
Valencia
Urbanización
Consultas relacionadas
No hay suficientes datos para mostrar resultados

Ribarroja
Temas relacionados
Loriguilla
Villamarchante
Dachser
Río Túria
Docks
Complejo Deportivo La Mallà
San Antonio de Benagéber
Entrenaranjos International School
Turís
Banco
Venta
Manises
Colegio Asunción de Nuestra Señora
Torrent
Villamarchante
Consultas relacionadas
El tiempo Ribarroja
Dachser Ribarroja
Tiempo en Ribarroja
Chalet Ribarroja
Parque Maldonado Ribarroja

Ribarroja de Turia
Temas relacionados
Ribarroja de Turia
Consultas relacionadas
No hay suficientes datos para mostrar resultados

Ribarroja
Temas relacionados
Valencia

Consultas relacionadas

Urbanización

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por Google Trends

Asimismo, Google Trends facilita información acerca de las **procedencias de los usuarios que realizan búsquedas sobre Riba-roja en internet (véase tabla 17)**. Siguiendo el mismo proceso efectuado anteriormente para la identificación de temas y consultas relacionadas con las búsquedas, el análisis realizado ha dado como resultado la definición de diferentes mercados con interés en Riba-roja, siendo el usuario nacional el predominante. Asimismo, cabe destacar que los usuarios que realizan búsquedas con el nombre completo del municipio valenciano son únicamente de la Comunitat Valenciana, mientras que las búsquedas asociadas a la utilización del nombre acortado (Riba-roja, Ribarroja, Ribaroja) albergan a un mayor número de usuarios no procedentes únicamente a la región valenciana. Esto es debido a que los términos acortados sirven también para realizar búsquedas sobre el municipio catalán de Riba-roja de Ebre. Al respecto, cabe destacar que no se han obtenido resultados para búsquedas con el nombre completo de la localidad catalana, por lo que se evidencia un mayor interés de los usuarios por la búsqueda de información acerca del destino valenciano. El hecho de que los usuarios aumenten con el uso de la abreviatura del nombre de la población puede ser debido a una tendencia a la comunicación concisa en internet y al hecho de realizar búsquedas rápidas. En cuanto a los usuarios procedente de Comunidades Autónomas diferentes a la propia en la que radica el destino, destacan Comunidad de Madrid, Castilla-La Mancha, Región de Murcia. La comunidad de Cataluña también cuenta con interesantes volúmenes de búsquedas, no obstante, se presume que gran parte de ellas se dirigen a la localidad catalana cuya denominación es similar a la localidad objeto de estudio de este Plan Estratégico. Asimismo, se observan búsquedas desde otras regiones de interés debido a su cercanía geográfica.



En referencia a las procedencias internacionales, cabe destacar que el único término con búsquedas de usuarios internacionales se corresponde con el de “Ribarroja”. Entre los potenciales mercados internacionales se encuentran principalmente los países del continente europeo: Alemania, Italia, Francia y Reino Unido.

Tabla 17: procedencias de usuarios que realizan búsquedas en internet

	Nacional	Internacional
Riba-roja de Túria	Comunidad Valenciana	Sin resultados
	Comunidad de Madrid	
Riba-roja	Comunidad Valenciana	Sin resultados
	Cataluña	
	Comunidad de Madrid	
Ribarroja de Túria	Comunidad Valenciana	Sin resultados
Ribarroja	Comunidad Valenciana	Argentina
	Castilla-La Mancha	Vietnam
	Cataluña	Alemania
	Aragón	Italia
	Región de Murcia	Estados Unidos
	Comunidad de Madrid	Francia
	Navarra	Reino Unido
	Extremadura	Brasil
	Andalucía	India
	País Vasco	
	Castilla y León	
	Galicia	
	Islas Baleares	
	Canarias	
Ribaroja de turia	Comunidad Valenciana	Sin resultados
Ribaroja	Comunidad Valenciana	Sin resultados
	Cataluña	
	Comunidad de Madrid	
	Andalucía	

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por Google Trends

En cuanto a la opinión de los usuarios con respecto al destino y sus recursos: los resultados del análisis de este apartado permitirán conocer los principales atractivos del destino para la demanda y la valoración que se les otorga, identificando de este modo posibles áreas de mejora en atención a la opinión de los visitantes recibidos. Para ello, se utilizarán como referencia los resultados de MiNube y Google, siendo las plataformas en las que mayor volumen de reseñas se identifican, y las opiniones de los usuarios de la página de Facebook del destino (Tourist Info).

En relación con el primer análisis de resultados obtenidos en las plataformas MiNube y Google (apartado Cosas que hacer), cabe destacar que en los principales recursos turísticos del destino cuentan con reseñas positivas en internet. En MiNube las mayores puntuaciones se asocian a un único recurso, el castillo, en el que también se encuentra ubicado el Museo de Pla de Nadal (MuPla). Asimismo, el conjunto de recursos reseñados en MiNube coinciden con la tipología de turismo cultural, aspecto que evidencia la especialización del destino en este tipo de turismo (*véase tabla 18*).



Tabla 18. Reseñas y puntuaciones de los recursos del destino en MiNube y Google

Plataforma	Recurso o servicio	Nº de reseñas	Puntuación
MiNube	Yacimiento Visigodo Pla de Nadal	8	4,4/5
	Puente Viejo	8	4,4/5
	Castillo Ribarroja de Túria	4	4,8/5
	El Lavadero	3	4,3/5
	Valencia la Vella	4	4,3/5
	MuPla	3	5/5
	Asilo-Convento Sagrada Familia	1	Sin valoración
	Museo Casa del Molinero	1	4,5/5
	MuCa	1	Sin valoración
	Parque Maldonado	3	4,5/5
	La Cisterna	1	4,5/5
Google Cosas que hacer	Parque Fluvial del Túria	1.149	4,4
	Museo Visigodo de Pla de Nadal - MUPLA-	357	4,4
	Parque Maldonado	1.474	4,5
	Centro Ferroviario Vaporista de Ribarroja de Turia	237	4,6
	Espai d'Art Contemporani El Castell - ECA	9	4,2
	Cueva del Colom	67	4,3
	Yacimiento Visigodo de Pla de Nadal	58	4,3
	Parque fluvial Rio Turia	9	4
	Rio TURIA Ribarroja. Area recreativa L'Explanada	329	4,4

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MiNube y Google "Cosas que hacer"

En el caso de Google, la cultura mantiene una posición protagonista en cuanto a número de recursos con reseñas disponibles. En este caso, es el Parque Maldonado y el Centro Ferroviario Vaporista de Ribarroja, ubicado en su entorno, los que destacan en relación con el número de reseñas obtenidas, lo que denota el notable interés de la demanda por estos recursos, asociados en gran medida a un público familiar.

No obstante, el turismo de naturaleza y el turismo activo hacen acto de presencia en esta plataforma. Concretamente, a través de las reseñas disponibles para el Parque Fluvial del Túria y la Cova del Colom. De este último espacio cabe destacar que no se realiza promoción ni se encuentra adecuado turísticamente al ser terreno privado. En cuanto al Parque Fluvial, la valoración global de las personas que han visitado este recurso es muy positiva. Sin embargo, entre las reseñas identificadas en Google también se hace mención de problemas asociados a limpieza, mantenimiento y de convivencia entre ciclistas y senderistas (seguridad).

Para finalizar con este apartado, la página de Facebook de la Tourist Info de Ribera-roja (perfil turístico del destino), alcanzan un montante de 30 opiniones, con una valoración de 4,3/5. Es importante indicar que las opiniones recibidas no se encuentran actualizadas, correspondiendo las últimas al año 2016. En cuanto a la visión aportada por los usuarios, los mismos destacan la correcta y amable atención del equipo de información turística.

- **INSTRUMENTOS DE APOYO A LA PROMOCIÓN.**

La promoción del destino precisa de actuaciones ligadas a la generación de contenido, tal y como se ha observado en anteriores apartados ligados al análisis web y de redes sociales. En atención a ello, resulta fundamental dotar al turista y visitante de los instrumentos necesarios para poder ampliar la información ofrecida en los diversos canales de información turística del destino, tanto on-line como presenciales.

En adelante, el análisis se focaliza en dos instrumentos de apoyo a la promoción: los folletos turísticos y el merchandising disponible y utilizado en eventos, jornadas, ferias, etc.

- **Folletos turísticos disponibles.**

En relación con los folletos turísticos, se observa la disposición de dos formatos: físico y digital. El primer formato se ofrece en la Tourist Info y en las ferias a las que el destino asiste. No se observa que los establecimientos turísticos o relacionados (comercios, etc), dispongan de folletos turísticos para los visitantes que reciben. Profundizando en la temática, los folletos físicos se dividen en tres categorías:

- **Folletos generales:**

En esta categoría se destaca la guía turística (*véase imagen 10*), en la que se presenta una síntesis de la historia de Ribera-roja, lugares de interés turístico, asociados ellos al turismo cultural, espacios naturales, entre los que destaca el P.N del Túria, detallándose a su vez experiencias de turismo activo, y el parking de autocaravanas disponible en el área recreativa del Río Túria, ubicado en término municipal de Ribera-roja. Asimismo, en este documento se pone a disposición un plano general del municipio de Ribera-roja, identificándose en él recursos turísticos y servicios públicos. No obstante, cabe destacar que en este

plano no aparece detallada la ubicación de los yacimientos de Pla de Nadal ni de Valencia la Vella, siendo estos recursos de gran relevancia para el destino.

También se dispone de apartados dedicados al turismo familiar y al gastronómico y fiestas, tradiciones, eventos deportivos y culturales, visitas guiadas. También se presenta información sobre la Oficina de Información Turística y servicios asociados a alojamiento y restauración, finalizando con un apartado dedicado a los teléfonos de interés. La información facilitada en esta guía se encuentra en español e inglés.

Imagen 10. Guía turística de Riba-roja de Túria



Fuente: elaboración propia

- Folletos relacionados con el turismo cultural:

En cuanto a los folletos asociados a la tipología cultural (*véase imagen 11*), estos se focalizan en los yacimientos arqueológicos de Pla de Nadal y Valencia la Vella, así como en los museos disponibles en el castillo de Riba-roja (Museo de Pla de Nadal, conocido como MuPla, y el Museo de Cerámica del Castillo, conocido como MuCa). Además, se dispone de un folleto relacionado con la ruta del agua, itinerario a través del cual se dan a conocer diversos recursos turísticos culturales también asociados a la relación histórica de Riba-roja con el agua. Por último, se ofrece información a través de folleto turístico acerca del Museo del Ferrocarril del Camp de Túria, gestionado por el Centro Ferroviario Vaporista de Riba-roja de Túria, ubicado en el Parque Maldonado.

Los folletos asociados a esta categoría se encuentran disponibles en español, inglés y francés. Cabe destacar que no todos los folletos se ofrecen en francés. Sólo algunos de ellos, como el relativo a la Ruta del Agua.

Imagen 11. Folletos relacionados con el turismo cultural



Fuente: elaboración propia

- Folletos relacionados con el turismo de naturaleza o turismo activo:
En este caso, los folletos disponibles se centran en el P.N del Túria, ofreciéndose al visitante el folleto oficial elaborado por el P.N. También se ofrece a través de folleto información sobre los itinerarios de marcha nórdica desarrollados en Ribarroja, los cuales discurren alrededor del conjunto del término municipal (*véase imagen 12*).

Imagen 12. Folletos turísticos relacionados con el turismo de naturaleza o turismo activo



Fuente: elaboración propia

- **Folletos relacionados con el turismo gastronómico:**

En esta última categoría se destaca que el destino trabaja el turismo gastronómico ligando el mismo con otras tipologías también presentes en Ribera-roja, como la cultural o de naturaleza (véase imagen 13). En este sentido, se dispone de folletos relativos al menú visigodo, en el marco del Banquete Visigodo celebrado anualmente en el yacimiento Pla de Nadal (turismo gastronómico cultural). También se ofrecen dos folletos denominados “Gastronomía, naturaleza e historia: sensaciones a descubrir”, en los que se presentan diferentes experiencias conformadas por actividades de turismo activo, culturales y de naturaleza.

Imagen 13. Folletos relacionados con el turismo gastronómico



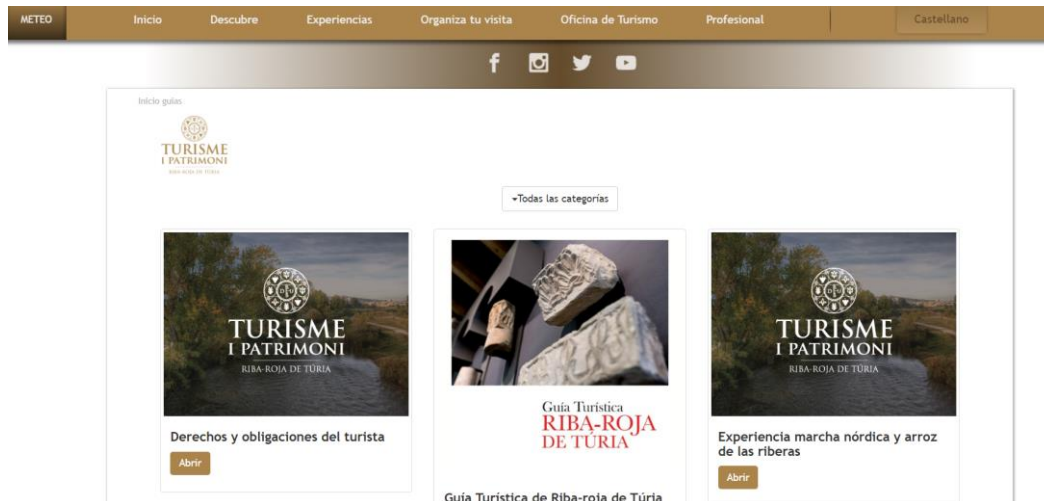
Fuente: elaboración propia

En cuanto a los folletos digitales (véase imagen 14), cabe mencionar que se observan diferencias en atención al idioma escogido en la página web.

En el caso del idioma español, el subapartado dedicado a folletos ofrece un abanico de 32 folletos, mientras que, en idioma inglés, el número de folletos se reduce a 16. En cuanto al valenciano, los folletos disponibles abarcan una totalidad de 15.

Para finalizar, la página web se encuentra disponible en idioma italiano, pero ante esta opción idiomática, el subapartado de folletos no alberga ningún documento descargable.

Imagen 14. Folletos en formato digital en la página web turística del destino



Fuente: elaboración propia

o **Merchandising turístico del destino**

En atención al merchandising turístico, Ribarroja cuenta con diversos artículos asociados a la imagen de marca del destino. Entre ellos:

- Bolígrafos.
- Abanico.
- Delantal.
- Gorra.
- Bolsa.

En ellos, siempre aparece serigrafiado o impreso el logo turístico del destino, “Ribarroja, Turisme i Patrimoni” (véase imagen 15), y ensalzando en alguno de ellos los recursos que diferencian al destino, tal y como se puede observar en la bolsa turística.

Imagen 15. Merchandising turístico de Ribarroja



Fuente: elaboración propia

Asimismo, Ribarroja se encuentra trabajando en los últimos años el turismo gastronómico ligado a la cultura visigoda. Es por ello, por lo que ha decidido realizar un delantal asociado al Menú Visigodo (véase imagen 16), incluyendo en el mismo los logos del Ayuntamiento y el logo turístico del destino, junto con información de contacto de la Oficina de Información Turística.

Imagen 16. Delantal “Descobreix el Menú Visigodo”.



Fuente: elaboración propia

Cabe destacar que los artículos de merchandising siguen una línea estética similar, no obstante, no siguen una estrategia marcada.

- **Asistencia a ferias y encuentros profesionales.**

En cuanto a las ferias y encuentros profesionales, el destino ha participado en los últimos años en diversos eventos de carácter nacional y regional:

- **2019:** FITUR, Feria de las Comarcas, Feria del Comercio, Feria de las Asociaciones, Workshop en el Castillo de Alacuas, Festa del Dux, Jornadas Visigodas y Mercado Navidad.
- **2020:** FITUR, Feria Corte Inglés (on-line).
- **2021:** FITUR (online), Festa del Dux (Virtual), Feria de las comarcas (presencial), Mostra de Turisme (presencial)

En este caso, ocurre lo mismo que en anteriores acciones desarrolladas, no se dispone de una estrategia con la que se identifiquen las ferias, eventos u encuentros profesionales de interés para el destino, en atención a su público objetivo.

- **Desarrollo de viajes de familiarización.**

El destino no ha desarrollado hasta la fecha viajes de familiarización (fam trips, blog trips, press trips, etc).

- **Promoción y comercialización del destino y sus recursos a través de otras entidades y organizaciones**

Para finalizar con el apartado de promoción y comunicación, cabe mencionar que Riba-roja de Túria y los recursos del destino se encuentran promocionados en las páginas web y redes sociales de entidades de carácter supramunicipal (mancomunidad Camp de Túria), provincial (València Turisme) y autonómico (Turisme Comunitat Valenciana).

A escala comarcal, la **mancomunidad del Camp de Túria** no cuenta con página web específica de turismo, no obstante, sí dispone de un apartado dedicado al turismo en su web genérica. En él, ofrece información sobre Riba-roja, los alojamientos disponibles en el destino, fiestas tradicionales del municipio (calendario), así como sobre el P.N del Túria, haciendo mención al patrimonio histórico y a los senderos disponibles en este espacio natural en el término de Riba-roja.

Riba-roja también se encuentra presente en la **web de promoción turística provincial**, ofreciéndose información genérica del destino y sobre diversos recursos tales como:

- Yacimiento Pla de Nadal.
- Museo visigodo de Pla de Nadal.
- Yacimiento Valencia la Vella.
- La Cisterna.
- Iglesia Parroquial.
- Parque Natural del Túria.

Asimismo, en la **página web de promoción turística de la Comunitat Valenciana** se ofrece información al usuario acerca del destino en general, y específicamente, sobre los siguientes recursos:

- Yacimiento Visigodo Pla de Nadal.
- Museo Visigodo de Pla de Nadal.
- Yacimiento visigodo Valencia la Vella.
- Castillo de Riba-roja de Túria.
- Molino y Casa del Molinero.
- Recinto amurallado y muralla.
- Asilo-convento de la Sagrada Familia.
- Iglesia de la Asunción de Nuestra Señora.
- Museo de Cerámica del Castillo.
- Parque Natural del Túria.

A escala autonómica cabe destacar la presencia de una única experiencia turística desarrollada en Riba-roja, concretamente en el yacimiento de Pla de Nadal, y comercializada por parte de una empresa de Riba-roja dedicada a las visitas culturales, a través de la página web de Experiencias CV, plataforma de comercialización de experiencias turísticas de Turisme Comunitat Valenciana.

Además, las organizaciones privadas globales y con presencia internacional, dedicadas al desarrollo de excursiones, no ofrecen producto turístico asociado al destino, tales como visitas guiadas. En este ámbito, el destino tampoco se encuentra presente en la oferta de excursiones de los touroperadores de cruceros que operan en el cercano puerto de Valencia.

En definitiva, y como conclusión a este apartado, se destaca que el destino realiza una notable cantidad de acciones en materia de promoción y comunicación, con el fin de atraer visitantes e incrementar el posicionamiento de Ribarroja entre su público objetivo. No obstante, no existe una estrategia seguida y estudiada de forma previa, mediante la cual se materialicen actuaciones adaptadas a las necesidades reales del destino en esta temática.

Asimismo, el destino realiza un análisis estadístico de las acciones on-line desarrolladas, no efectuándose una interpretación de los resultados ni la detección del retorno de cada una de las acciones, repercutiendo estos aspectos en la toma de decisiones efectiva y eficiente.



5. Situación turística global

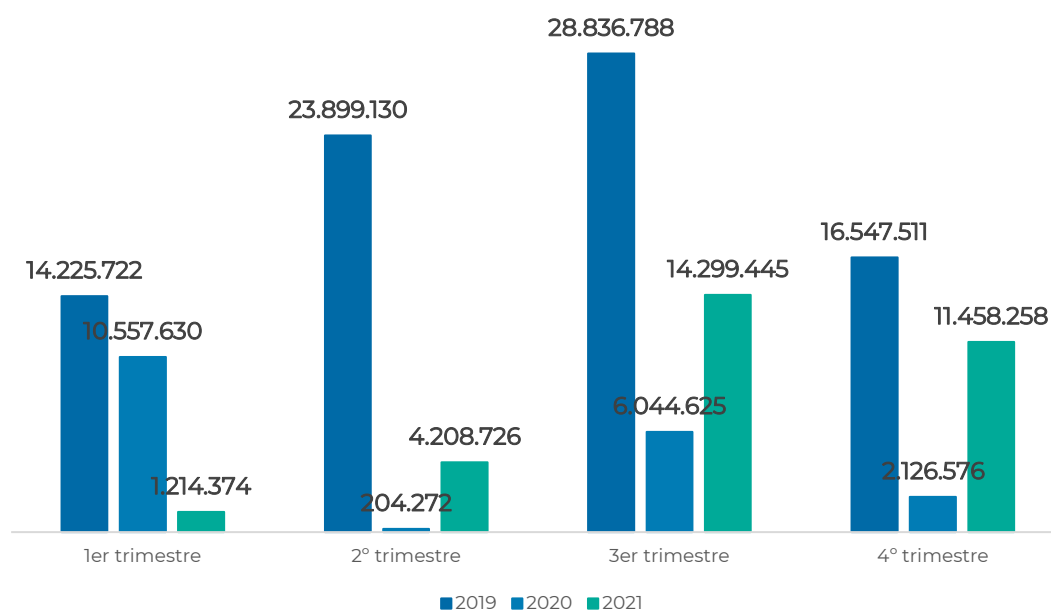
Una vez se dispone de una visión interna de la situación del territorio y de Riba-roja como destino turístico, el análisis desarrollado en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Riba-roja se completa con el estudio del entorno turístico del destino y con un estudio de los factores del entorno global que tienen una influencia sobre el turismo.

En este sentido, el análisis externo da comienzo con el estudio turístico del entorno de Riba-roja de Túria, estructurando el mismo en torno a cuatro escalas: nacional, autonómica, provincial y supramunicipal.

A **escala nacional**, el turismo es uno de los sectores económicos más relevantes en España, con una aportación al PIB global del 7,4% en el último año completo correspondiente a 2021. No obstante, estos datos continúan reflejando los efectos de la pandemia sobre un sector con una gran dependencia hacia el correcto funcionamiento de su entorno. Al respecto, es importante destacar los datos del PIB del año 2019, en los que el turismo aporta un 12,4% al Producto Interior Bruto español.

2019 fue un año de récords para España, recibiendo el mayor volumen de turistas internacionales, 83,7 millones, según datos aportados por la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), y cumpliendo así con la evolución positiva y al alza que el país llevaba identificando en los últimos siete años. La irrupción del Covid-19 desató una situación no percibida con anterioridad en el sector. Confinamientos domiciliarios, establecimiento de perímetros de movilidad interna en el país, cierres de fronteras... Una situación que afectó en mayor medida al turismo internacional. En este colectivo se reflejó en 2020 una disminución del 77,32% con respecto a las cifras de llegadas internacionales de 2019 (*véase gráfico 15*). Concretamente, en el año 2020 se registraron un total de 18.933.103 visitantes internacionales en nuestro país, concentrándose el 56% de éstos en el primer trimestre del año. Estos primeros meses de 2020, los previos a la pandemia, se caracterizan por ser una continuación del crecimiento observado durante 2019. El resto de meses del año reflejan la paralización de la actividad en todo el mundo, con estadísticas insólitas hasta la fecha. De este modo, 2020 se convierte en el peor año de la historia del turismo en España y en todo el mundo.

Gráfico 15. Evolución del número de turistas internacionales en España (2019-2021)

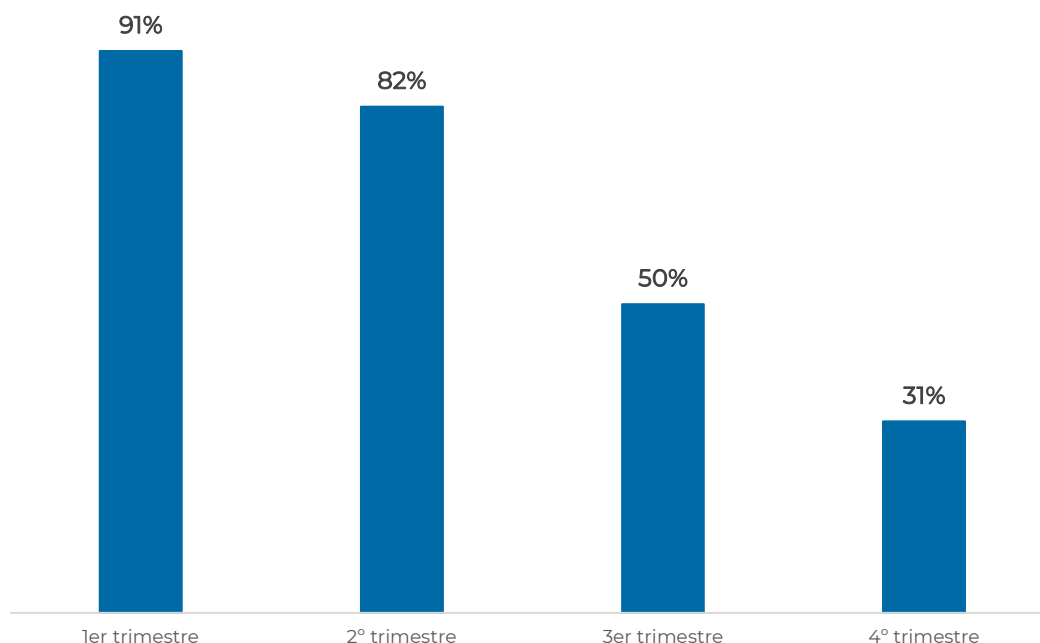


Fuente: Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), INE 2021

Con la población vacunada, las restricciones comenzaron a reducirse de forma más notable y duradera, posibilitando la carburación del turismo.

En este sentido, la demanda internacional ha mejorado las cifras en 2021 con respecto a los datos obtenidos en 2020, quedando todavía lejos del récord de visitantes recibidos en 2019. En 2021, la diferencia de visitantes internacionales recibidos fue un 63% menor a la obtenida en 2019. No obstante, cabe destacar que en el cuarto trimestre de 2021 se observa la menor diferencia porcentual de visitantes recibidos entre 2019 y 2021 (véase gráfico 16). Este aspecto permite identificar los primeros rasgos de recuperación del segmento internacional.

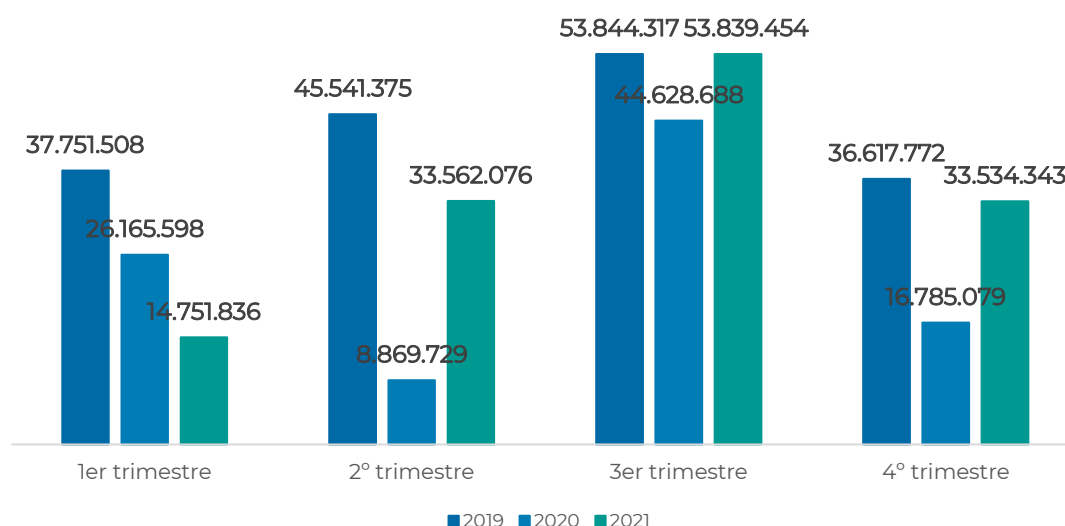
Gráfico 16. Diferencial porcentual por trimestre en atención a la comparativa de datos de visitantes internacionales entre 2019-2021



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), INE 2021

Con respecto a la demanda nacional, ésta ha percibido una reducción del número de turistas menor a la registrada en el turismo internacional. Concretamente, los turistas nacionales se redujeron un 22% en 2021 en comparación con las cifras obtenidas en 2019 (*véase gráfico 17*). Esto es debido a las mayores facilidades que todavía en 2021 se percibían para efectuar viajes dentro de las fronteras españolas que con el exterior. Concretamente, en 2021 se registraron un total de 135.687.709 viajes en España realizados por residentes nacionales. Cabe destacar que en el cuarto trimestre de 2021, las cifras de viajes nacionales prácticamente se igualaron a las obtenidas en el año 2019, con una diferencia porcentual del 0,8%. Asimismo, en el último trimestre del año, la diferencia entre ambos periodos es mayor, situándose en el 8%, pero sigue siendo menor a la identificada en los primeros seis meses del año. De este modo, también se perciben signos positivos asociados a recuperación del turismo en el segmento nacional.

Gráfico 17. Evolución del turismo nacional en España (2019-2021)



Fuente: Encuesta de turismo de residentes (ETR), INE 2022.

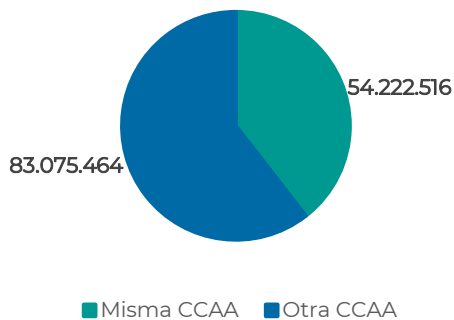
Con todo ello, 2021 se caracteriza por ser el año del inicio de la recuperación turística, con crecimientos percibidos tanto en términos de turismo internacional como nacional, aunque acentuados en este último segmento de demanda debido a la evolución más ralentizada del turismo internacional por la situación sanitaria de cada país.

Una vez se dispone de un análisis contextual de la situación a escala nacional, cabe mencionar el estado ante el que se encuentra el turismo a **escala autonómica**. Atendiendo a que Ribarroja se sitúa en la Comunitat Valenciana, este análisis profundizará sobre la situación en la comunidad autónoma de referencia, a fin de identificar aspectos de interés que puedan afectar al turismo en el destino local.

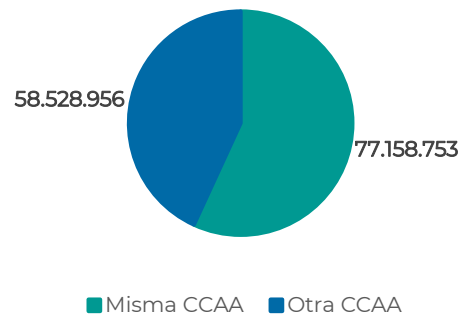
En este sentido, y siguiendo el análisis iniciado en términos de turismo nacional, es importante detallar la evolución de este segmento de demanda durante los últimos años. De este modo, mientras que en 2019 el 48% de la demanda nacional priorizaba la visita a destinos ubicados en otra comunidad autónoma diferente a la propia en la que residía, en 2021 se identifica un cambio en el comportamiento de este tipo de turista (véase gráfico 18). Específicamente, el turismo interno predomina con un 57% de turistas nacionales que se decantan por realizar viajes dentro de su misma comunidad autónoma. Profundizando en este aspecto, llama la atención que la el 60% de la demanda interna identificada prioriza las visitas dentro de su propia provincia de residencia.

Gráfico 18. Evolución del turismo nacional en España (2019-2021)

Distribución turismo interno 2019



Distribución turismo interno 2021



Fuente: elaboración propia a partir de datos proporcionados por el área de turismo

De este modo, se aprecia que los efectos de la pandemia han fomentado el crecimiento del turismo interno en la Comunitat Valenciana.

En cuanto a la comparación de la evolución del turismo nacional e internacional, se identifica que ambos segmentos de demanda han incrementado sus cuotas de mercado en el último año completo con datos disponibles, correspondiente a 2021. Concretamente, el turismo nacional ha percibido un aumento de demanda con respecto a 2020 de un 45%, mientras que el internacional ha registrado un mayor incremento, situándose éste en el 58%. Este hecho se explica debido a que la demanda internacional sufrió en mayor medida durante 2020. En comparación con las cifras prepandemia, tanto el turismo nacional como el internacional decrecen en 2021. El primero de ellos, presenta una reducción de demanda del 20%, mientras que el segundo se ha reducido un 58%.

Además, cabe destacar que la Comunitat Valenciana se presenta como la tercera Comunidad Autónoma en recepción de turistas nacionales, con una cuota de mercado del 12% sobre el total nacional. En atención al turista internacional, la Comunitat se sitúa en la quinta posición, atrayendo a un 13% de la demanda internacional recibida en el país. De este modo, se observa que la Comunitat es uno de los principales mercados receptores de turismo en España, encontrándose mejor posicionada en su conjunto en el segmento de turismo nacional.

Continuando con el análisis externo del turismo, el estudio avanza hacia la **escala provincial**, determinando así el tipo de turismo recibido en la provincia de Valencia, sobre la que geográficamente se sitúa el destino. En este sentido, cabe mencionar que los datos utilizados para este estudio se corresponden con el año 2019, siendo el último año completo con datos disponibles en atención a los dos segmentos de demanda: nacional e internacional. En este caso, al no disponer de datos completos relativos al 2021, no se procederá con la exposición de datos de 2020, debido al carácter diferencial de este año.

De este modo, la provincia de Valencia recibió durante el año 2019 un total de 10.551.959 visitantes, de ellos, el 73% de la demanda se sitúa en el segmento de turismo nacional, mientras que el turismo internacional representa el 27% de la demanda recibida en esta provincia. Por ello, se identifica una predominancia del turismo nacional en la provincia de Valencia.

Atendiendo a las procedencias de la demanda, el turista nacional proviene de la propia Comunidad Valenciana (58,7%), de la Comunidad de Madrid (16,2%) y de la Comunidad de Castilla-La Mancha (6,8%), respectivamente. En cuanto al turista internacional, los principales mercados representados en la provincia de Valencia son el francés (23,9%), el italiano (14,9%) y el inglés (10,3%).

En términos de duración de la estancia, el turista internacional, debido a las propias características de su viaje, influenciadas por la distancia realizada para disfrutar de su estancia en la provincia de Valencia, supera notablemente el número de noches de duración de la estancia del turista nacional. En este sentido, el turista internacional cuenta con una estancia media de 7,6 días, mientras que el nacional alcanza la cifra de 3,8 días. En cuanto al gasto, el turista internacional también efectúa un mayor gasto medio diario, situándose la cifra en 124,3 € de media por día. En el caso del turista nacional, el gasto medio diario se sitúa en 39,6 €.

En cuanto a la tipología de alojamiento predominante, el turista internacional se decanta por los establecimientos hoteleros y viviendas de familiares y amigos. Mientras que el turista nacional prefiere alojarse en viviendas de familiares o amigos o en viviendas en propiedad.

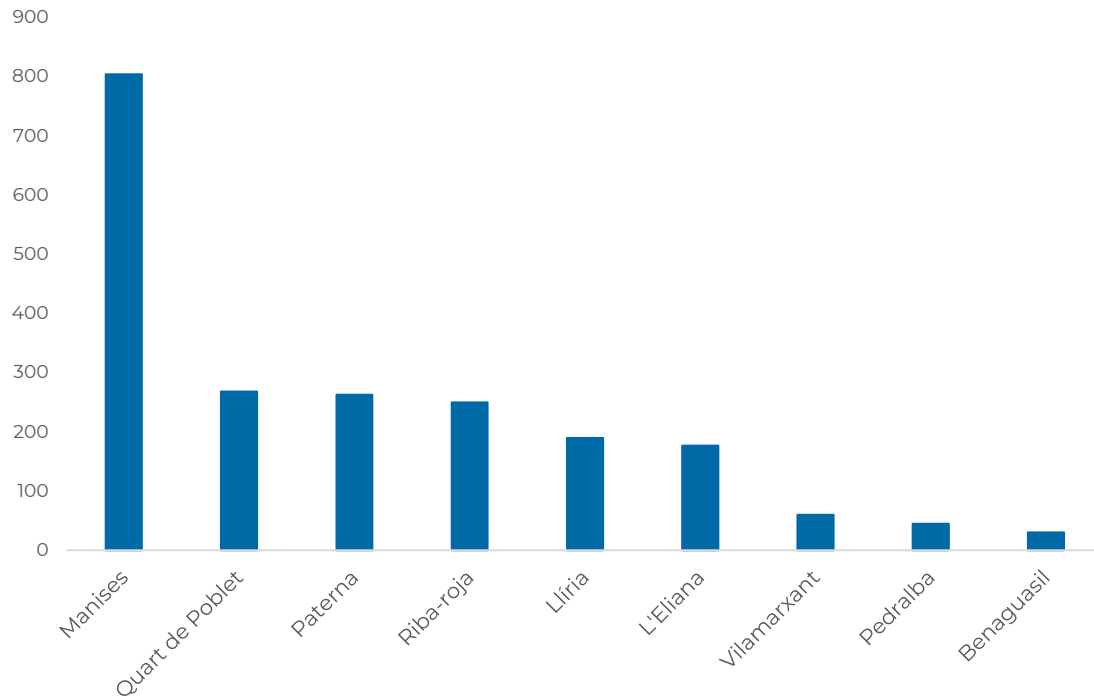
Por último, en cuanto a los motivos del viaje, el turista internacional se interesa principalmente por el turismo cultural (60,6%), por el turismo de sol y playa (26,6%) y por otros tipos de ocio (9,2%). Por su parte, el turista nacional elige la provincia de Valencia con motivo de realizar turismo de sol y playa (55%), asistir a ferias, fiestas patronales, etc (29,1%) y realizar turismo de naturaleza (6,8), entre otros.

Para finalizar, el análisis externo del turismo se adentra en la **escala supramunicipal**. Debido a las características de Ribarroja como destino turístico, disponiendo entre sus recursos turísticos de primer orden el Parque Natural del Túria, siendo éste un recurso de notable atracción de visitantes, el análisis supramunicipal se subdividirá en dos categorías. El propio entorno del Parque Natural (municipios pertenecientes al P.N) y la comarca del Camp de Túria, a la que pertenece el municipio. Cabe destacar que en ambos análisis se procederá a analizar los servicios turísticos disponibles en el área, con el fin de identificar el desarrollo turístico de la misma.

En este sentido, el análisis supramunicipal comienza con el entorno del P.N del Túria. En este espacio se ubican un total de 2.087 plazas de alojamiento reglado. La distribución de éstas se caracteriza por ser superior en los municipios más cercanos a la ciudad de Valencia y a una infraestructura de transporte de primer nivel como es el Aeropuerto de Valencia (véase gráfico 19). De este modo, el 64% de la oferta reglada se

concentra en los municipios de Manises (39%), Quart de Poblet (13%) y Paterna (13%), respectivamente.

Gráfico 19. Distribución geográfica del número de plazas de alojamiento reglado en el entorno del P.N. del Túria

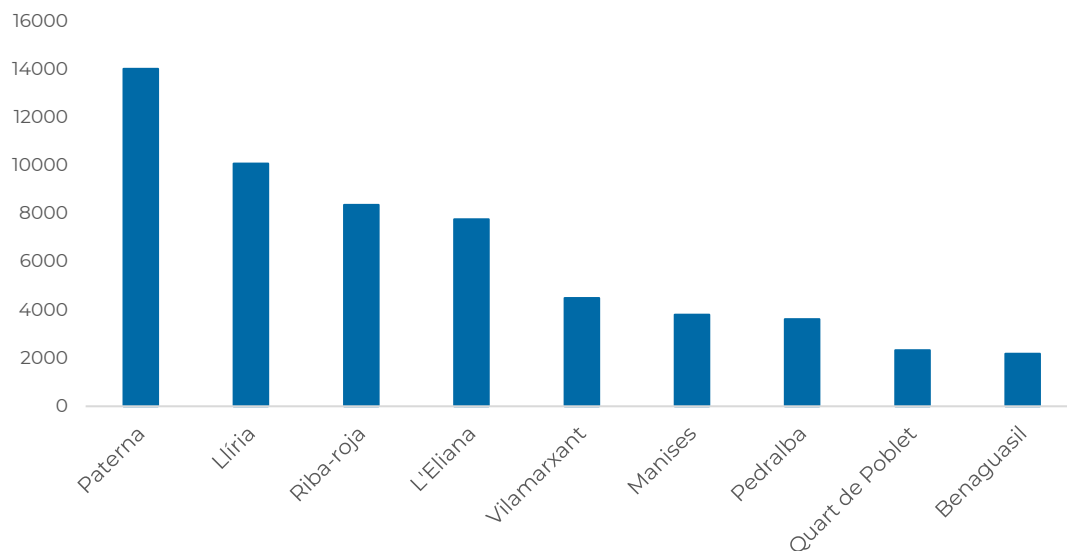


Fuente: Informe de Oferta Turística Municipal y Comarcal, Turisme Comunitat Valenciana, 2021



En cuanto a segundas residencias, el entorno del P.N del Túria alberga un total de 56.660 viviendas secundarias. Concretamente, el 57% de la demanda se concentra en los municipios de Paterna (25%), Llíria (18%) y Ribarroja de Túria (15%), respectivamente (véase gráfico 20).

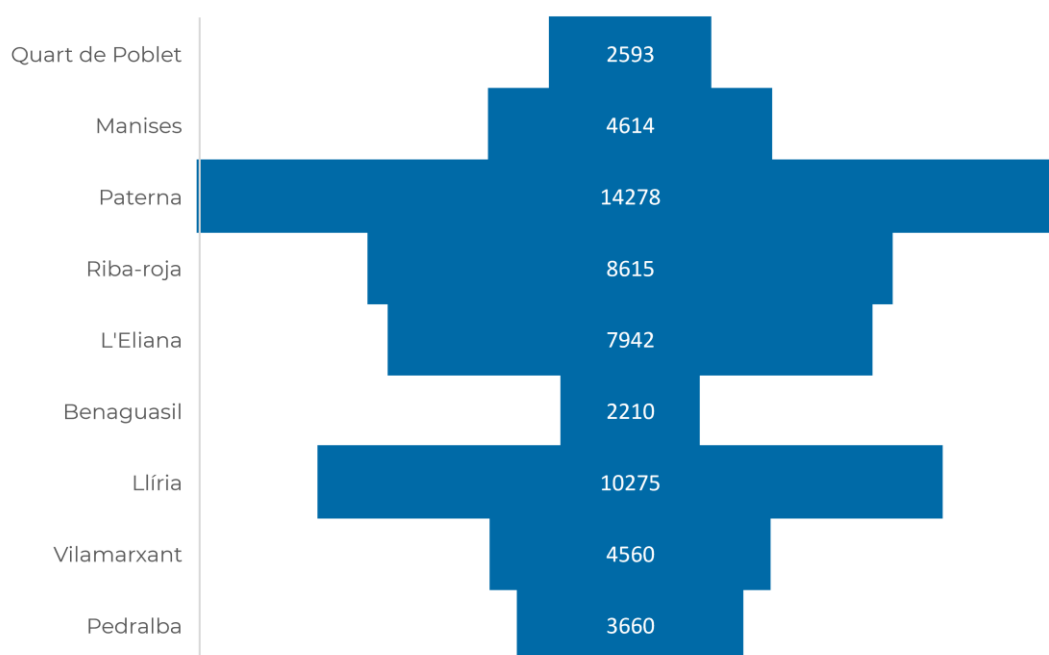
Gráfico 20. Distribución geográfica del número de plazas de segunda residencia en el entorno del P.N del Túria



Fuente: Censo de Población y Vivienda, INE 2011

En atención a la estructura de alojamiento presentada, el 56% de las plazas de alojamiento totales (regladas y de segunda residencia) se ubican en Paterna (24%), Llíria (17%) y Ribarroja de Túria (15%) (véase gráfico 21).

Gráfico 21. Distribución geográfica del número de plazas de alojamiento disponibles en el entorno del P.N del Túria



Fuente: Informe de Oferta Turística Municipal y Comarcal, Turisme Comunitat Valenciana, 2021 y Censo de Población y Vivienda, INE 2011

En referencia al resto de servicios turísticos disponibles en el entorno del P.N del Túria, se destaca la disposición de 44 Agencias de Viaje, 10 empresas de turismo activo y 36.714 plazas de restauración.

En cuanto a la demanda, el estudio realizado se ha focalizado en las cifras de visitantes proporcionadas por los Puntos de Información Colaboradores (PIC) del P.N del Túria, correspondientes al periodo 2014-2019, y publicadas en la última Memoria de Gestión del Parque Natural del Túria. Cabe destacar que los PIC a su vez son las propias Oficinas de Información Turísticas de los municipios del P.N.

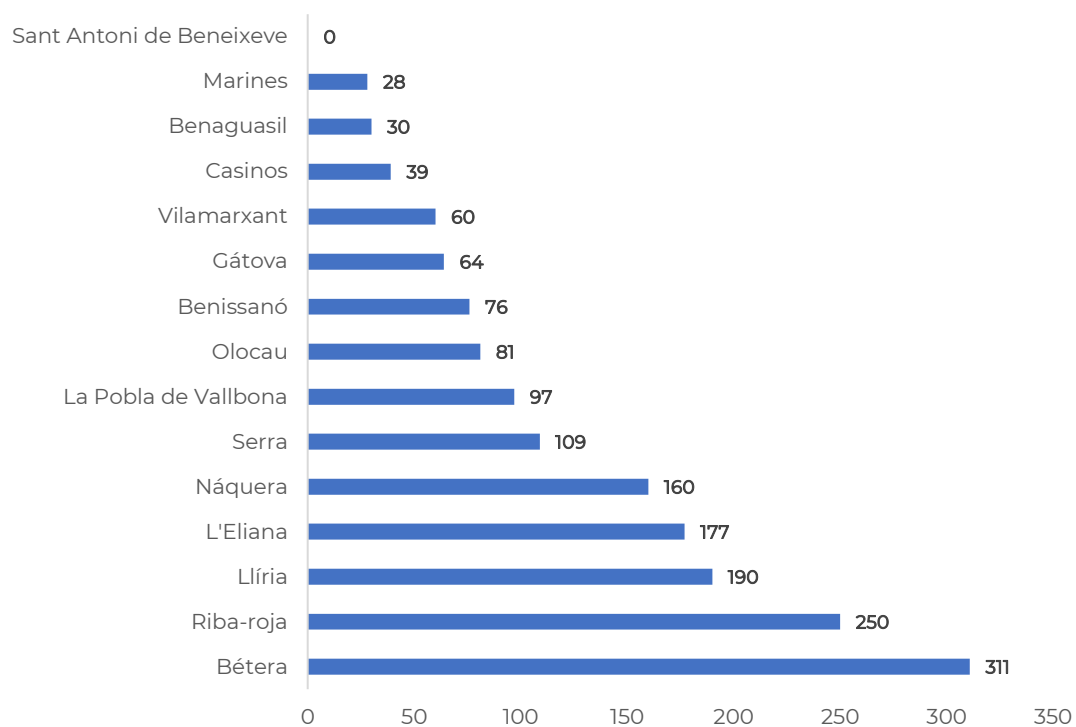
En este sentido, en el último año de referencia con datos disponibles (2019) se registran un total de 2.255 visitantes en los PIC del P.N del Túria. Cabe destacar que el 97% de la demanda se distribuye entre los PIC de Ribarroja de Túria y Camp de Túria (Lliria).

Asimismo, en atención al número de personas informadas en el centro de visitantes del P.N del Túria, ubicado en Vilamarxant, en 2019 se recibieron un total de 1.093 visitantes. Este centro también atendió visitas concertadas de colegios y asociaciones, albergando estas a 3.425 personas. Por último, y en referencia a la demanda recibida por el P.N, cabe destacar que, según datos oficiales recogidos en un informe elaborado por el propio P.N del Túria en el año 2011, se registraron más de 1 millón de

visitantes en el conjunto de accesos del P.N, situados en los diferentes municipios pertenecientes a este espacio natural. Además, el Plan Director de Turismo del P.N del Túria determina que existe una influencia directa de más de 1,5 millones de personas en la Valencia Metropolitana.

En cuanto a la comarca, se observa una menor especialización turística en su conjunto, debido a la presencia de una menor cantidad de servicios turísticos, en comparación con las cifras trabajadas en el entorno del P.N del Túria. En este sentido, la comarca del Camp de Túria cuenta con un total de 1.672 plazas de alojamiento reglado (véase gráfico 22), distribuidas respectivamente entre Bétera (19%), Ribarroja de Túria (15%) y Llíria (11%). Asimismo, cabe destacar que el 42% de las plazas de alojamiento reglado de la comarca del Camp de Túria se sitúan en municipios también pertenecientes al P.N del Túria, lo que determina la importancia de este recurso para la atracción de visitantes, y por ende, el desarrollo turístico de la zona.

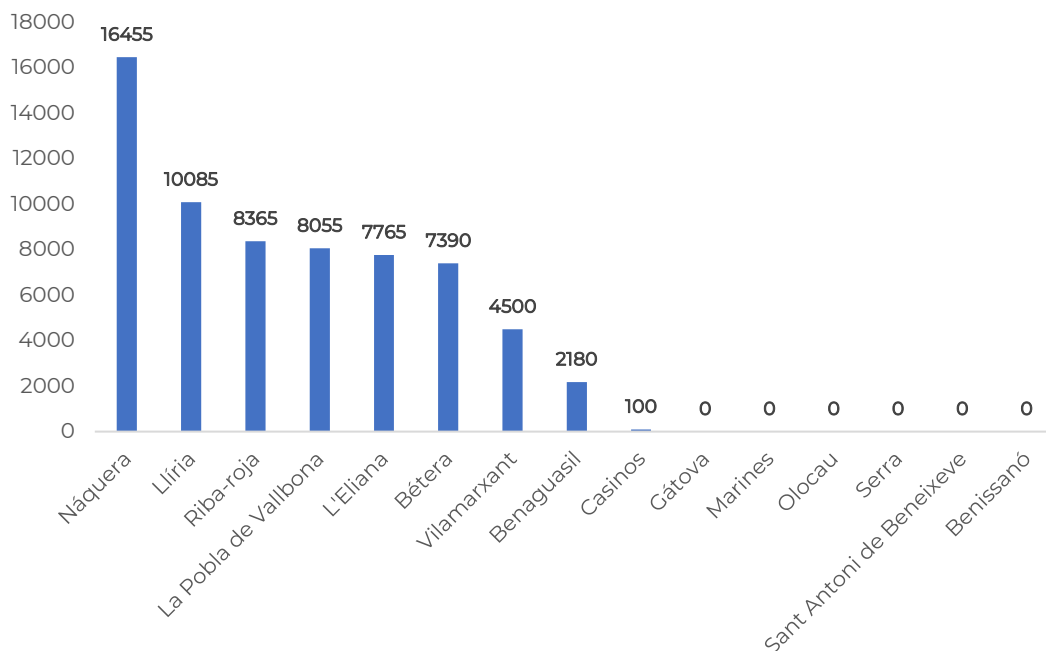
Gráfico 22. Distribución de las plazas de alojamiento reglado en la comarca del Camp de Túria



Fuente: Informe de Oferta Turística Municipal y Comarcal, Turisme Comunitat Valenciana, 2021

Las segundas residencias, al igual que ocurre en los municipios del entorno del PN. del Túria, son las que mayor volumen de plazas registran. En este sentido, la comarca cuenta con un total de 64.895 plazas de viviendas secundarias (véase gráfico 23). Se destaca la concentración del 54% de la oferta de este tipo de alojamiento en tres municipios de la comarca: Náquera (25%), Llíria (16%) y Riba-roja de Túria (13%), respectivamente.

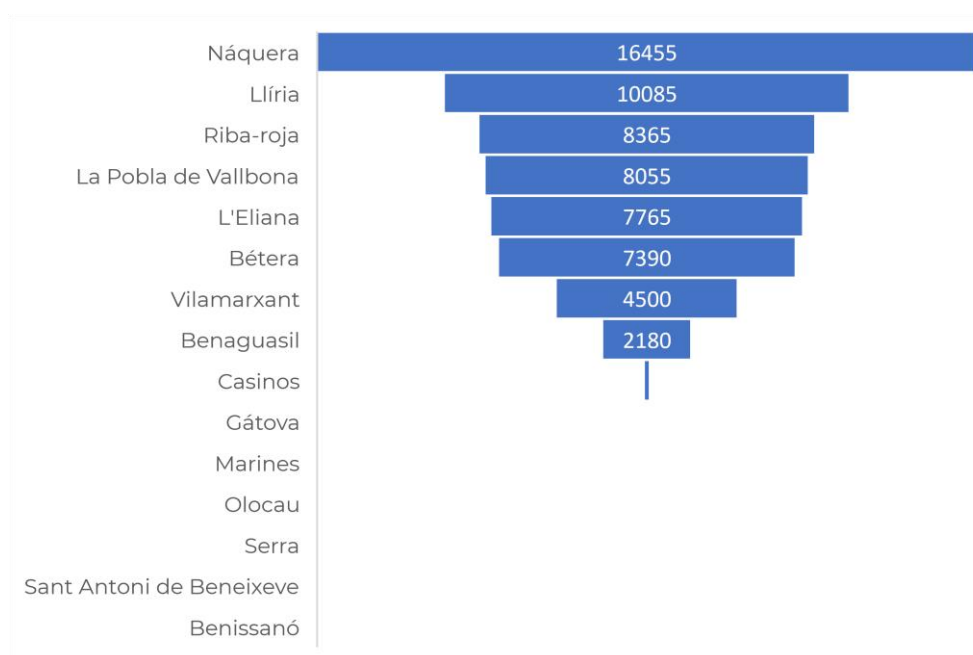
Gráfico 23. Distribución geográfica de las plazas de segundas residencias en la comarca del Camp de Túria



Fuente: Censo de Población y Vivienda, INE 2011

Atendiendo a los datos presentados, la oferta alojativa de la comarca alcanza las 64.895 plazas, siendo los municipios de Náquera (25%), Llíria (16%) y Riba-roja de Túria (13%) los que disponen de un mayor volumen de plazas (véase gráfico 24).

Gráfico 24. Distribución geográfica de las plazas de alojamiento de la comarca del Camp de Túria



Fuente: Informe de Oferta Turística Municipal y Comarcal, Turisme Comunitat Valenciana, 2021 y Censo de Población y Vivienda, INE 2011

En cuanto a la oferta complementaria asociada a servicios turísticos, la comarca dispone de 29 agencias de viaje y 12 empresas de turismo activo. En términos de restauración, la comarca dispone de 24.030 plazas. En cuanto a su distribución, Riba-roja de Túria alcanza el mayor volumen de plazas, seguido de L'Eliana. Entre ambas poblaciones se concentra el 40% de la oferta de plazas de restauración de la comarca. Cabe destacar que los dos municipios se sitúan en el entorno del P.N del Túria.

Además, a escala supramunicipal se destaca la disposición de la Mancomunidad del Camp de Túria, con competencias en turismo, y a la que pertenece Riba-roja de Túria, existiendo una relación de colaboración en términos turísticos. A su vez, y en atención al entorno cercano de Riba-roja, en municipios cercanos al mismo se dispone de una importante oferta de Formación Profesional especializada en turismo. Concretamente, el municipio más cercano y con mayor volumen de oferta formativa en esta materia es Cheste, situado a 17 km.

Finalizado el análisis del entorno turístico, es clave identificar también aspectos no turísticos, pertenecientes al macroentorno, que tienen una influencia directa o indirecta sobre el turismo.

5.1. Análisis del macroentorno

Comenzaremos con aspectos asociados al entorno sociodemográfico de Ribarroja. En este sentido, la población española se caracteriza por una concentración demográfica. Concretamente, el 82,4% de los españoles ocupa el 20,6% de la superficie total del país. Profundizando sobre este aspecto, el 62,29% de la población se concentra principalmente en municipios de más de 50.000 habitantes. Cabe destacar que, en la actualidad, las cinco ciudades más pobladas de España son Madrid y Barcelona, definidas como las dos macrourbes españolas, y Valencia, Sevilla y Zaragoza. La Ciudad del Túria se sitúa como la tercera ciudad más poblada del país. Asimismo, atendiendo no sólo a la población que reside en Valencia ciudad, sino también en las poblaciones que la circunda y conforman la primera corona metropolitana, el número de residentes en esta área alcanza la cifra de 1.572.987 personas. Lo que, en comparación con la cifra de población provincial, supone que en Valencia ciudad y su área metropolitana se sitúa el 61% de la población de la provincia de Valencia. Esta tendencia a la concentración demográfica en urbes no es propia únicamente de España. Se trata de una tendencia global. Las estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) exponen que en 2050 el 68% de la población mundial será urbana. La información anteriormente expuesta presenta una situación complicada y preocupante para los pequeños municipios. Una situación sobre la que el Gobierno de España desea trabajar con el objetivo de atraer población a los pueblos. Para ello se elabora y pone en marcha el Plan de Medidas ante el Reto Demográfico. En esta línea, también se crea la Red Nacional de Pueblos Acogedores, dirigida a localidades de menos de 5.000 habitantes. Cabe destacar que, a fecha de redacción del presente documento, no pertenece ninguna localidad de la Comunitat Valenciana.

En atención a los aspectos sociodemográficos, la población española también se caracteriza por su elevada esperanza de vida. Este aspecto otorga a España la segunda posición en el ranking de países más longevos. Relacionado con ello, se encuentran los hábitos de la población. En este sentido, y atendiendo a las conclusiones del Win World Survey 2019, elaborado por el Instituto DYM, en colaboración con Win International, el 65% de las personas están frecuentemente preocupadas por llevar una vida saludable. Además, tras el confinamiento, el 32% de las personas realiza más ejercicio físico que en el periodo previo, tal y como presente un estudio realizado por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC), junto con investigadores de la Universidad del País Vasco.

Relacionado también con los hábitos de los españoles, la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España para el último periodo disponible (2018-2019), elaborada por el INE, recoge una tendencia en el consumo de cultura en los últimos cuatro años analizados. Específicamente, el 50,8% de la población consultada visitó en el último año un monumento o yacimiento arqueológico, ocho puntos por encima de las cifras obtenidas en estudio inmediatamente posterior, correspondiente al periodo 2014-2015. Cabe destacar que el 94,1% de las personas que realizaron estas visitas lo hicieron por motivos de ocio o entretenimiento. Asimismo, el 46,7% de los

encuestados afirmó haber visitado museos, exposiciones o galerías de arte en el periodo de estudio, lo que deriva en un aumento de siete puntos con respecto a las cifras obtenidas en el periodo 2014-2015. La asistencia a eventos de artes escénicas (teatro, ópera...) y musicales (conciertos), también ha experimentado aumentos con respecto al periodo anterior. De este modo, se concluye afirmando el notable interés de la sociedad española por la cultura, con una evolución paulatina y positiva en los últimos años.

Asimismo, la sociedad cada vez está más concienciada con la situación de emergencia climática. La Encuesta sobre el Clima (2020-2021) del Banco Europeo de Inversiones (BEI), indica que el 80% de la población española es consciente de que su contribución es imprescindible para atajar la emergencia climática, cifra situada ocho puntos porcentuales por encima de la media de la Unión Europea. Asimismo, el 24% de los españoles está acometiendo cambios radicales con el fin de reducir el impacto del cambio climático. La conciencia medioambiental también se extrapola al turismo. Según el “Informe Booking.com sobre viajes sostenibles 2021”, elaborado por el agregador de viajes, el 91% de los viajeros y viajeras piensa que viajar de forma sostenible es fundamental. Además, el 56% afirma que la pandemia ha despertado sus ganas de viajar de forma más sostenible en el futuro. En cuanto a la oferta de viajes sostenibles, el 56% de los encuestados considera que es insuficiente. En términos de alojamientos, $\frac{3}{4}$ han implementado al menos un tipo de medida sostenible, pero sólo un tercio informa sobre ello a sus clientes potenciales. Este aspecto que puede influir en la imagen que los turistas tienen sobre la oferta sostenible.

En cuestión de características sociodemográficas, se destaca que el 15% población mundial, 9,26% población española y 6,26% población valenciana tiene algún tipo de discapacidad, atendiendo a datos publicados por fuentes oficiales, tales como el Instituto Nacional de Estadística (INE). En atención a ello, en la Comunitat Valenciana se dispone de diferentes asociaciones representativas de personas con discapacidad.

Continuando con este análisis, es importante detallar los efectos del Cambio Climático que ya son percibidos. En la actualidad, según el último informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), no es posible limitar el aumento de 1,5°C de la temperatura media global, tal y como se propuso en el Acuerdo de París. Los expertos también presentan en este informe que España, y la zona del Mediterráneo, serán unos de los puntos del planeta que más se verán afectados por los efectos del cambio climático. Los fenómenos extremos (sequías, lluvias intensas, etc), desencadenarán en una mayor frecuencia de inundaciones, incendios, entre otros. En este sentido, España continúa en la senda de la sostenibilidad, disponiendo de una ley vigente de cambio climático y transición energética.

Asimismo, y relacionado con la sostenibilidad, el informe “Monitor de experiencia turística y reputación online en espacios naturales”, desarrollado por Vivential Value, expone un creciente interés de la demanda por aspectos relacionados con problemas

de masificación experimentada durante la visita, problemas de movilidad por alta afluencia de visitantes, y por la detección de situaciones de incivismo.

En cuanto al entorno económico y político, éste se encuentra altamente afectado principalmente por el desarrollo de un hecho histórico con consecuencias globales: la guerra de Ucrania. El estallido bélico ha ejercido un fuerte impacto sobre los precios de la energía, derivando en una inflación económica con cifras no alcanzadas desde el año 1985 en España. En un mundo globalizado la inestabilidad política actual incide de forma directa sobre la economía y sobre el conjunto de sectores que la conforman. La crisis global de energía y suministros ante la que el mundo se enfrenta incide de forma directa sobre el turismo. El incremento de los precios tiene una influencia directa sobre el consumo.

Además, la adaptación a la normalidad tras una época de pandemia con fuertes restricciones de movilidad ha ejercido un impacto sobre el transporte. En el verano de 2022, primer verano sin restricciones tras la pandemia, el caos se ha desatado sobre los aeropuertos europeos. Durante este periodo se observa un notable aumento de actividad, debido al alto interés de la demanda por viajar al extranjero, tras años en los que los viajes internacionales se han visto altamente afectados por las restricciones asociadas al Covid-19. Mientras que las aerolíneas se encuentran con problemas asociados a necesidades de personal para cubrir las necesidades existentes.

En términos de política, desde la Unión Europea se ha adoptado como prioridad la transición verde y digital del conjunto de países. De este modo, se persigue la recuperación y el aumento de la competitividad mediante un modelo sostenible y resiliente. A escala nacional, España promueve la materialización de la estrategia propuesta por Europa. En materia turística, el país cuenta con diversos instrumentos de política turística, tales como:

- Estrategia de Turismo Sostenible. España 2030 (directrices generales).
- Plan de modernización y competitividad del sector turístico (componente 14), el cual nutre al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.
- Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.
- Plan de Impulso para el Sector Turístico, hacia un turismo seguro y sostenible.

En materia de política turística autonómica, la administración también cuenta con los instrumentos citados a continuación:

- Libro Blanco para una nueva estrategia turística de la Comunidad Valenciana (marco estratégico del turismo).
- Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025.
- Plan Estratégico de Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana.
- Plan de Marketing Turístico de la Comunidad Valenciana.
- Plan de Marketing Turístico de la Comunidad Valenciana, post Covid-19.

Cabe destacar la focalización de la estrategia turística de la Comunitat Valenciana en el desarrollo de un turismo un turismo para todos (accesible e inclusivo), ético, inteligente e innovador.

Desde Turisme Comunitat Valenciana también se apuesta por la materialización de las premisas asociadas al concepto de gobernanza mediante la propia disposición de una Comisión Interdepartamental de Turisme y a través de la promoción de la implantación de instrumentos de colaboración y cooperación público-público y público-privado en los diferentes destinos. A su vez, se realizan colaboraciones de la administración pública autonómica en atención a la potenciación de la accesibilidad en el turismo con algunas las asociaciones representativas de personas con discapacidad tanto a escala nacional como en la Comunitat Valenciana. Concretamente se han realizado colaboraciones con PREDIF y COCEMFE CV.

Además, la política autonómica promueve el desarrollo de la formación turística a través de la puesta a disposición de una notable red de Centros de Desarrollo Turístico (CdT), siendo el más cercano a Ribarroja el situado en la propia ciudad de Valencia. En este sentido, y tras la firma de un convenio con Turisme CV, en el año 2022 se ha habilitado un aula CdT - espacio de cocina en el que se van a impartir jornadas formativas sobre la gastronomía.

Asimismo, se promueve la colaboración público-privada con el mediante la puesta en marcha de herramientas como el portal “Experiencias CV”, en el cual destinos y empresas pueden comercializar los productos turísticos creados.

Abordando la cuestión legal, la Constitución Española establece las competencias en turismo a las Comunidades Autónomas. Por ello, cada Comunidad dispone de su propia legislación turística. En el caso de la valenciana, la máxima herramienta legal disponible se corresponde con la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad (LTOH), publicada en el año 2018. Esta ley se aborda con el objeto de “generar las condiciones que propicien la evolución de la actividad turística hacia un nuevo modelo que permita facilitar la integración de las personas visitantes con la población, la cultura y el medio ambiente locales”, tal y como aparece reflejado en el Capítulo I del texto legislativo. La LTOH se plantea como una ley innovadora que va más allá de la concepción tradicional de la actividad turística, e incorpora conceptos como la inclusividad, la igualdad, la hospitalidad, la sostenibilidad, la accesibilidad o la ética. Al amparo de esta Ley, surgen dos Decretos asociados a la categorización de Municipios Turísticos, el Decreto 5/2020 y el Decreto 203/2021. Ambos documentos presentan la importancia que se le otorga a la gobernanza (colaboración público-pública y público-privada) y la ética turística en esta comunidad, promoviendo entre los destinos su máxima materialización. Para ello, cualquier municipio que desea ostentar la categoría de Municipio Turístico deberá acreditar el cumplimiento de una serie de compromisos, criterios y obligaciones.

Para finalizar, y alineado con la cuestión de ética defendida y promovida por la legislación vigente, cabe destacar la disposición a su vez del Código Ético del Turismo Valenciano, amparado bajo los preceptos del Código Ético del Turismo de la OMT.

6. Diagnóstico del destino

6.1. Síntesis de las aportaciones de los actores del destino

En apartados anteriores del presente documento se ha efectuado un análisis de la situación interna del destino, así como externa, a través del estudio de su entorno.

Para completar la información disponible acerca de la situación del destino, y con el fin de desarrollar un Plan Estratégico de Turismo adaptado a las necesidades reales del territorio, resulta fundamental efectuar una fase de participación en la que se establezca un diagnóstico de situación de Riba-roja en términos turísticos. Este diagnóstico inicial permitirá conocer la visión de los diferentes agentes sociales del destino, posibilitando así la detección de áreas de mejora y las potencialidades que Riba-roja tiene como destino turístico.

En adelante, se presenta una síntesis explicativa del proceso de participación desarrollado en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Riba-roja de Túria, atendiendo al siguiente esquema de contenidos:

1. Grado de participación de los agentes del destino.
2. Métodos de participación empleados.
3. Síntesis de conclusiones de cada sesión celebrada.

1. Grado de participación de los agentes del destino:

El proceso participativo se ha dirigido a los siguientes colectivos de interés por su vinculación con el desarrollo de la actividad turística en el destino, y atendiendo al carácter transversal del turismo:

o Agentes públicos (políticos y técnicos):

En cómputo total, han participado trece representantes de la administración local, abarcando los perfiles políticos y técnicos asociados a áreas vinculadas de forma directa o indirecta con el turismo. En atención a los perfiles políticos, en este proceso han participado tanto agentes pertenecientes al gobierno electo, como de la oposición, con el objetivo de obtener una visión general de la situación, promoviendo de este modo la consulta a todos los agentes políticos, en aras de desarrollar una estrategia sostenible en el tiempo.

A continuación, se especifica el listado de participantes:

- Concejalía de Turismo, Patrimonio Histórico, Transparencia, Gobierno Abierto y Participación Ciudadana (1 representante).
- Concejalía de Comercio, Sostenibilidad, Transición Ecológica, Economía Circular y Agricultura (1 representante).
- Concejalía de Planificación Urbanística, Áreas Industriales, Obras Públicas y Servicios Municipales (1 representante).

- Concejalía de Cultura, Educación, Infancia y Adolescencia (1 representante).
 - Concejalía de Hacienda, Contratación Pública, Patrimonio e Inventario, Edificios Públicos e Infraestructuras, Actividades y Fomento Económico (1 representante).
 - Concejalía de Barrios y Urbanizaciones, Parques y Jardines, Servicios Públicos y Transporte y Movilidad (1 representante).
 - Oposición (5 representantes pertenecientes a 5/5 partidos políticos).
 - Técnico de Comercio (1 representante).
 - Técnico de Nuevas Tecnologías/informática (1 representante).
- o **Agentes privados y sociedad civil (empresariado y asociaciones).**

En total han participado siete agentes privados del destino, representantes de las siguientes organizaciones:

- Turamiza e itinerarios de marcha nórdica (2 representantes).
- Arca Cultural (1 representante).
- Restaurante Racó de Carolina (1 representante).
- Director Gastronómico (1 representante).
- Asociación de Comerciantes y Profesionales de Riba-roja de Túria (2 representantes).

2. Métodos de participación empleados:

En atención a los métodos de participación empleados, el destino ha aplicado las siguientes herramientas:

- o **Focus Group:** en total se han celebrado dos Focus Group en formato presencial y dirigidos al sector público (gobierno electo y técnicos) y empresariado y asociaciones del destino.

Ambos Focus Group han seguido el mismo esquema de funcionamiento, distribuyendo las jornadas de trabajo en tres fases:

Una primera fase introductoria, en la que los participantes han procedido, a través de dinámicas, a la **definición de Riba-roja como destino turístico**, atendiendo a su visión y conocimiento del destino. Las definiciones obtenidas de forma individual han permitido identificar una definición global que permite establecer con mayor precisión la misión del destino.

La segunda fase de los Focus Group realizados ha consistido en la **identificación de problemáticas**, promoviendo el debate entre los asistentes en torno a tres áreas:

1. **Gestión y planificación turística**, abarcando esta fase aspectos de gobernanza colaborativa, promoción del destino y sensibilización turística de la población y del empresariado).

2. **Destino turístico**, comprendiendo esta área el debate acerca de la situación de los equipamientos e infraestructuras del destino, señalética y accesibilidad, movilidad y aparcamiento, conexiones entre centro urbano y urbanizaciones, etc.
3. **Actividad turística**, identificando la situación de Riba-roja en términos de formación y calidad turística, hospitalidad, relación con el empresariado, diferenciación del destino con el resto de los municipios del entorno, digitalización de los servicios (públicos y privados), entre otros aspectos.

Los Focus Group han concluido con una tercera fase dedicada a la **visión turística de Riba-roja** por parte de los agentes sociales del destino. En este sentido, se ha realizado una dinámica de trabajo en la que los participantes han dado respuesta a la siguiente cuestión: ¿Cómo queréis que sea Riba-roja en cinco años?

o **Formulario on-line**: dirigido a la oposición política de Riba-roja de Túria. El formulario ha contenido una descripción del objeto o finalidad perseguida, y el proyecto en el que se enmarca. Además, se ha proporcionado información acerca del tiempo estimado de cumplimentación. Asimismo, se ha estructurado en atención a las cuatro secciones presentadas a continuación, siguiendo un esquema de trabajo similar al planteado para los Focus Group:

1. **Sección de identificación del participante**: partido político al que representa.
2. **Sección de definición del destino**: solicitando la definición del destino en una palabra o concepto.
3. **Sección de identificación de problemáticas**: coincidiendo con las áreas de trabajo planteadas en los Focus Group (gestión y planificación turística, destino turístico y actividad turística). En cada área se ha proporcionado una descripción con el objeto de facilitar la comprensión de la finalidad perseguida. Además, en las citadas áreas se han efectuado dos preguntas abiertas de respuesta obligatoria, asociadas a:

a. *Áreas de mejora*

b. *Soluciones a las áreas de mejora identificadas*

Para facilitar el análisis de los resultados, se ha solicitado a los participantes numerar las áreas de mejora identificadas, en caso de exponer más de una. Asimismo, en la respuesta relativa a soluciones se ha solicitado la alineación de la solución con la numeración establecida en la anterior pregunta.

4. **Sección de comentarios adicionales**, incluyéndose en la misma las siguientes preguntas abiertas, no siendo obligatoria su contestación:

- a. *¿Qué otras áreas de mejora detectan?*
- b. *¿Cómo se imagina a Riba-roja en cinco años como destino turístico?*

3. **Síntesis de conclusiones de cada sesión celebrada:**

- o **Focus Group gobierno electo y técnicos:**

Definición de Riba-roja como destino turístico:

Los participantes en la sesión han asociado Riba-roja a los siguientes conceptos:

- o Historia / oferta cultural / Patrimonio cultural / Visigodos / Tradición / Fiestas: (6)
- o Naturaleza / medio ambiente / Río Túria / Montaña / Patrimonio natural / árboles / Porxinos: (6)
- o Pueblo: (2)
- o Sonidos: (1)
- o Rutas: (1)
- o Gastronomía: (1)
- o Salud: (1)
- o Lugar donde vivir: (1)
- o Porxinos: (1)
- o Esencia: (1)
- o Potencial: (1)
- o Urbanizaciones: (1)
- o Oferta educativa: (1)
- o Industria: (1)
- o Vida: (1)

De este modo, se observa a una prevalencia de los conceptos asociados a la cultura y la naturaleza, estableciendo la potencialidad del destino en estos ámbitos. Por ende, la misión del destino debe radicar en la especialización de Riba-roja en las tipologías turísticas de turismo cultural y de naturaleza, ofreciendo servicios y experiencias orientadas a aprovechar al máximo y en su conjunto las potencialidades que el medio ofrece al destino, así como las propias asociadas a su historia y patrimonio, identificando la cultura visigoda como un elemento diferenciador.

Asimismo, es interesante la asociación realizada con otros conceptos, que, aunque dispongan de una menor representación, también forman parte de la visión de los agentes sociales del destino, y por ende, infieren en la definición turística de Riba-roja y en su misión como destino turístico.

En este sentido, cabe destacar que, aunque Ribarroja sea considerada una ciudad, debido a la población que alberga, el concepto de “pueblo” se presenta como el tercero en prevalencia. Esta definición principalmente se encuentra asociada al núcleo urbano de Ribarroja, y se estipula como un concepto diferenciador del destino, teniendo en cuenta que el mismo se sitúa en la segunda corona metropolitana de Valencia.

Ribarroja también se identifica como un municipio industrial, aspecto relacionado con la disposición de uno de los polígonos industriales más importantes de la Comunitat Valenciana.

Además, se relaciona al destino con el término “urbanizaciones”. Relacionado con ello, se destaca que el destino cuenta con un notable volumen de residencias principales y secundarias en los alrededores del núcleo urbano, disponiéndose las mismas bajo la figura de urbanización, lo cual influye en un modelo urbanístico disperso. Este aspecto cuenta con una relación turística, debido a la identificación en el destino de un notable volumen de plazas asociadas a turismo residencial, demanda fluctuante durante el año, que, junto con la característica de dispersión mencionada, ejerce una influencia sobre la complejidad de la gestión del destino.

Ribarroja se relaciona a su vez con la gastronomía, concepto trabajado turísticamente por el destino.

Por último, cabe mencionar que Ribarroja se relaciona con la salud y la vida, conceptos íntimamente relacionados con los factores endógenos mencionados anteriormente: naturaleza, esencia de pueblo, cultura, oportunidades laborales ligadas al sector industrial, gastronomía... En definitiva, un lugar caracterizado por la calidad de vida, concepto con el que también debe relacionarse al destino en términos turísticos.

Identificación de problemáticas:

- Se identifica una relación entre las diferentes áreas de la administración pública en aras de colaborar en la realización de proyectos conjuntos, no obstante, se percibe necesario mejorar la fluidez de las comunicaciones internas.
- Cabría la necesidad de incrementar las relaciones entre población radicada en las urbanizaciones y núcleo urbano.
- Se precisa coordinación entre el sector empresarial relacionado directa o indirectamente con el turismo.
- Horarios limitados de apertura de recursos turístico. Además, algunos de ellos sólo pueden visitarse a través de visita guiada.
- La población local no está sensibilizada con el turismo, no perciben el potencial de este sector.

- Se debe continuar potenciando los yacimientos arqueológicos de Valencia la Vella y Pla de Nadal, siendo estos recursos diferenciales para Ribarroja.
- A raíz de la pandemia, el turismo de interior se encuentra en auge, cuestión que debe ser aprovechada desde Ribarroja.
- Falta oferta alojativa reglada en el municipio.
- El destino está especializado en el excursionismo, siendo este un aspecto motivado por la cercanía del destino al área metropolitana de Valencia (primera corona) y a la propia ciudad, por lo que se recibe mayormente un turismo de proximidad.
- En la zona del P.N del Túria se detectan situaciones de incivismo asociadas a suciedad generada por los visitantes recibidos. El Ayuntamiento trabaja en la medida de lo posible en la limpieza, a través de una brigada propia. No obstante, hay zonas en las que no pueden actuar debido a que la competencia radica en otras entidades (Confederación Hidrográfica del Júcar y Conselleria de Medioambiente). Desde el Ayuntamiento se han realizado actuaciones de colaboración con Cruz Roja en materia de sensibilización ambiental (punto de información y sensibilización ubicado en el P.N durante el verano de 2021), con el fin de aplacar esta problemática. Sin embargo, los visitantes recibidos no se mostraron muy interesados por la iniciativa. Asimismo, se percibe una falta de medios de seguridad (policía provincial) con el objeto de realizar labores de vigilancia en las principales áreas de recepción de visitantes.
- Ribarroja dispone de una oferta de instalaciones y equipamientos con potencial para la atracción de turismo MICE (auditorio con 800 plazas, recursos turísticos complementarios asociados a cultura y naturaleza, cercanía a uno de los polígonos industriales más importantes de la Comunitat Valenciana, etc)
- El destino realiza formación asociada a aspectos turísticos (redes sociales, etc), sin embargo, se estipula como necesario profundizar en este aspecto y ofrecer una mayor oferta adaptada a las necesidades del empresariado.
- Al encontrarse Ribarroja con una notable red de carril bici en el conjunto de su término municipal, se considera interesante el desarrollo de iniciativas que potencien la visita a los diferentes recursos turísticos en bici, generando experiencias de cicloturismo urbano. Para ello, se propone la realización de iniciativas como “Conoce Ribarroja en bici”.

A su vez, durante la sesión se han detectado una serie de puntos fuertes del destino, los cuales se citan a continuación:

- El apoyo institucional recibido por Riba-roja es bueno.
- Desde comercio se intentó lanzar una App y un market place y se ofrecen formaciones.
- Consideran que en los municipios cercanos y a nivel provincial sí son conocidos.
- Se disponen de servicios asociados al turismo familiar.
- El destino cuenta con un punto PAE (asesoramiento a emprendedores).
- La llegada del metro al centro urbano es una oportunidad (nueva estación de metro en uno de los principales accesos al Barranc dels Moros, y con conexión al carril bici que conecta el centro de Riba-roja con el río Túria, así como con Vilamarxant.
- Riba-roja forma parte de Film Valencia.
- Proximidad de una estación de metro muy cercana al yacimiento de Valencia la Vella. Además, este yacimiento cuenta con un Plan Director aprobado en las últimas semanas.
- En los últimos años, el destino está trabajando notablemente en materia de accesibilidad.
- Se dispone de señalética e información accesible (señales en braille, bucle magnético en Oficina de Información Turística...).
- Existe un proyecto para ampliar los puntos de carga de vehículos eléctricos en el conjunto del término municipal.
- Prácticamente todo el tejido residencial de las urbanizaciones está conectado con el núcleo urbano por carril bici
- El destino cuenta con una red de puntos wifi públicos (en sedes municipales).
- Se dispone de una pasarela de pago para la compra de entradas asociadas a espectáculos organizados por el área de cultura.

Visión turística de Riba-roja:

En adelante, se presentan las aportaciones realizadas por los asistentes al Focus Group:

- “Riba-roja en 5 años la veo con muchos más recursos sostenibles y de medio ambiente”.
- “Riba-roja, turismo de interior para un día o para una semana, conexionando turista-visitante-habitante, y conocido en toda España”
- “Sostenible, conocida, moderna e histórica”.
- “Más sostenible y enfocada más a las personas que a los vehículos”.
- “Referente en cultura, actividades al aire libre, accesible, con grandes zonas lúdicas y de esparcimiento. En definitiva, con mejor calidad de vida”.
- “Que no se pierda la esencia de ser un pueblo”.
- “Igual pero 5 años mejor”
- “Con servicios y actividades mejores y con proyección de nuevos”.
- “Riba-roja turística y de calidad”.

Atendiendo a los resultados obtenidos en la dinámica, los agentes sociales intervinientes proyectan a Riba-roja como un destino atractivo no sólo para el excursionista, sino también para el turista, con vínculos entre visitante y habitante, y con más servicios y actividades que posibiliten el incremento de la especialización turística del municipio en base a la sostenibilidad y la calidad. Todo ello, teniendo como referente el patrimonio cultural y natural del destino.

○ **Formulario oposición:**

La oposición de Riba-roja ha transmitido, a través del formulario on-line puesto a disposición, las siguientes cuestiones asociadas a las áreas de trabajo planteadas:

Definición de Riba-roja como destino turístico:

Los participantes han relacionado una asociación de Riba-roja en atención a los siguientes conceptos:

- Parque Natural.
- Río.
- Felicidad.
- Encrucijada de culturas.

De este modo, se evidencia de nuevo la importancia que disponen las tipologías de turismo cultural y de naturaleza en la propia misión del destino. Además, se hace mención al concepto de felicidad, relacionándose el mismo a la calidad de vida percibida por los residentes del municipio.

Detección de problemáticas y asociación con soluciones propuestas:

- Falta de promoción a escala nacional
- Necesidad de incrementar la oferta de alojamiento y restauración, así como de jornadas gastronómicas.
- Cabañas municipales en desuso, disponiendo éstas de potencial turístico. Existen días en los que la oferta de restaurantes es muy reducida debido a los periodos de apertura y cierre de los establecimientos, lo que repercute en la sensación de “pueblo fantasma”, perdiendo público objetivo en favor de municipios aledaños como Vilamarxant o L’Eliana.
- Carencias en cuestión de movilidad en el casco urbano. Necesidad de comunicar los barrancos con el río, ampliando las zonas verdes.
- Necesidad de modernización del municipio.
- Carencias en términos de limpieza y mantenimiento del entorno urbano.
- Falta de sensibilización turística a la población local.
- Necesidad de mejorar la regulación del uso del P.N del Túria (cada vez más se observa un mal uso por parte de los visitantes).
- El tejido empresarial no trabaja para el turismo. Falta de sensibilización del empresariado en materia turística.
- Se requiere aumentar la calidad de los servicios.
- Se requiere mejorar la estética arquitectónica del destino.

Visión turística de Riba-roja:

En cuanto a la visión turística, la oposición plantea las siguientes reflexiones:

- “Un municipio abierto al turismo nacional con infraestructura de servicios, hoteles, casas rurales, camping y restaurantes que pueda cubrir una oferta amplia de necesidades de distintos tipos de turismo”.

- “Mucho tiene que cambiar la mentalidad de sus habitantes”.
- “Bastante mejor que ahora.
- “Un municipio mucho más cómodo y amable, sobre todo en lo que a accesibilidad se refiere, con espacios verdes que inviten a que la gente pueda reunirse en ellos, desconectar y disfrutar del ruido del agua, del canto de las aves, disfrutar de la naturaleza en estado puro”.

Con ello, la oposición de Ribarroja visualiza un destino dirigido al turismo nacional, atractivo no sólo para visitantes de proximidad, con infraestructuras y servicios turísticos que cubra las necesidades de los diferentes segmentos de demanda a los que el destino se dirija. Un destino con infraestructuras que permitan disfrutar de los elementos naturales y con una población sensibilizada en materia turística.

- o **Focus Group empresariado:**

Definición de Ribarroja como destino turístico:

El empresariado del destino ha identificado una serie de conceptos que definen a Ribarroja como destino turístico, presentándose los mismos a continuación:

- Naturaleza / Río Túria (5) / P.N del Túria / Montaña / Monte / Huerta / Naranjas: (11)
- Patrimonio cultural (2) / Visigodos / Puente / Castillo (2) / Campanario / Música: (8)
- Deporte / senderismo / actividades deportivas: (3)
- Proximidad al área metropolitana de Valencia: (1)
- Turismo sostenible: (1)

En este sentido, el empresariado identifica dos grandes grupos de conceptos protagonistas, asociados a la cultura y la naturaleza., así como un tercer grupo, dedicado al turismo deportivo, en el que existe una menor representación, pero el cual también está asociado a la disposición de un medio natural de gran valor. En menor medida han surgido conceptos asociados a la localización geográfica del destino como potencialidad y a la identificación de una gestión sostenible de Ribarroja en términos turísticos.

De este modo, se concluye identificando una misión del destino asociada a su especialización en materia de turismo cultural y de naturaleza / turismo activo, incluyendo actividades que posibiliten el aprovechamiento de los recursos endógenos

del destino, como es su patrimonio, y el propio medio físico y localización, para la generación de una oferta turística atractiva.

Identificación de problemáticas:

- Falta colaboración en materia turística entre el empresariado de Ribarroja (no sólo el turístico, sino también el de sectores relacionados, como el comercial).
- Se percibe una falta de conexión y comunicación entre las diferentes áreas de la administración local.
- No se dispone de un relato común sobre la que desarrollar turísticamente el municipio. Se debe mejorar la comunicación a través de un relato común. Falta estrategia de marketing y comunicación.
- Los propios residentes del municipio no conocen la historia de Ribarroja, lo que deriva en una falta de creencia en el turismo como actividad económica en la localidad. Falta de sensibilización turística de la población local.
- Los residentes en urbanizaciones no consumen en el municipio.
- Se considera necesaria la vinculación de los comercios con el turismo, incluyendo a estos en la estrategia turística y siendo promotores del turismo en su propio municipio debido a que también reciben a parte de los visitantes en sus instalaciones.
- Se detecta una especialización en el excursionismo.
- La conexión entre los recursos turísticos es compleja. Pla de Nadal se encuentra geográficamente desconectado. En este sentido, se propone mejorar la conexión a través de medios no motorizados.
- El empresariado considera que el destino no está digitalizado.
- Se debe continuar potenciando el patrimonio, la naturaleza y la gastronomía como tipologías diferenciales de Ribarroja. En cuestión de gastronomía se refleja el interés por los productos artesanales y gastroturísticos).
- Mejora de la señalización. Inclusión de elementos de identificación de recursos en los accesos de la población y en puntos estratégicos (por ejemplo, identificar con señalética los diversos accesos al P.N).

Visión turística de Riba-roja:

Esta dinámica no pudo realizarse con el sector empresarial debido a la duración de la sesión, priorizando en la misma la detección de problemáticas.

Para concluir con el diagnóstico inicial en base a la visión de los agentes sociales, se presentan a continuación una batería de conclusiones derivadas de otros procesos participativos desarrollados por el destino durante los años 2021 y 2022, en el marco de la elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD):

- **Visión interdepartamental:** entre los principales problemas de Riba-roja se encuentra la mejora de la conectividad P.N-casco urbano. No existe conexión transversal de todos los recursos, siendo una actuación prioritaria la adecuación del Barranc dels Moros.

Además, los técnicos del destino observan principalmente una demanda excursionista con objeto de visitar el P.N, pero sin repercusión económica sobre el destino.

Al respecto, se considera interesante establecer controles de afluencia de visitantes en este espacio natural (sensorización).

Asimismo, se expone la necesidad de potenciar los yacimientos arqueológicos.

En cuestión de inteligencia, se detalla la necesidad de realizar un registro más automático de la información sobre los turistas, y conocer los movimientos de flujos y perfil de la demanda.

Por último, se identifican proyectos para adaptar las infraestructuras turísticas del destino al cambio climático.

- **Visión sectorial:** área recreativa masificada. Hay personas que acceden con sus coches hasta el mismo río. No hay renovación de clientes. Necesario aumentar la promoción. Asimismo, el empresariado, en una amplia mayoría, confirma las problemáticas identificadas en el destino, y valida las actuaciones incluidas en el PSTD como resolución a las necesidades del destino.
- **Visión de la sociedad civil (asociaciones no turísticas):** barrancos interrumpen continuidad de las comunicaciones entre río y casco urbano, el cauce y el monte no forman parte de la población y no existen zonas apetecibles para disfrutar de estos espacios, difícil acceso al río desde el metro, carencias de movilidad sostenible, carencias de accesibilidad turística y mejora en la gestión y protección de los espacios naturales.
- **Visión sociedad civil (ciudadanía):** la sociedad civil también confirma en una amplia mayoría la problemática sobre la que trabaja este PSTD, mostrando su

interés por las actuaciones incluidas en el PSTD como resolución a las necesidades del destino.

6.2. Matriz DAFO

En atención a la metodología de trabajo establecida para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de Riba-roja de Túria, y tras haber realizado las fases correspondientes al análisis interno y externo, así como al proceso participativo orientado a la identificación de problemáticas en el destino, los resultados extraídos se presentan sintética y visualmente mediante la herramienta DAFO. La aplicación de esta herramienta permite al equipo redactor del presente documento estratégico identificar de forma clara los puntos fuertes y áreas de mejora del destino a nivel interno, así como los aspectos de su entorno con influencia en el desarrollo turístico del destino. De este modo, el diagnóstico desarrollado permite determinar las amenazas que Riba-roja deberá trabajar para disminuir sus efectos en el territorio, y las oportunidades que resultan de interés atendiendo al modelo turístico del destino.

Con todo ello, el destino dispone de un diagnóstico de situación amplio sobre el cual se basará la estrategia turística del destino para los próximos años. Gracias a ello, Riba-roja contará con una hoja de ruta adaptada a la realidad turística de su territorio y viable en atención a los recursos disponibles.

En adelante, se presentan los resultados obtenidos a través de cuatro DAFOS categorizados en base a las siguientes temáticas trabajadas y de relevancia en términos de planificación turística:

- Gestión y planificación.
- Recursos turísticos y productos.
- Oferta y demanda.
- Comercialización y promoción.

GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN

El primer DAFO focaliza el diagnóstico sobre los elementos relacionados con la gestión y planificación turística. Atendiendo a ello, se identifican aspectos relacionados con la gobernanza, la repercusión económica del turismo en el territorio, la colaboración público-público y público-privada o la sensibilización de los residentes y visitantes hacia el turismo.

El área de Turismo y Patrimonio cuenta con suficiente personal y presupuesto para el desarrollo de las funciones asociadas. Cabe mencionar que esta área dispone de una partida concreta en los presupuestos municipales.

En materia de coordinación y colaboración interna entre el área de turismo y otras áreas de la administración pública local, se observa la disposición de herramientas que promueven el trabajo en red, siendo ejemplo de ello la recientemente creada

Comisión Técnica Interdepartamental, conformada por representantes de diferentes áreas de la administración vinculadas con el turismo. A su vez, el destino promueve la colaboración con otras administraciones supramunicipales, provinciales y autonómicas, principalmente a través de la firma de convenios y redes. En este sentido, Riba-roja también colabora con otras administraciones locales de su entorno, y con centros educativos ubicados en la provincia. Además, se destaca la concienciación medioambiental de la administración pública local, dirigiendo gran parte de sus esfuerzos al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a la minimización del impacto de las actividades desarrolladas en Riba-roja sobre el medio en el que se efectúan. Este aspecto cobra aún mayor importancia debido a los efectos asociados al Cambio Climático y a la crisis energética y de suministros que el país y el conjunto de la Unión Europea está percibiendo como efecto de la Guerra de Ucrania.

Además, cabe mencionar que el destino dispone de elementos que favorecen la comunicación entre administración pública y ciudadanía, sin embargo, se observa una falta de sensibilización turística de la población local.

En cuanto a la colaboración con el sector privado, Riba-roja cuenta con una asociación vinculada al turismo, no disponiendo de convenio de colaboración firmado con la misma. Relacionado con ello, el área de turismo está trabajando en la constitución del Consejo Sectorial de Turismo, ente mediante el cual se promoverá la colaboración público-privada en materia turística. En este sentido, también se identifica la necesidad de potenciar la colaboración entre el empresariado y la sensibilización del tejido empresarial de Riba-roja con el turismo.

En cuestión de gobernanza, cabe destacar que el destino dispone de una amplia batería de planes específicos (accesibilidad, movilidad urbana sostenible...), así como una estrategia de ciudad definida. Asimismo, se destaca la aplicación del modelo de gestión DTI implantado en el destino y promovido a través del Plan Director de Destino Turístico Inteligente de Riba-roja de Túria.

De este modo, se observa que el destino se encuentra trabajando en la implantación de actuaciones vinculadas al desarrollo de los ocho ejes del modelo DTI-CV. Sin embargo, se identifican aspectos de mejora asociados a la gestión inteligente, y concretamente a la necesidad de medir y efectuar un control de las acciones efectuadas, y potenciar la distribución de flujos turísticos en aras de reducir situaciones de masificación en temporada alta, y fomentar el impacto del turismo en la economía local. Relacionado con ello, los agentes sociales intervinientes en el turismo destacan una necesidad imperiosa en el destino: reducir la fragmentación del territorio por la disposición de los barrancos que discurren por el núcleo urbano, posibilitando una mejora de la conexión ciclopeatonal entre el centro de Riba-roja, y la futura estación de metro, y el Parque Natural del Túria.

Además, el análisis realizado observa la necesidad de aumentar la accesibilidad de los recursos y servicios turísticos del destino y el nivel de calidad.

En términos de empleo, Ribarroja fomenta el emprendimiento gracias a la disposición de un punto PAE. No obstante, la tasa de afiliación a la Seguridad Social en el sector servicios está por debajo de los resultados obtenidos en la provincia y en la Comunitat Valenciana. Asimismo, el destino cuenta con mayor porcentaje de desempleo en segmentos concretos como mujeres o colectivos en los que habitualmente resulta más complicada su inserción laboral (mayores de 50 años, personas con baja cualificación o personas con discapacidad). Por este motivo, resulta fundamental trabajar en aras de potenciar la creación de empleo turístico en el municipio, con el objetivo de continuar generando oportunidades laborales a la sociedad ribarrojera.

Todo ello es aún más importante si se tiene en cuenta la situación de inestabilidad política e inflación económica que se está desencadenando en la actualidad.

No obstante, también se detectan oportunidades que el destino debe saber aprovechar, encontrándose estas asociadas a la disposición de nuevas infraestructuras de transporte estratégico, que posibilitarán una mejor conexión de los recursos turísticos de primer orden del destino con el área metropolitana de Valencia y con la propia capital autonómica. Además, se destaca el apoyo institucional recibido en materia de turismo por parte de Ribarroja y la disposición de una política turística clara y adaptada al territorio en el ámbito autonómico, sirviendo ésta de guía para los destinos turísticos como Ribarroja.

Para finalizar, la recuperación que el turismo está experimentando tras la pandemia derivada por el Covid-19 y el hecho de que la sociedad precisa de servicios adaptados a las necesidades de las personas con discapacidad, son elementos que, sin duda, ejercen una influencia sobre la estrategia turística del destino.





DEBILIDADES
Más de la mitad de la población activa (38,3%) se encuentra en la franja entre los 40 y 59 años
Sector servicios cuenta con una tasa de afiliación a la Seguridad Social por debajo de la provincia y la CCAA, siendo el sector con mayor número de parados en el municipio
Mayores tasas de desempleo en mujeres, colectivos mayores de 50 años, personas con baja cualificación y personas con diversidad funcional
No disposición de convenio de colaboración firmado con AGRUPA
No disposición de convenio de colaboración firmado en materia de promoción de la accesibilidad turística
Disposición de un Plan de Accesibilidad de Ciudad con escasa relación turística (no disposición de diagnóstico e inventario de recursos turísticos accesibles)
Necesidad de distribuir flujos en temporada alta (detección de situaciones de masificación en P.N.)
No disposición de estadísticas reales del número de visitantes recibidos en el P.N.
Disposición de informes estadísticos de usuarios en medios on-line de información turística del destino: no realización de informes de interpretación de resultados ni medición de retorno de las acciones efectuadas
Detección de un importante volumen de visitantes en lugares de titularidad privada, no puestos en valor turísticamente por parte de la propiedad (Cova del Colom)
Población local no sensibilizada con el turismo. Los residentes en Riba-roja no conocen la historia y patrimonio de la ciudad
Carencias de movilidad urbana (potenciar conexión núcleo urbano y P.N. a través de la adecuación de los barrancos. Dificil acceso al río desde el metro)
Falta de conexión peatonal entre Valencia la Vella y el P.N. del Túria
Falta conocimiento y sensibilización de las potencialidades turísticas del destino por parte del empresariado
Se requiere aumentar la calidad de los servicios
Falta de colaboración en materia turística entre el empresariado: necesidad de vincular comercios con turismo



AMENAZAS
Inestabilidad política asociada a la Guerra de Ucrania
Crisis energética y de suministros
Inflación económica actual





FORTALEZAS
Disposición de un área dedicada a la gestión del turismo en Riba-roja (área de Turismo y Patrimonio), con personal durante todo el año (3 técnicos)
Disposición de una Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo y en los próximos meses de una Mesa de Turismo, trabajando así la colaboración, comunicación y cooperación público-público y público-privada
Municipio Turístico desde 2011 y en proceso de adaptación a nuevos criterios
Adhesión y participación en la red DTI-CV, encontrándose actualmente en nivel 2. El destino también cuenta con un Plan Director de DTI
Certificación de la OIT con Q de Calidad y del MuPla y OIT con Safe Tourism Certified
Disposición de una asociación de comercio/hostelería (AGRUPA)
Impulso de las energías renovables por parte de la administración local a través del Plan de Acción por el Clima y la Energía Sostenible (PACES, 2020)
Red de puntos de carga de vehículos eléctricos en el destino y plan disponible en el que se prevé su incremento (Plan Local de Red de Carga de Vehículos Eléctricos)
67% de población activa (en edad de trabajar)
El Ayuntamiento de Riba-roja ha desarrollado actuaciones para dinamizar la economía y la creación de empleo tras el Covid-19 (Plan RibActiva) El área de turismo también ha puesto en marcha proyecto Riba-roja de Túria – Vuelve al Interior
Creación del Espacio de Interpretación y Formación de Gastronomía Histórica
Óptima red de carreteras (conexiones de Riba-roja con Valencia ciudad y su entorno metropolitano, así como con principales carreteras de conexión con otras CCAA (A-3 y A-7)
Correcta red de transporte público
Disposición de un Plan de Adecuación de los Viales complementario al Plan de Accesibilidad con el objetivo de mejorar la accesibilidad urbana
Notable red de carril bici que conecta el núcleo urbano con urbanizaciones y potencialidad del mismo en términos turísticos (itinerarios turísticos de visita a principales recursos). Además, este carril bici une a Riba-roja con otras localidades cercanas, como Vilamarxant
Promoción de los itinerarios ciclopeatonales a través del Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS)
Señalética y herramientas de información turística accesibles en destino (braile, bucle magnético...)

Pertenencia de Riba-roja a Film Valencia
Disposición de un punto PAE para asesoramiento a emprendedores
Disposición de red de puntos wifi públicos en sedes municipales e informados al visitante en página web
Adhesión de Riba-roja al Código Ético de Turismo Valenciano
Disposición de un convenio de colaboración firmado con el área de Turismo de Diputación de Valencia



OPORTUNIDADES
Buen nivel de apoyo institucional en materia de turismo
Llegada del metro al centro urbano de Riba-roja, concretamente a uno de los principales accesos del Barranc dels Moros, dotando de conexión vía metro al carril bici que une Riba-roja con Vilamarxant y al P.N a través del Barranc
Estación de metro muy próxima al yacimiento de Valencia la Vella, dotando al recurso de una interesante conexión de transporte público con Valencia ciudad y su área metropolitana
Inicio de la recuperación turística (en España y en la CV el nº turistas nacionales e internacionales crece notablemente en 2021 con respecto a 2020). En este sentido, en el 4º trimestre de 2021 la variación de visitantes internacionales entre 2019-2021 alcanza el menor porcentaje de diferencia hasta la fecha (31%)
Disponibilidad de instrumentos de política turística nacional y autonómica asociados a sostenibilidad, tecnología, gobernanza, ética y accesibilidad
Instrumentos legales sobre los cuales deben adaptarse los destinos turísticos (LTOH y Decretos 5/2020 y 203/2021)
Existencia de una asociación representativa de personas con discapacidad en la CV que trabaja el turismo accesible y colabora con Turisme CV en esta materia
El fomento de la accesibilidad y el desarrollo de un turismo para todos forma parte de la estrategia turística valenciana
Del 15% de la población mundial, el 9.26% (población española) y 6.26% (población valenciana) tiene algún tipo de discapacidad
Oferta de Formación Profesional reglada especializada en turismo en institutos del entorno de Riba-roja y disposición de un CdT cercano al destino (Valencia)
Oferta de formación en materia turística dirigida al sector empresarial

RECURSOS TURÍSTICOS Y PRODUCTOS

Continuando con el diagnóstico, éste avanza hacia el DAFO elaborado en materia de recursos turísticos y productos, con el fin de identificar la situación concreta en la que se encuentran los elementos que generan atracción de visitantes hacia el destino (recursos) y las tipologías turísticas trabajadas y comercializadas a través de productos.

En este sentido, los resultados derivados del análisis de fuentes internas y externas y del proceso de participación desarrollado, derivan en la identificación de los recursos naturales y culturales de notable relevancia y potencialidad turística, siendo ejemplo de ello el Parque Natural del Túria, pulmón verde del área metropolitana de Valencia, con una influencia directa de más de 1,5 millones de personas. En este sentido, se destaca que Ribarroja dispone del 13% del territorio protegido bajo la figura mencionada. De este modo, el Parque Natural se presenta como uno de los espacios que ejerce una mayor atracción de visitantes. No obstante, el proceso participativo y el análisis de reseñas ofrecidas por parte de los visitantes a este espacio natural identifican situaciones de peligrosidad asociadas a la convivencia entre senderistas y ciclistas en los senderos del Parque Natural, cuestión que, unida a la falta de mantenimiento de los senderos, ocasiona inseguridad. Además, la falta de civismo por parte de la demanda recibida determina que la actividad turística presente en el espacio natural ejerza efectos negativos sobre el medio ambiente. Hecho de gran relevancia sobre el que el destino debe actuar.

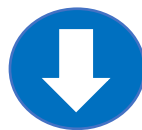
Asociado con el aspecto medioambiental, los datos disponibles reflejan que la zona mediterránea, en la que se encuentra Ribarroja, será uno de los puntos del planeta más afectados por el cambio climático, lo que repercute en la necesidad del destino de adaptar sus infraestructuras a los efectos de fenómenos extremos derivados por el calentamiento global.

Asimismo, y relacionado con los elementos culturales, en el entorno del Parque Natural se sitúa uno de los yacimientos visigodos más importantes de la Península Ibérica, Valencia la Vella, el cual cuenta con un reciente Plan Director aprobado, mediante el cual se potenciará la musealización de este espacio como elemento turístico-patrimonial.

Pero el destino no sólo cuenta con este yacimiento, sino que también dispone del denominado Pla de Nadal, ubicado en una zona aislada del núcleo urbano y de espacios de concentración de visitantes, sin embargo, este yacimiento se posiciona como un lugar de excepcional valor arqueológico, siendo una villa áulica de época visigoda que constituye un ejemplo paradigmático del estamento nobiliario de la Antigüedad tardía. De este modo, se trata de uno de los yacimientos arqueológicos más importantes del siglo VII.

Los elementos culturales anteriormente identificados, unidos a otros también presentes en el destino como el castillo, sus murallas, la torre árabe o las trincheras de la Guerra Civil, determinan la consideración de Ribarroja como referente cultural del Parque Natural del Túria.

Además, el análisis realizado identifica la disposición de un notable número de rutas turísticas naturales y culturales con las que se promueve la visita autónoma, a través de recorridos temáticos, a los diferentes recursos turísticos del destino. En cuestión de rutas y relacionado con la disposición del Parque Natural, por el término municipal de Riba-roja discurre una Vía Verde intercomarcal que permite la conexión del destino con la capital del Túria a pie o mediante el uso de la bicicleta.



DEBILIDADES
Se requiere continuar potenciando turísticamente los yacimientos como recursos diferenciales
Difícil conexión de determinados recursos por su situación geográfica (Pla de Nadal desconectado)
Los Barrancos fragmentan el territorio, dificultando la conexión del P.N. con el núcleo urbano y con el carril bici



AMENAZAS
Situaciones de peligrosidad asociada a la convivencia de senderistas y ciclistas en el P.N. del Túria por excesivas velocidades de estos últimos
Falta de mantenimiento de los senderos del P.N. (baches y socavones)
Detección de situaciones de incivismo en el P.N. (generación de residuos, adentramiento de usuarios con coche hasta la orilla del río, etc.)
España, y concretamente su zona mediterránea, serán uno de los puntos del planeta más afectados por el cambio climático



FORTALEZAS
Notable número de rutas turísticas creadas y sobre las que se ofrece información para su desarrollo autónomo a través del mapa interactivo
Disposición del Plan Director del yacimiento de Valencia la Vella, recientemente aprobado
Disposición de recursos turísticos singulares (dos yacimientos visigodos relevantes dentro de la Península Ibérica y varios museos destinados a la interpretación de esta cultura)
Disposición en el territorio del P.N. del Túria, siendo Ribarroja el tercer municipio en términos de extensión (13% de la superficie del P.N. es término municipal de Ribarroja)



OPORTUNIDADES
Disposición de la Vía Verde que conecta las comarcas de l'Horta y Camp de Túria con la ciudad de Valencia (discurriendo la misma por el término municipal de Ribarroja)
Ribarroja es considerada el referente cultural del P.N. del Túria, tal y como aparece reflejado en el Plan Director Turístico de este espacio

OFERTA Y DEMANDA

A pesar de que el destino cuenta con relevantes recursos turísticos y una amplia red de servicios destinados a la recepción de visitantes, se identifica por parte de los agentes sociales una escasa repercusión económica del turismo, debido en gran parte a la prevalencia del excursionista frente al turista entre los visitantes recibidos. Este aspecto también se encuentra relacionado con la escasa oferta de alojamiento reglado disponible y con la disminución observada en términos de plazas de segunda residencia en los últimos 30 años. Aspectos sobre los que el destino debe actuar debido a su vez a la cercanía geográfica de municipios con mayor número de plazas de alojamiento, lo que determina la disposición de competidores cercanos (ubicados en la primera corona metropolitana y cercanos a infraestructuras de transporte principales como el aeropuerto) que tienen capacidad para ofrecer una mayor cartera de servicios de alojamiento, repercutiendo así en una menor capacidad de atractivo de Ribarroja como destino turístico orientado a un segmento no excursionista.

Fruto de esta situación, la oferta de restauración se encuentra estancada, aunque en este caso, el municipio se sitúa como la localidad de la comarca con mayor número de plazas de restauración ofrecidas, encontrándose a su vez entre los que mayor volumen de servicios de esta índole ofrece entre los municipios pertenecientes al Parque Natural del Túria.

En relación con la demanda recibida, el destino atrae a visitantes interesados por el turismo cultural, de naturaleza y el turismo activo debido a la relevancia de los recursos turísticos de primer orden disponibles y orientados a estas tipologías turísticas y a la colaboración que el destino realiza con empresas del sector en aras de potenciar su posicionamiento como destino cultural y gastronómico-cultural.

Además, cabe destacar la disposición de un elevado número de ciclistas, principalmente durante el fin de semana, los cuales discurren por el casco antiguo en aras de conectar el sendero del Parque Natural con el carril bici en dirección a Vilamarxant. De este modo, los ciclistas se encuentran ante la obligación de desarrollar su recorrido a través de un entramado de calles estrechas, lo que afecta a la experiencia del ciclista y a la seguridad tanto del éste como del viandante. Al respecto, se identifica un alto interés de los agentes sociales por conectar estos itinerarios a través del Camí de les Ànimes y del Barranc dels Moros. Asimismo, la sociedad ribarrojera considera necesario ampliar la infraestructura ciclista del destino a fin de ofrecer un mayor número de servicios a este segmento de visitantes.

Relacionado con la situación presentada cabe destacar que el destino dispone de amplias posibilidades de atraer a un mayor volumen de visitantes, tanto excursionistas como turistas dados los atractivos turísticos presentes en el territorio y la importante población que reside en su entorno, encontrándose el destino próximo geográficamente al 61% de la población provincial. Todo ello sin olvidar que el destino se encuentra ubicado en la tercera comunidad autónoma que mayor volumen de turistas nacionales recibe. Concretamente, los visitantes con destino a la provincia de Valencia se encuentran altamente interesados por la cultura y la naturaleza, lo que facilita la disposición de público no interno al que poder llegar.

Asimismo, la cercanía a la costa, y concretamente a la ciudad de Valencia, permite al destino poder desarrollar actuaciones que atraigan hacia el mismo al perfil de demanda internacional recibido en los principales polos turísticos de atracción cercanos, como Valencia ciudad.

Además, es importante señalar que la población cada vez está más concienciada con los hábitos de vida saludables y por la cultura, hechos que benefician a Ribarroja debido a su condición de destino cultural, con un Parque Natural que permite el desarrollo de actividades de turismo activo. Al respecto, la demanda también se encuentra interesada por reducir situaciones de masificación en espacios naturales, lo que influye positivamente sobre la intención del destino por dirigir a los visitantes hacia otras zonas de interés en su término municipal.



DEBILIDADES
Escasa oferta de plazas de alojamiento reglado
Disminución de las plazas de segundas residencias en los últimos 30 años (-43%)
Situación de estancamiento de la oferta de restauración (plazas en restaurantes mantenidas en los últimos 4 años)
Escaso número de turistas procedentes de otras CCAA: dependencia del turismo de proximidad (excursionismo)
Baja presencia de turismo internacional
Apenas hay repercusión económica de la demanda en el destino debido al carácter excursionista de ésta
No disposición de datos relativos a la contabilización del número de ciclistas recibidos en el destino
No disposición de itinerario cicloturista que conecte P.N. con carril bici que dirige hacia Vilamaxant, transitando los ciclistas por las estrechas calles del casco antiguo
Interés de los agentes sociales por desarrollar un itinerario turístico ciclopeatonal que conecte el P.N. con el núcleo urbano (futura estación de metro) y el carril bici que dirige hacia Vilamarxant a través del Camí de les Ànimes y del Barranc dels Moros



AMENAZAS
Disposición de municipios cercanos con mayor volumen de plazas de alojamiento reglado



FORTALEZAS
Desarrollo de jornadas turísticas vinculadas al turismo gastronómico y participación en programas autonómicos vinculados
Colaboración con empresas especializadas en turismo arqueológico y cultural, en aras de potenciar posicionamiento del destino en esta tipología
Elevado interés de la demanda recibida por actividades relacionadas con el turismo cultural y de naturaleza / turismo activo
Amplia red de servicios destinados a la recepción de visitantes (OIT y Centro Visitantes Valencia la Vella), de museos y salas de exposición permanentes
Importante oferta de instalaciones públicas deportivas
Notable número de reseñas en internet sobre el P.N. del Túria y el Parque Maldonado, lo que permite identificarlos como principales recursos de atracción
Oferta de instalaciones y equipamientos con potencial para la atracción de turismo MICE (auditorio 800 plazas, oferta recursos turísticos complementarios, cercanía a uno de los polígonos industriales más importantes CV)
Riba-roja se sitúa como tercer destino con mayor volumen de plazas de restauración del entorno del P.N. y el que mayor volumen de plazas ofrece en la comarca
Observación de un importante número de ciclistas recibidos en el destino, principalmente durante el fin de semana, transcurriendo por el P.N. y el casco antiguo, a fin de conectar con el carril bici que dirige hacia Vilamarxant



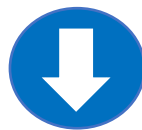
OPORTUNIDADES
Incremento del turismo interno en 2021 (57% de los turistas nacionales viajan dentro de su CCAA). Asimismo, el 60% de esta demanda interna se decanta por viajes en su misma provincia
En 2021, la Comunitat Valenciana ocupa la tercera posición en recepción de turistas nacionales (12% de cuota de mercado) y la quinta como destino nacional receptor de turistas internacionales (13% de cuota de mercado)
En la provincia de Valencia se observa una prevalencia del turismo nacional (73% de la demanda) y un fuerte protagonismo del turismo interno (58,7%)
La estancia y el gasto medio del turista internacional recibido en la provincia de Valencia es superior al del nacional
El turismo cultural y de naturaleza se encuentran entre los principales motivos de viaje del turista de la provincia de Valencia
P.N. del Túria dispone de un área de influencia directa de más de 1 millón de visitantes
Oferta de plazas alojativas de los municipios pertenecientes al P.N se concentra en las localidades del área metropolitana de Valencia (primera corona) y cercanía al aeropuerto
Concentración demográfica de la población. Valencia tercera ciudad más poblada del país: 61% de la población de la provincia se sitúa en Valencia ciudad y la primera corona metropolitana
Marcado interés de la población por hábitos de vida saludables
Población interesada por la cultura (en 2019, el 50,8% de la población visitó monumentos y yacimientos arqueológicos en su gran mayoría por motivos de ocio, y el 47% visitó museos, exposiciones o galerías de arte)
Alta preocupación de la población por el cambio climático (24% población española está ejerciendo cambios radicales para reducir su impacto) y 91% viajeros piensa que viajar sosteniblemente es fundamental
Fuerte interés de la demanda por reducir las situaciones de masificación de los espacios naturales y las situaciones de incivismo en los mismos

COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN

Avanzando con el último de los DAFOS elaborados, cabe mencionar que el destino ha desarrollado hasta la fecha múltiples acciones destinadas a la promoción turística de Ribarroja, no encontrándose las mismas orientadas en base a una estrategia de marketing y promoción turística que atienda a la realidad del destino y a la diversidad de herramientas de promoción cambiantes a corto plazo. Relacionado con ello, los agentes sociales identifican la no disposición de un relato común a través del cual promocionar y comercializar turísticamente el destino.

Fruto de la situación presentada, los resultados del proceso participativo reflejan una falta de promoción del destino a escala nacional, generando efectos sobre la atracción de visitantes externos a la Comunitat Valenciana y posibilitando así la atracción de un mayor número de turistas hacia el destino y la mayor competitividad de Ribarroja entre sus competidores cercanos.

Además, durante el análisis realizado se ha identificado que el destino se encuentra presente en las páginas oficiales de promoción turística provincial y autonómica, sin embargo, se observa una escasa participación del empresariado en programas como Creaturisme, y por ende, en el canal de comercialización Experiencias CV.



DEBILIDADES
Notable cantidad de acciones de promoción y marketing, pero sin estrategia planteada
El destino no se encuentra presente en oferta de empresas privadas de visitas guiadas o en actividades de los cruceros acogidos por la ciudad de Valencia
Escaso número de experiencias ofertadas en el portal de Experiencias turísticas de la CV
Variada oferta de folletos, no encontrándose la totalidad en los mismos idiomas y no clasificados por temática en sección virtual de la web
Falta de promoción del destino a escala nacional
Falta definir un relato común



AMENAZAS

Diversidad de herramientas de promoción cambiantes a corto plazo (redes sociales, folletos promocionales, etc)
Pérdida de visibilidad de Riba-roja como destino turístico debido a la imagen y potencialidad de otros destinos cercanos



FORTALEZAS

Colaboración con empresas especializadas en turismo arqueológico y cultural, en aras de potenciar el posicionamiento del destino dentro de esta tipología
Disposición de un motor de venta de entradas de espectáculos organizados por el área de cultura, ofreciéndose información al visitante sobre el mismo



OPORTUNIDADES

Promoción de Riba-roja y sus recursos en páginas web de Turismo Comunitat Valenciana y València Turisme
Disponibilidad del portal de experiencias turísticas de la CV

7. Estrategia de desarrollo turístico

Los resultados desprendidos del diagnóstico realizado permiten identificar la situación ante la que se encuentra Ribarroja en términos turísticos. De este modo, durante los últimos años la gestión y el desarrollo turístico del destino se ha caracterizado por una falta de estrategia que permitiera realizar una planificación del turismo en base a las necesidades reales del territorio. Atendiendo a ello, se propone la elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Ribarroja con el fin de disponer de una herramienta capaz de dar respuesta a la realidad del destino, apostando por un desarrollo sostenible en el tiempo. En este sentido, Ribarroja afronta con este documento una hoja de ruta que le permita avanzar como destino turístico, aumentando su competitividad en base a sus atributos y recursos endógenos y exógenos y promoviendo la materialización del concepto de resiliencia, siendo éste cada vez más relevante para los destinos turísticos, debido a las características del entorno actual, el cual se define por su volatilidad e incertidumbre.

Con todo ello, Ribarroja se define como un destino de interior con recursos turísticos que ejercen en la actualidad un notable nivel de atracción de visitantes hacia el territorio. En este sentido, el Parque Natural del Túria se estipula como el recurso turístico con mayor capacidad de atracción, concentrándose en él gran parte de la demanda recibida. Además, Ribarroja dispone de amplias potencialidades en turismo cultural, siendo el referente entre los municipios del Parque Natural en esta tipología turística. Este hecho se debe a la disposición en el territorio ribarrojero de recursos de gran relevancia como sus yacimientos arqueológicos, castillo y museo.

No obstante, aunque el destino cuenta con elementos de atracción, se percibe un bajo impacto de la actividad turística sobre la economía local, así como una baja sensibilización del tejido empresarial y la sociedad en su conjunto con respecto al turismo. Todo ello unido a la escasa oferta de alojamientos presente en el destino y al estancamiento observado de la oferta de restauración, lo que deriva en la atracción hacia Ribarroja de un público de carácter excursionista que genera un gasto notablemente limitado.



Además, el destino identifica mejoras asociadas a la interconexión geográfica de los recursos, posibilitando la generación de experiencias turísticas globales y no centradas en el disfrute de un único recurso turístico, facilitando de este modo la desconcentración de la demanda a través de la redistribución de flujos en el conjunto del territorio.

Atendiendo a la situación presentada, resulta necesario definir la cultura del destino con el fin de avanzar en la presentación de un marco estratégico que responda eficazmente a la realidad del destino. En este sentido, Ribarroja expone su identidad y motivación como destino turístico en base a dos elementos básicos para el aterrizaje de una estrategia turística coherente: su misión, visión y valores turísticos.

En primer lugar, la **misión de Ribarroja en términos turísticos** se focaliza en la razón de ser o el propósito del destino, apuntando a su vez la finalidad de la cadena de valor turística de este territorio. De este modo, la misión turística de Ribarroja se posiciona como un elemento de referencia que debe ser conocido por todos los agentes implicados en el turismo, lo que requiere de una formulación que dé como resultado una definición capaz de ser comprendida por el conjunto de actores.

Para la correcta descripción de la misión se han tenido en cuenta la definición de destino aportada en el marco del proceso de participación por parte de los diferentes agentes sociales y los resultados derivados del diagnóstico elaborado.

De este modo, los elementos ligados al patrimonio cultural y al medio ambiente del destino predominan entre los términos presentados por los actores participantes, lo que refleja la notable asociación de Ribarroja con la cultura y la naturaleza.

Además, teniendo en cuenta la situación diagnosticada y la transversalidad del turismo, el destino cuenta con la necesidad de poner en marcha acciones alineadas con funciones de las diferentes áreas de la administración pública local, en aras de ejercer un desarrollo turístico amplio que atienda el conjunto de realidades presentadas. Por ello, resulta fundamental basar el proceso de materialización de la estrategia turística en el concepto de buen gobierno o gobernanza, apoyándose el mismo en una gestión interdepartamental y en la colaboración de todos los niveles y agentes intervinientes en la actividad turística.

Recogiendo lo apuntado:



La misión de Ribarroja como destino turístico se focaliza en la prestación de servicios de calidad orientados a satisfacer las necesidades del conjunto de visitantes recibidos, teniendo como base el turismo cultural y de naturaleza en beneficio del desarrollo económico y social del territorio, sin olvidar la preservación del medio ambiente.

Definida la misión del destino, cabe la necesidad de continuar avanzando hacia la identificación de la **visión turística**. El segundo de los elementos que conforman la cultura turística del destino permite describir cómo se visualiza Ribarroja en los próximos años, una vez la estrategia turística aterrizada en el presente documento se haya materializado. La visión turística comprende el ideal de destino que Ribarroja desea ser.

De este modo, a través del trabajo en red se pretende conseguir un escenario en el que Ribarroja sea:



Un destino más adaptado al turismo, con un amplio abanico de servicios y actividades y con recursos interconectados que permitan atraer turismo al núcleo urbano, posibilitando una desconcentración del turismo y una mayor relación visitante-residente. En definitiva, un destino referente en la provincia de Valencia, con capacidad de atracción de perfiles de demanda que ejerzan un mayor impacto económico en el destino y en el que se persiga el desarrollo sostenible y la percepción de calidad de vida sin perder la esencia de cercanía que caracteriza a la población

La cultura turística de Ribarroja concluye con los **valores del destino**, los cuales permanecen vinculados a las necesidades detectadas durante el proceso participativo de construir una actividad turística responsable, hospitalaria y sostenible encargada de ensalzar el valor de los recursos culturales y urbanos a la vez que se atiende al bienestar y los intereses de los propios habitantes. Estos aspectos se encuentran a su vez promovidos desde la política turística valenciana, concretamente, a través del Código Ético del Turismo Valenciano:

CORDIALIDAD



Promoción de la atención afectuosa de todas las personas, respondiendo a los intereses y necesidades del turista a la vez que se comparte el estilo de vida mediterráneo y, concretamente, las costumbres de Ribarroja. Todo ello, vinculado al conocimiento y respeto de las tradiciones y prácticas sociales de los visitantes recibidos, favoreciendo el diálogo intercultural y el entendimiento mutuo con el fin de satisfacer las expectativas tanto de la sociedad receptora, como de los visitantes y turistas recibidos.

RESPECTO



El fundamento de la hospitalidad turística valenciana se focaliza en el reconocimiento recíproco y cordial de la dignidad de todas las personas, fomentando la adopción y cumplimiento de los derechos humanos y de las libertades fundamentales. En este sentido, desde Ribarroja se apoya la igualdad de hombres y mujeres y se combate la explotación humana en cualquiera de sus formas. A su vez, desde la administración pública local se incentiva la protección de la identidad social, lingüística y cultural de nuestro territorio.

INCLUSIÓN



Un destino podrá ser considerado accesible cuando ofrezca la máxima accesibilidad en los recursos e infraestructuras que conforman su oferta turística para así, poder ser disfrutados por toda la sociedad. Ribarroja, como destino hospitalario, se encuentra comprometido con la tolerancia y el respeto de la diversidad, incluyendo estos aspectos en sus políticas públicas. Además, el destino promueve el desarrollo equilibrado del turismo, aportando valor a todas las personas y al territorio en su conjunto.

SOSTENIBILIDAD



El desarrollo turístico de Ribarroja se concibe desde la perspectiva de la sostenibilidad, favoreciendo la protección, el cuidado y la mejora del entorno y los recursos que se integran en él. Un desarrollo que permita la progresión territorio, dando respuesta a las necesidades de las generaciones presentes, y asegurando el futuro de las próximas generaciones

PROFESIONALIDAD



Las buenas prácticas de los profesionales del sector turístico inciden directamente sobre la reputación y confianza de la demanda, así como sobre la implantación del concepto de hospitalidad en el territorio. Por ello, Riba-roja está comprometida con la excelencia, innovación y mejora continua del sector y sus agentes, motivando la integración de las competencias técnicas y humanas, y ejerciendo un compromiso público por un comportamiento justo, honesto y veraz.

7.1. Modelo de desarrollo turístico

Presentada la cultura del destino, el Plan Estratégico de Turismo se adentra en la definición del modelo de desarrollo turístico, el cual se encuentra influenciado por la misión y visión del destino, así como por la realidad turística identificada gracias al diagnóstico efectuado.

De este modo, el modelo turístico de Riba-roja promueve el desarrollo de un destino de calidad, ético y basado en la materialización del concepto de sostenibilidad desde su prisma económico, social y ambiental. Con ello, se persigue que el turismo genere un mayor beneficio sobre el territorio y los diferentes agentes sociales, haciendo de Riba-roja un destino vertebrado y para todos en atención a los recursos endógenos y exógenos. En este sentido, el modelo de desarrollo turístico de Riba-roja se organiza en torno a dos bloques vertebradores:

- **Destino diversificado, vertebrado e inteligente:** Riba-roja centra su potencialidad turística sobre la cultura y los elementos aportados por su entorno medioambiental. El modelo de desarrollo turístico potenciará los recursos disponibles en estas tipologías turísticas, apoyándose en la complementación con otros tipos de turismo como el gastronómico o el activo en aras de propiciar la atracción de un mayor número de visitantes durante todo el año. Además, el modelo turístico velará por ejercer un desarrollo turístico global en el conjunto del territorio, potenciando la vertebración del destino y la unión de los diferentes recursos e infraestructuras clave con el objetivo de acercar a la demanda al núcleo urbano y distribuirla para que ejerza un mayor impacto positivo sobre la economía, reduciendo a su vez la presión derivada de la concentración de visitantes en ciertos espacios sensibles del término municipal, como es el Parque Natural del Túria. Todo ello unido al modelo de gestión turística implantado en el destino bajo la metodología DTI-CV. Por lo que el modelo de desarrollo turístico contempla una planificación del turismo basada en la inteligencia, promoviéndose la misma a través del presente Plan Estratégico, así como se forma específica con el Plan Director de DTI de Riba-roja de Túria, disponiéndose de una

interconexión de ambos documentos en aras de ejercer un desarrollo cohesionado en términos de política turística municipal.

- **Destino sostenible, ético y para todos:** el ayuntamiento de Ribarroja ha potenciado en los últimos años un desarrollo sostenible del municipio a través de diferentes instrumentos como el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), y la participación en redes de actores nacionales que tienen por objeto propiciar el desarrollo sostenible de los territorios. En este sentido, el modelo de desarrollo turístico se alinea con la política municipal, así como con la visión del área de turismo en aras de ejercer un turismo sostenible con el que se garantice el futuro de las siguientes generaciones, radicando los impactos negativos de la actividad turística sobre el medioambiente y la sociedad. Un desarrollo basado en la ética y la hospitalidad turística, promoviendo así la materialización de la cultura del destino. Relacionado con ello, el modelo turístico de Ribarroja de Túria concibe la definición del destino como un territorio adaptado a las necesidades de cualquier visitante, en alineación con la estrategia de accesibilidad impulsada por la administración municipal.

Atendiendo a los pilares del modelo de desarrollo turístico, presentados anteriormente, el modelo de desarrollo turístico avanza en la identificación de los elementos que permitirán a Ribarroja dirigir su estrategia turística en base a los aspectos diferenciales del destino y al público objetivo identificado.

7.1.1. Productos turísticos

Los productos turísticos del destino son el resultado de la conjugación de los elementos diferenciales del territorio objeto de estudio con los servicios ofrecidos en el mismo, a fin de poder ser comercializados en los mercados potenciales. En el caso de Ribarroja, los productos turísticos sobre los que el destino deberá trabajar centran su atención en las tipologías turísticas identificadas en el territorio. Atendiendo a ello, el destino ha ejercido en los últimos años el desarrollo de diferentes acciones vinculadas al turismo cultural y al turismo de naturaleza, complementando a su vez estas tipologías con el turismo gastronómico y el turismo activo.

Por ello, el modelo de desarrollo turístico de Ribarroja propone la creación de productos turísticos alineados con las citadas tipologías, teniendo en cuenta lo siguiente:

- **Turismo cultural:** Ribarroja, sin duda, se relaciona con su pasado visigodo, debido a los importantes exponentes disponibles en este territorio, los cuales reflejan la forma de vida del pueblo visigodo y su herencia sobre la cultura valenciana. De este modo, resulta de gran relevancia incluir un producto turístico que trabaje el posicionamiento de Ribarroja como referente cultural del periodo visigodo valenciano, apoyándose en los yacimientos y museos que ayudan a la interpretación del patrimonio.

Además, resulta necesario continuar desarrollando el binomio cultura-gastronomía mediante la creación de productos que incluyan experiencias ya trabajadas en este ámbito, así como otras nuevas en las que se potencien las tradiciones culinarias de Ribarroja, asociadas a su pasado visigodo y a su localización geográfica como municipio ribereño del Túria.

Asociado también a la cultura de Ribarroja, los resultados derivados del diagnóstico realizado determinan el interés por ejercer una asociación del río Túria con la historia del lugar, siendo un recurso fundamental en el afincamiento de las diversas civilizaciones que habitaron el territorio de Ribarroja a lo largo de la historia y en el desarrollo de la propia población tal y como se conoce hoy en día. En este sentido, la creación de producto cultural también deberá trabajar en la elaboración de experiencias que adentren al visitante en un recorrido histórico con el que se aúnen recursos culturales y naturales radicados en el Parque Natural y en sus inmediaciones, siendo ejemplo de ello el propio casco antiguo del destino. Con este producto se continuará potenciando el posicionamiento de Ribarroja como referente cultural tanto en el ámbito del Parque Natural como a escala provincial y autonómica.

Con el objeto de materializar lo anteriormente presentado, se citan a continuación una serie de productos recomendados y alineados con los aspectos identificados:

- Ribarroja, la joya visigoda valenciana.
- Gastrocultura, Ribarroja a través de sus raíces culinarias.
- El Parque Natural del Túria, un río de historia.
- **Turismo de naturaleza:** el Parque Natural del Túria discurre a lo largo del territorio de Ribarroja, estableciéndose como un elemento determinante en la ordenación del territorio. Además, se posiciona como un lugar de referencia no sólo para los habitantes de Ribarroja, sino también para un notable volumen de visitantes recibidos e interesados por hacer uso de esta infraestructura verde. Por ello, se considera fundamental continuar desarrollando este recurso turístico mediante la aplicación de fórmulas que permitan un aprovechamiento limitado y equilibrado, el cual no ejerza un impacto negativo sobre el medio en el que se efectúan las actividades de ocio. De este modo, la estrategia centra su atención en este punto en la definición de productos turísticos mediante los que se potencien los valores del Parque Natural, y los elementos que conforman este espacio (fauna y flora). En este sentido, la presencia de agua de forma continua en el tiempo en este espacio natural deriva en la riqueza faunística del lugar, siendo de gran relevancia la presencia de aves de paso o afincadas en el entorno del río Túria. Asociado a

ello, el tejido empresarial del destino ofrece servicios orientados a la observación de aves, aspecto que refleja la potencialidad observada por parte del sector privado en el ámbito del birdwatching. Por ello, resulta interesante el desarrollo de producto asociado a este ámbito, siendo recomendable su alineación con las necesidades del turismo familiar como público objetivo. En este sentido, se propone la puesta en valor del conocimiento acerca de la fauna del lugar mediante la definición del Parque Natural del Túria como un observatorio de aves para toda la familia.

Asimismo, el Parque Natural del Túria, y el conjunto del territorio de Riba-roja dispone de recorridos e infraestructuras ligadas al desarrollo de turismo activo (senderismo, marcha nórdica, ciclismo, kayak...). De este modo, la estrategia contempla continuar potenciando esta tipología turística mediante la creación de producto específico, tomando como base la denominación “Actívate en Riba-roja” o similares.

Cabe mencionar que los productos establecidos se estipulan como elementos fundamentales en el desarrollo y posicionamiento turístico de Riba-roja. Por ello, para su correcto despliegue es clave la potenciación de la colaboración público-privada y la alineación con una estrategia de marketing de destino.

7.1.2. Mercados y segmentos

Presentados los productos turísticos mediante los cuales el destino potenciará su desarrollo, es necesario identificar los mercados y segmentos de demanda a los cuales se dirigirán, dando como resultados un posicionamiento del destino entre su público objetivo.

- Mercados:

La identificación de los mercados potenciales del destino se ha realizado en atención a los resultados derivados del estudio de demanda del destino. Además, se encuentran condicionados en base a la situación geográfica de Riba-roja, focalizando la estrategia en dos tipos de mercados: interno y externo.

En el primer caso, el **mercado interno** se encuentra conformado por el público objetivo afinado en la propia Comunitat Valenciana. De este modo, se identifican dos subcategorías de mercado interno:

- **Entorno inmediato:** siendo un público con un perfil principalmente asociado al excursionismo debido a la cercanía del destino con el lugar de residencia de los visitantes. Este mercado se sitúa en el área metropolitana de Valencia y en la propia capital autonómica, llegando así al 61% de la población residente en la provincia de Valencia.
- **Entorno periférico:** comprende tanto público excursionista, sobre todo en los casos asociados a poblaciones con óptimas comunicaciones con el destino y

situadas a distancias manejables para realizar un viaje de ida y vuelta en el día. Por lo tanto, el público excursionista en el entorno periférico se encontrará principalmente en las zonas norte y centro de la provincia de Alicante y en la provincia de Castellón. En cambio, la zona sur de la provincia de Alicante, dada la distancia geográfica, se situará como un mercado proclive a la emisión de potenciales turistas hacia Riba-roja.

Asimismo, cabe destacar la dirección de la estrategia hacia núcleos de población medios y grandes radicados en las provincias de Alicante y Castellón, debido a la concentración en estos lugares de urbanitas con intereses culturales y ávidos por visitar espacios naturales, todo ello sin perder las prestaciones que ofrece la gran ciudad y su núcleo cercano.

En el segundo caso, el **mercado externo** centra su atención en la captación de turistas nacionales procedentes de otras comunidades autónomas. Cabe mencionar la categorización del tipo de mercado externo en atención a la distancia, disponiendo así de:

- **Localidades nacionales situadas a media distancia del destino** (provincias con capitales a menos de 200 km de Riba-roja), los cuales se posicionan como público objetivo para escapadas de fin de semana con pernoctación en el destino. En este sentido, se identifican tres provincias de interés: Albacete, Cuenca y Teruel.
- **Municipios nacionales radicados a una larga distancia de Riba-roja** (provincias con capitales a más de 200 km). Este tipo de mercado ofrece la emisión de turistas que en su mayoría realizarán estancias más extensas en el tiempo, abarcando así periodos vacacionales o puentes. Además, los turistas incluidos en esta categoría contarán con interés en establecer un centro base de pernoctación que ofrezca atractivos turísticos y todos los servicios necesarios, y que a su vez disponga en su entorno de lugares a visitar que complementen el viaje. Entre ellos, la estrategia focaliza su atención en las provincias de Madrid, Barcelona, Tarragona, Granada, Jaén, Murcia y Zaragoza.
- **Segmentos de demanda:**

Para finalizar con la definición del modelo turístico de Riba-roja, cabe mencionar los segmentos de demanda a los que el destino se dirigirá en atención a los productos y mercados seleccionados y con el objeto de trabajar la resolución de necesidades detectadas, vinculadas a la disposición de visitantes potenciales que ejerzan un mayor impacto económico sobre el destino.

En este sentido, a continuación, se presentan los diversos segmentos de demanda:

- Visitantes interesados por la cultura y la arqueología, siendo estas actividades complementarias al disfrute de la naturaleza.

- Familias con interés en el aprendizaje a través del ocio y en el contacto con la naturaleza.
- Personas con discapacidad, al plantear para el destino una estrategia basada en la dotación de la máxima accesibilidad de los recursos turísticos disponibles.
- Turistas nacionales e internacionales radicados en Valencia ciudad y polos turísticos de la provincia de Valencia en un radio de 70 km.
- Parejas y grupos de amigos con interés en disfrutar de la naturaleza y el turismo activo.



7.2. Retos

La cultura del destino y el modelo turístico definido se estipulan como aspectos de notable influencia en la identificación de los retos del presente Plan Estratégico de Turismo. Estos retos se establecen atendiendo a las siguientes características asociadas a la metodología SMART:

- **Específicos:** claridad y síntesis en la especificación de la meta a conseguir.
- **Medibles:** ofrecen la posibilidad de realizar un seguimiento de su cumplimiento a través de indicadores asociados, los cuales se identifican en el procedimiento de seguimiento y control asociado a esta estrategia turística.
- **Alcanzables:** posibles de cumplir teniendo en cuenta los recursos del destino.
- **Relevantes:** alineados con el objetivo del proyecto.
- **Con límite de tiempo:** desarrollados en atención al periodo temporal de vigencia del plan.

Atendiendo a ello, los retos de Riba-roja como destino turístico se categorizan en torno a dos grandes grupos, según la naturaleza de los mismos:

- **Reto general:** meta amplia del destino con el que se abarca el propósito central a conseguir.
- **Retos específicos:** focalizados en aspectos concretos que permiten cumplir el objetivo general del destino.

En este sentido, el **reto general** sobre el que se sustenta la estrategia turística de Ribarroja se dirige a “efectuar un desarrollo turístico sostenible, inclusivo y vertebrado en aras de generar un destino turístico de calidad, aún más competitivo y diferencial, fortaleciendo su posición de referente en turismo cultural en su ámbito territorial”.

El despliegue del reto macro planteado se efectúa a través de una serie de **retos de carácter específico** con los que el destino avanza en la definición detallada de su estrategia turística, los cuales a su vez se encuentran alineados con la misión y visión identificadas, y con el modelo turístico definido:

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 1	Fomentar la cooperación con los diferentes agentes sociales del destino y de su entorno.	El destino requiere incrementar los mecanismos de colaboración público-privada, así como de cooperación entre el tejido empresarial vinculado con el turismo. En este sentido, Riba-roja dispone de una asociación empresarial ligada al turismo, en cambio no cuenta con convenio de colaboración firmado. En materia de colaboración con otras entidades de su entorno, el destino sí dispone de convenios firmados y en vigencia, observándose la necesidad de seguir apostando por esta vía en beneficio de incrementar la competitividad del destino atendiendo a la convulsa situación económica, política y social.
R.E. 2	Propiciar la mejora continua entre el sector a través de la formación y la implantación de sistemas de calidad turística.	<p>La calidad turística en Riba-roja se ha trabajado mediante la implantación de sistemas de calidad turística en servicios públicos como la Oficina de Información Turística y el Museo de Pla de Nadal (MUPLA). No obstante, los agentes sociales consultados consideran preciso continuar apostando por el aumento de la calidad del conjunto de servicios ofrecidos, incluyéndose entre ellos la oferta pública y la privada.</p> <p>En materia de formación, el destino desarrolla formaciones turísticas, apostando por la especialización (Aula Satélite del CdT de Cocina). Asimismo, efectúa colaboraciones con centros de formación externos. Sin embargo, en términos de oportunidades laborales, el sector servicios cuenta con una baja tasa de afiliación a la SSGG. Alineado con ello, las mayores tasas de desempleo se encuentran, entre otros, en el colectivo de personas con baja cualificación. Todo ello, unido a la compleja situación político-económica, determina la necesidad de apoyar la calidad turística y la formación de los trabajadores del sector con el fin de resultar lo más competitivos posibles.</p>

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 3	<p>Redistribuir flujos turísticos en el destino y potenciar la unión de los recursos turísticos entre sí y con el núcleo urbano.</p>	<p>Los resultados del diagnóstico reflejan carencias de movilidad urbana enfocadas en la conexión núcleo urbano – Parque Natural a través de la adecuación de los barrancos. En este sentido, estos espacios se estipulan como barreras que fragmentan el territorio, dificultando las conexiones internas debido a su falta de adecuación como infraestructuras de movilidad sostenibles. Asimismo, el destino no cuenta con un itinerario cicloturista que conecte el Parque Natural con el carril bici que dirige hacia Vilamaxant, transitando los ciclistas por las estrechas calles del casco antiguo, lo que deriva en situaciones de peligrosidad para viandantes y ciclistas.</p> <p>Al respecto, los agentes sociales han mostrado un notable interés por desarrollar un itinerario turístico ciclopeatonal que conecte el Parque Natural con el núcleo urbano (futura estación de metro) y el carril bici en dirección a Vilamarxant a través del Camí de les Ànimes y del Barranc dels Moros. Alineado con ello, es importante mencionar que el PMUS de Riba-roja promueve la creación de itinerarios ciclopeatonales. Además, parte del recorrido de la Vía Verde que conecta la comarca con Valencia ciudad discurre por el término municipal de Riba-roja, hecho que deriva en el elevado número de ciclistas que se dan en el destino, y por ende, en la necesidad de mejora de las conexiones.</p> <p>Unido a los aspectos mencionados, el diagnóstico identifica la necesidad de redirigir flujos turísticos en el territorio, con el fin de no motivar la concentración de demanda en el Parque Natural, al ser este uno de los recursos con mayor capacidad de atracción de público.</p>

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 4	Desarrollar una toma de decisiones basada en el dato y la medición.	<p>Riba-roja realiza informes estadísticos basados en la búsqueda de información turística que realiza el usuario en medios on-line. Sin embargo, la información recogida no es interpretada (identificación de tendencias, patrones de conducta, alineación con situaciones del entorno o con aspectos cualitativos), reduciendo así la efectividad de la toma de decisiones. Además, el equipo técnico del destino explora la potencialidad de Riba-roja como destino MICE, pero no se dispone de datos objetivos que así lo acrediten, por lo que se precisa de un informe que evidencie la viabilidad de trabajar esta tipología turística.</p> <p>Tampoco se realiza algún tipo de medición del retorno de las inversiones realizadas en el marco de las actuaciones ejecutadas por el área de turismo ni se comparte con los profesionales del sector información de interés reflejada en informes internos o elaborados por terceras identidades.</p>
R.E. 5	Incorporar al destino en programas nacionales asociados al modelo de gestión DTI.	<p>El destino forma parte de la red DTI-CV, disponiendo a su vez de un Plan Director de Destino Turístico Inteligente (PDTI). Este hecho permite al destino encontrarse a la vanguardia en materia de implantación del citado modelo de gestión. En este sentido, el destino se sitúa en una posición privilegiada por avanzar hacia su incorporación en la red DTI nacional.</p>



Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 6	Trabajar la promoción turística del destino en base a una estrategia definida.	<p>En Ribera-roja se detecta una notable cantidad de acciones de promoción y marketing ejecutadas por el área de turismo, pero no enmarcadas en una estrategia planteada. En este sentido, el sector confirma la falta de un relato común definido conjuntamente.</p> <p>Esta situación afecta a los resultados obtenidos, al no encontrarse las acciones vinculadas a un diagnóstico previo de situación del destino en esta materia. Fruto de esta situación, el sector identifica una falta de promoción del destino a escala nacional, aspecto reflejado en las estadísticas de demanda, las cuales indican un escaso número de turistas procedentes de otras Comunidades Autónomas, por lo que existe una dependencia hacia el turismo de proximidad (excursionismo), el cual ejerce un menor impacto económico.</p> <p>La necesidad de efectuar una promoción basada en el concepto de estrategia pivota sobre la creciente competitividad del entorno turístico del destino, afectando este aspecto a la imagen y visibilidad de Ribera-roja frente a su competencia. Además, las herramientas de promoción varían constantemente en el tiempo, resultado de la cambiante situación del entorno y de la rápida evolución de las tecnologías, situación que afecta a los destinos, los cuales deben trabajar su capacidad de resiliencia a través de su estrategia. Vinculado con la promoción, Ribera-roja también cuenta con elementos que debe potenciar, como es su aparición en páginas web de promoción gestionadas por organismos oficiales.</p>

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 7	Apoyar al sector en materia de creación y comercialización de experiencias turísticas.	El destino cuenta con un escaso número de experiencias ofertadas en el portal de Experiencias turísticas de la Comunitat Valenciana, lo que refleja una falta de producto turístico creado y disponible para comercializarse.
R.E. 8	Apostar por la cultura, y concretamente por el legado visigodo, como elemento de distinción turística del destino.	<p>Riba-roja dispone en su territorio de recursos turísticos singulares: dos yacimientos visigodos de gran relevancia en la Península Ibérica y varios museos destinados a la interpretación de esta cultura.</p> <p>Por este motivo, el destino es considerado el referente cultural del Parque Natural del Túria, tal y como aparece reflejado en el Plan Director Turístico de este espacio.</p> <p>Las características presentadas, unidas al elevado interés de la demanda recibido por actividades relacionadas con el turismo cultural reflejan la necesidad del destino de continuar potenciando turísticamente los elementos patrimoniales y culturales como atractivos. Además, cabe mencionar que, a escala provincial, la demanda recibida se encuentra altamente interesada por la cultura, situándose la misma entre los principales motivos de viaje del turista recibido. Aspecto alineado con la situación a escala nacional, en la que se identifica una población cada vez más interesada por la cultura (en 2019, el 50,8% de la población visitó monumentos y yacimientos arqueológicos en su gran mayoría por motivos de ocio, y el 47% visitó museos, exposiciones o galerías de arte).</p>

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 9	Ejercer un desarrollo equilibrado y sostenido de los recursos naturales como elementos de atracción turística de Riba-roja.	<p>El destino cuenta con el Parque Natural del Túria como recurso turístico de primer orden (13% de la superficie del Parque Natural en el término municipal de Riba-roja), el cual atrae a un importante volumen de visitantes debido a su ubicación estratégica. Concretamente, el área de influencia directa del parque abarca a más de un millón de visitantes.</p> <p>En términos de demanda, cabe mencionar que los visitantes recibidos en el destino disponen de un elevado interés por el desarrollo de actividades enmarcadas en la naturaleza y dirigidas al turismo activo. Este aspecto se encuentra influenciado a su vez por el mercado interés de la población por la implantación de hábitos de vida saludables en los que el deporte y el contacto con la naturaleza están notablemente presentes.</p> <p>Además, la demanda potencial se encuentra altamente interesada por reducir las situaciones de masificación de los espacios naturales, así como las situaciones de incivismo en los mismos, siendo necesario trabajar estos aspectos en el Parque Natural del Túria a fin de ejercer un desarrollo sostenible de este espacio.</p>
R.E. 10	Aumentar los servicios turísticos ofrecidos.	<p>Riba-roja dispone de una amplia red de servicios destinados a la recepción de visitantes, así como al desarrollo de actividades de ocio. Sin embargo, el complejo entorno ante el que se encuentra determina la necesidad de avanzar constantemente en la adaptación del destino a las necesidades de sus visitantes, otorgándole así una ventaja competitiva. Por ello, resulta fundamental que el destino incorpore nuevos servicios turísticos, principalmente asociados a las tipologías turísticas trabajadas.</p>

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 11	Fomentar la creación de empleo a través del emprendimiento turístico.	<p>El sector servicios de Riba-roja cuenta con una tasa de afiliación a la Seguridad Social por debajo de la provincia y la Comunidad Autónoma, siendo el sector con mayor número de parados en el municipio. Además, las mayores tasas de desempleo se encuentran entre mujeres, colectivos mayores de 50 años, personas con baja cualificación y personas con diversidad funcional.</p> <p>Riba-roja cuenta con potencialidades para crear oportunidades de empleo entre su sociedad a través del turismo, debido a que dispone de un notable número de población activa, encontrándose el 38% en la franja situada entre los 40 y 59 años. Además, cuenta con un punto PAE para asesoramiento a emprendedores, mediante el cual se pueden trabajar los problemas de desempleo orientando a los emprendedores en las necesidades del sector turístico de Riba-roja, las cuales se focalizan en la necesidad de aumentar la oferta de plazas de alojamiento reglado y de restauración.</p>
R.E. 12	Adaptar las infraestructuras turísticas del destino al cambio climático.	<p>Los datos disponibles reflejan que la zona mediterránea, en la que se encuentra Riba-roja, será uno de los puntos del planeta más afectados por el cambio climático, lo que repercute en la necesidad del destino de adaptar sus infraestructuras a los efectos de fenómenos extremos derivados por el calentamiento global. Este aspecto se alinea con la alta preocupación de la población por el cambio climático (24% población española está ejerciendo cambios radicales para reducir su impacto) y 91% viajeros piensa que viajar sosteniblemente es fundamental.</p>

Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 13	Potenciar la sensibilidad del empresariado y sociedad con el turismo y la ética turística.	<p>Riba-roja se encuentra adherido al Código Ético de Turismo Valenciano, siendo necesario promover los valores presentados en este documento y apoyados por el destino entre el sector, con el fin de motivar su correcta implantación en el territorio.</p> <p>Además, existe una falta de sensibilización turística de la sociedad y del empresariado, detectándose a su vez necesidades vinculadas al conocimiento de la cultura e historia de Riba-roja por parte de la población local. Los aspectos presentados se estipulan como determinantes en el correcto desarrollo turístico del destino.</p>
R.E. 14	Concienciar a los visitantes en materia de educación ambiental y ética turística.	<p>En el Parque Natural del Túria se detectan situaciones de incivismo (generación de residuos, adentramiento de usuarios con coche hasta la orilla del río, etc.). A su vez, se observan áreas de mejora asociadas a la convivencia en este espacio natural de los diferentes tipos de visitantes (senderistas, ciclistas), dando lugar a percepción de inseguridad por parte de los usuarios. Estas situaciones deben ser trabajadas con el objeto de reducirse y mitigar los efectos que la actividad social ejerce sobre el medio, aprovechando a su vez el interés de la sociedad por reducir este tipo de situaciones en los espacios naturales.</p>



Código	Reto específico	Descripción de la necesidad detectada
R.E. 15	Incrementar la accesibilidad de los recursos turísticos del destino.	<p>El 15% de la población mundial, el 9.26% de la población española y el 6.26% de la población valenciana tiene algún tipo de discapacidad, hecho que intensifica la necesidad del destino de ofrecer servicios e infraestructuras para todos.</p> <p>Al respecto, el destino cuenta con un Plan de Accesibilidad de Ciudad con escasa relación turística (no disposición de diagnóstico e inventario de recursos turísticos accesibles). Además, dispone de un Plan de Adecuación de los Viales complementario al Plan de Accesibilidad con el objetivo de mejorar la accesibilidad urbana. Estos instrumentos denotan el interés del Ayuntamiento por ofrecer servicios adaptados a las necesidades del conjunto de usuarios. Todo ello se alinea con los instrumentos de política turística nacional y autonómica, los cuales trabajan la materialización del concepto de accesibilidad. Además, en la Comunitat Valenciana existe una asociación representativa de personas con discapacidad que trabaja el turismo accesible y colabora con Turisme Comunitat Valenciana en esta materia, aspecto que interesa al destino en el camino emprendido hacia la accesibilidad turística.</p>



7.3. Líneas estratégicas

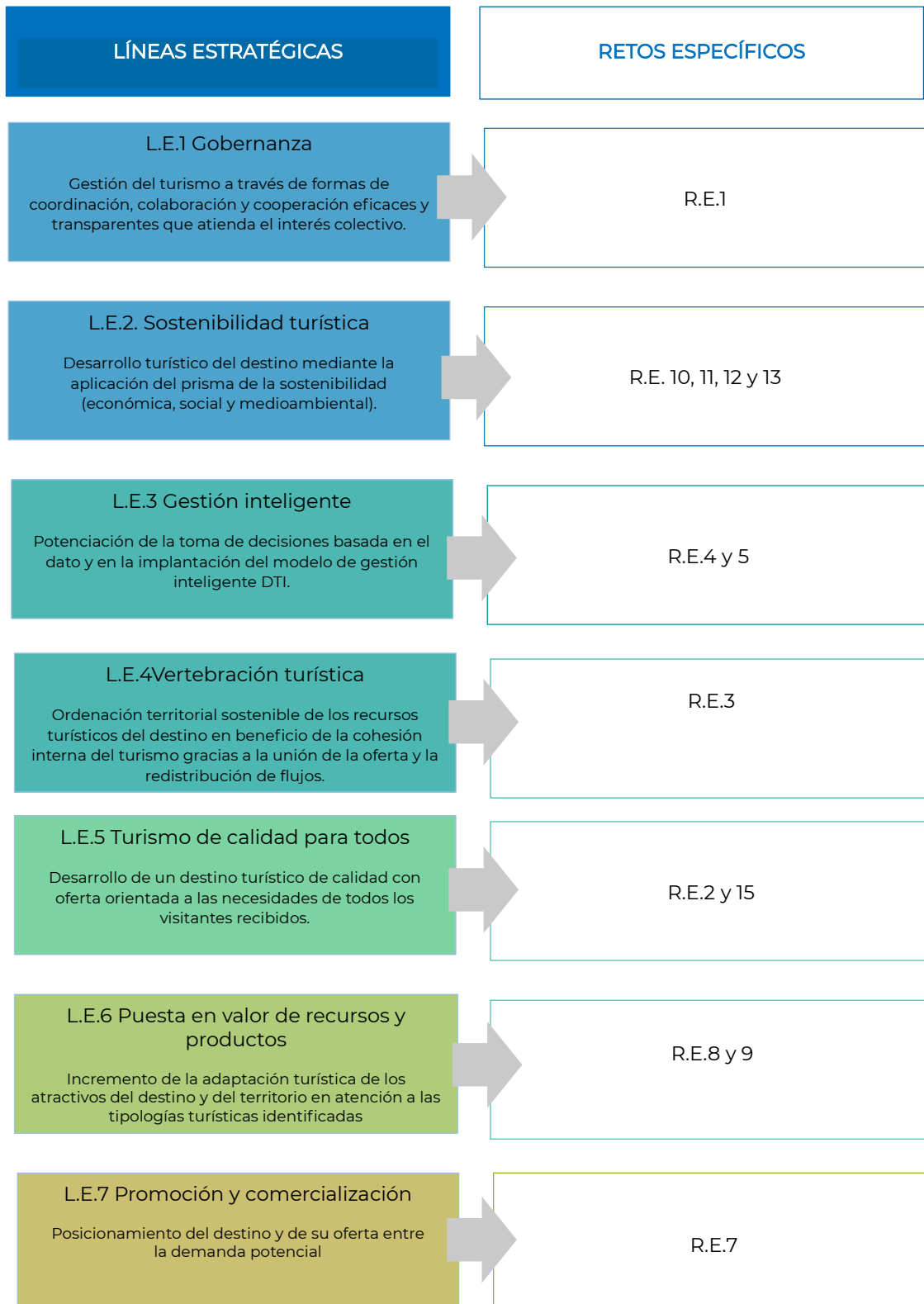
La hoja de ruta de Ribarroja ya dispone de la definición de uno de los principales elementos que el destino requiere para avanzar en su desarrollo turístico: los retos que marcan el camino a seguir.

De este modo, a continuación, el Plan Estratégico de Turismo avanza hacia la definición de las líneas estratégicas, las cuales se establecen como los ejes que dotarán de dirección al destino, agrupando los diferentes retos en grandes bloques de conceptos estratégicos sobre los cuales organizar el plan de acción. En este sentido, las líneas estratégicas se plantean como ejes sobre los cuales se articula la estrategia del destino y las acciones encaminadas a su consecución.

Prosiguiendo con este aspecto, la estrategia turística de Ribarroja contempla un total de siete líneas con las cuales se pretende dar respuesta a la misión, visión y retos identificados, produciéndose así un alineamiento de los diferentes elementos que contemplan la estrategia (véase figura 2). Estas líneas se establecen atendiendo al horizonte temporal de vigencia del Plan Estratégico de Turismo, correspondiéndose este con un periodo de cinco años, dando comienzo su implantación en el año 2023.



Figura 2. Alineación de las líneas estratégicas con los retos específicos



Fuente: elaboración propia

8. Plan de acción

Con el objetivo de maximizar el éxito de la estrategia turística y optimizar su despliegue, se ha establecido una batería de actuaciones destinadas al cumplimiento de los retos y líneas estratégicas definidas. A través de ellas, el destino trabajará su misión, efectuando un proceso de transformación hacia su visión.

En cómputo total, la estrategia turística de Ribarroja contempla 27 actuaciones que atienden tanto a los atributos y recursos endógenos como exógenos del destino, así como a la situación interna y externa identificada a través del análisis y el posterior diagnóstico. En este sentido, el mayor número de actuaciones se destina a avanzar en materia de buen gobierno, potenciando los vínculos y las sinergias con los agentes sociales del destino y de su entorno (véase figura 3). Además, cabe destacar el equilibrio mantenido en la distribución de las actuaciones según línea estratégica, desarrollando de este modo un plan de actuaciones que permita dar respuesta a las diferentes realidades y necesidades del territorio en su conjunto.

Figura 3. Alineación de las líneas estratégicas con el plan de acción turístico de Ribarroja



Fuente: elaboración propia

*Porcentajes redondeados

Con todo ello, a continuación, se presenta un listado de actuaciones detallado y estructurado en base a las líneas estratégicas definidas:



L.E.1
Gobernanza

1. Firma de convenios para impulsar la colaboración público - privada
2. Liderar el diálogo entre la Asociación de Municipios del P.N., la Conselleria de Medio Ambiente y el órgano gestor del P.N. para mejorar la seguridad de los usuarios de este espacio
3. Creación del grupo de trabajo de turismo cultural
4. Creación del grupo de trabajo de turismo de naturaleza / turismo activo
5. Efectuar campañas de sensibilización turística de la población local y del empresariado



L.E.2
Sostenibilidad
turística

6. Promover el conocimiento de los valores presentados en el Código Ético del Turismo Valenciano entre el empresariado y los visitantes
7. Poner en conocimiento del Punto PAE los informes estadísticos elaborados por el área de Turismo y Patrimonio
8. Desarrollo de una campaña de sensibilización y concienciación masiva sobre la situación del Túria en materia de limpieza
9. Pérgolas con vegetación autóctona en Barranc dels Moros para el fomento de la resiliencia frente al cambio climático



L.E.3
Gestión
inteligente

10. Incorporar al destino a la red DTI nacional
11. Estudio de viabilidad de desarrollo del turismo MICE en el destino
12. Realización de informes cuatrimestrales interpretativos de las estadísticas del destino (OIT, RRSS, web, escaparate) y publicar en apartado profesional de la web



L.E.4
Vertebración
turística

13. Creación de un itinerario ciclopeatonal en Camí de les Ànimes
14. Adecuación del Barranc dels Moros como itinerario turístico peatonal y de conexión del río Túria y el casco urbano
15. Mejora de la señalética turística



L.E.5
Turismo de
calidad para
todos

16. Diagnóstico de accesibilidad de los recursos turísticos del destino.
17. Musealización de la Casa del Abogado como espacio de interpretación del mundo visigodo accesible para todos
18. Participación en el programa Anfitriones
19. Desarrollar, en colaboración con las asociaciones empresariales, planes de formación turística anuales adaptados a las necesidades del empresariado
20. Participación del destino en el SICTED



L.E.6

Puesta en valor de los recursos y productos turísticos

21. Elaboración del Plan Especial de Valencia la Vella
22. Desarrollo del Plan Director de Pla de Nadal
23. Incorporación de infraestructura ciclista en puntos estratégicos del destino
24. Instalación de paneles de información ligados al birdwatching



L.E.7

Promoción y comercialización

25. Fomento de la inclusión de experiencias turísticas en el destino en la página web Experiencias CV
26. Plan de Marketing Turístico
27. Comercialización de experiencias vía web



8.1. Fichas de actuaciones



L.E1 Gobernanza

1. Firma de convenios para impulsar la colaboración público – privada
2. Liderar el diálogo entre la Asociación de Municipios del P.N., la Conselleria de Medio Ambiente y el órgano gestor del P.N. para mejorar la seguridad de los usuarios de este espacio
3. Creación del grupo de trabajo de turismo cultural
4. Creación del grupo de trabajo de turismo de naturaleza / turismo activo
5. Efectuar campañas de sensibilización turística de la población local y del empresariado

ACTUACIÓN 01	Firma de convenios para impulsar la colaboración público - privada	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN	Contribuir en la consolidación y prosperidad del sector turístico local	
RETO ESPECÍFICO	ODS	
Reto 1 Reto 7 Reto 11	8 11 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN		
<p>El Ayuntamiento de Riba-roja de Túria ha fomentado en los últimos años diversas prácticas en materia de colaboración público-privada. Sin embargo, diversos colectivos consultados han evidenciado la necesidad de fortalecer el trabajo en red para hacer de Riba-roja un destino más fuerte y unido, promoviendo el bienestar económico y social. Por ello, con esta actuación se propone la firma de acuerdos de colaboración (convenios) con entidades vinculadas con la estrategia turística del destino:</p> <ul style="list-style-type: none"> - AGRUPA: se trata de una asociación conformada por comerciantes y profesionales de servicios de Riba-roja. Por ello, a través del convenio, se fomentará el apoyo al desarrollo del comercio local basado en productos cercanos y de proximidad y la participación del empresariado en acciones de formación, ayudas y subvenciones destinadas a la sostenibilidad económica de los negocios. Como resultado, se fomentará la generación de sinergias entre el empresariado, en aras de potenciar la adaptación turística de Riba-roja y sus servicios. Dentro del convenio también se potenciará la creación de producto turístico entre el empresariado. - Confederación de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunitat Valenciana (COCEMFE CV): se trata de una entidad encargada de trabajar a favor de los derechos de las personas con discapacidad física y orgánica. La firma del convenio contribuirá en el posicionamiento de Riba-roja como destino inclusivo y accesible volcado en la igualdad de oportunidades. Este convenio también contribuirá en la ejecución de otras actuaciones enmarcadas dentro de la estrategia de turismo y en el impulso de acciones de formación en materia de accesibilidad. Asimismo, incluirá acciones de creación de producto turístico y posicionamiento del destino entre el público objetivo a través de iniciativas concretas, como la Guía de Rutas Accesibles de la Comunitat Valenciana elaborada por esta organización. - Turisme Comunitat Valenciana e Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat.tur): los convenios con estas instituciones y entidades permitirán continuar desarrollando una gestión coordinada y colaborativa en términos de promoción, comercialización y profesionalización del sector, haciendo especial hincapié en la especialización gastronómica del destino con la que ensalza el valor del legado culinario visigodo. Además, y aprovechando la disposición del espacio Lab Cuina desarrollado por Invat.tur, en el convenio se la realización de acciones conjuntas con este centro especializado y dependiente de la Agencia Valenciana del Turisme, fomentando la I+D+i en el producto gastrocultural de Riba-roja y promoviendo valores asociados a la vanguardia, la tradición y la sostenibilidad., La colaboración podrá ser materializada a través de programas formativos concretos sobre aplicación de tecnologías de vanguardia a una cocina tradicional como la visigoda, fomentando de este modo la competitividad del sector y la creación de nuevos negocios turísticos en el área de hostelería. 		

ACTUACIÓN 01		Firma de convenios para impulsar la colaboración público - privada			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS			
Turismo y Patrimonio		AGRUPA COCEMFE CV Invat-tur	Turisme Comunitat Valenciana Director Gastronómico de Ribera-roja	-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de convenios firmados (control anual y quinquenal). Número de acciones conjuntas realizadas en el marco de los convenios firmados (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 4 Actuación 5 Actuación 6 Actuación 10 Actuación 16 Actuación 25 Actuación 27			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA			
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
	x				
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
-					

ACTUACIÓN 02		Liderar el diálogo entre la Asociación de Municipios del P.N., la Conselleria de Medio Ambiente y el órgano gestor del P.N. para mejorar la seguridad de los usuarios de este espacio	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Garantizar la seguridad del conjunto de visitantes en el Parque Natural del Túria	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 14		11 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>En el Parque Natural del Túria se identifican situaciones de inseguridad ocasionadas por la convivencia entre senderistas y ciclistas, impactando a su vez en la falta de mantenimiento de los senderos. El elevado público que hace uso del Parque Natural agrava la necesidad de efectuar acciones que garanticen una estancia segura y tranquila de los diferentes perfiles de visitantes. Al respecto, actualmente se dispone de una Asociación de Municipios del Parque Natural del Túria, conformada por 12 municipios y presidida por el alcalde de Ribarroja de Túria. Con esta actuación se pretende dar respuesta a la problemática mediante la cooperación interinstitucional, promoviendo el liderazgo desde Ribarroja debido al cargo que representa en la asociación. En este sentido, se establecen las siguientes acciones:</p> <p>Desarrollo de una memoria de situación en la que se exponga la problemática identificada en cada municipio, aportando evidencias. Para su desarrollo se seguirá una estructura previamente consensuada entre todos los miembros de la asociación. También se efectuarán reuniones iniciales de la Asociación de Municipios del Parque Natural del Túria con Conselleria de Medio Ambiente y representante del Parque Natural del Túria, Policía de la Generalitat y Confederación Hidrográfica del Júcar. En estas reuniones se expondrán los resultados presentados en la memoria realizada a fin de llegar a acuerdos de colaboración que minimicen o eliminen la problemática. En adelante, se recomienda el establecimiento de un convenio de colaboración y la creación de un grupo de trabajo de seguridad del Parque Natural del Túria. Esto último se postula como una herramienta de coordinación y colaboración, con la que se pretende materializar lo expuesto en el convenio a través de un plan operativo interinstitucional en materia de seguridad. El grupo de trabajo tendrá entre sus funciones: definir y hacer seguimiento del plan operativo interinstitucional en materia de seguridad y ejercer un seguimiento de la situación y de las actuaciones implantadas, a fin de comprobar los resultados y efectuando los ajustes necesarios.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Asociación de Municipios del Parque Natural del Túria		<p>Sostenibilidad, Transición Ecológica, Economía Circular y Agricultura</p> <p>Seguridad Pública y Policía Local</p> <p>Turismo y Patrimonio</p>	

ACTUACIÓN 02		Liderar el diálogo entre la Asociación de Municipios del P.N., la Conselleria de Medio Ambiente y el órgano gestor del P.N. para mejorar la seguridad de los usuarios de este espacio			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de reuniones iniciales mantenidas con el objeto de la materia (control anual).					
Número total de acuerdos tras cada reunión inicial (control anual).					
Número de miembros firmantes del convenio de colaboración (control anual).					
Número de reuniones del grupo de trabajo de seguridad (control anual y quinquenal).					
Número de actuaciones conjuntas propuestas e implantadas en cada anualidad (control anual y quinquenal).					
Porcentaje de cumplimiento de los indicadores de cada actuación (control anual y quinquenal).					
Número de reseñas negativas en internet, por municipios, sobre seguridad en el Parque Natural del Túria (término de Ribarroja) (control anual y quinquenal).					
Número de incidentes identificados por los medios de seguridad (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 4 Actuación 6 Actuación 8 Actuación 14 Actuación 24			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
0 €	x				
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando más del 25% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cinco actuaciones incluidas en el ámbito de la gobernanza, se encuentra en la primera posición.					

ACTUACIÓN 03		Creación del grupo de trabajo de turismo cultural	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Potencial la competitividad de Ribarroja como destino cultural a través de mecanismos de colaboración	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 8		11 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>El presente grupo de trabajo se desarrolla con el objetivo de ejercer iniciativas conjuntas que promuevan la competitividad de Ribarroja como destino cultural, adaptando los servicios y experiencias turísticas al público objetivo y trabajando en la resolución de áreas de mejora en base al diálogo y la colaboración. En definitiva, con este grupo de trabajo se fomenta la generación de sinergias entre los actores vinculados con el turismo cultural.</p> <p>Específicamente, se recomiendan las siguientes funciones del grupo de trabajo: proposición de iniciativas de carácter turístico-cultural que resuelvan necesidades del territorio y potencien la atracción de visitantes, seguimiento y control de proyectos, planes u actuaciones vinculados con el turismo cultural, los cuales se encuentren vigentes y/o implantados en el destino, apoyo a la generación de sinergias con agentes del entorno de Ribarroja (instituciones supramunicipales, provinciales, autonómicas, nacionales relacionadas con el turismo y la cultura...), entre otros.</p> <p>Cabe mencionar que el grupo de trabajo se constituirá en el seno de la Asociación de Comercio y Profesionales de Servicios (AGRUPA), instando a la participación de aquellos miembros vinculados de forma directa con el turismo cultural (empresariado turístico y cultural). Asimismo, se promoverá la participación de otros agentes no pertenecientes a la asociación, pero sí directamente vinculados con la cultura en Ribarroja. En este sentido, también formarán parte del grupo de trabajo un representante del área de cultura del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria y asociaciones culturales del destino. Asimismo, el liderazgo del grupo recaerá sobre el área de Turismo y Patrimonio.</p> <p>En cuanto a la creación y constitución, se recomienda el siguiente proceso: desarrollo de listado de miembros propuestos para participación en el grupo y consulta de interés, redacción del estatuto (bases de estructuración y funcionamiento del grupo), envío del estatuto a las personas que hayan constatado su interés por formar parte del grupo, convocatoria de reunión de constitución, realización de reunión de constitución, elaboración del acta de constitución, ratificación oficial de aprobación del estatuto y constitución oficial del grupo de trabajo. Este proceso podrá variar en atención al procedimiento del Ayuntamiento de Ribarroja, debiendo ser consensuado internamente antes de su puesta en marcha.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Cultura AGRUPA Asociaciones culturales	Empresariado turístico y cultural Comisión Interdepartamental de Turismo

ACTUACIÓN 03		Creación del grupo de trabajo de turismo cultural				
INDICADORES DE SEGUIMIENTO						
Número de miembros participantes (control anual). Número de reuniones celebradas (control anual y quinquenal). Número de acuerdos (control anual y quinquenal). Número de iniciativas conjuntas propuestas e implantadas (control anual y quinquenal).						
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 6 Actuación 14 Actuación 17 Actuación 21 Actuación 22 Actuación 26 Actuación 27				
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA				
		2023	2024	2025	2026	2027
0 €			x			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

ACTUACIÓN 04		Creación del grupo de trabajo de turismo de naturaleza / turismo activo	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Incentivar el posicionamiento de Riba-roja como destino de naturaleza y turismo activo	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 9		11 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Riba-roja cuenta con recursos turísticos de primer orden de índole natural, siendo el máximo referente el Parque Natural del Túria. Además, los agentes sociales del destino vinculan a Riba-roja con elementos del medio ambiente tales como: naturaleza / medio ambiente / río Túria / montaña / patrimonio natural / árboles / Porxinos. De este modo, se observa la relevancia del turismo de naturaleza y el turismo activo para el destino y sus agentes, aspecto que se identifica también tras el análisis de la página web de promoción turística municipal, en la que se ofrece información sobre los espacios naturales, e inclusive de detallan experiencias asociadas al turismo activo en este territorio a orillas del río Túria.</p> <p>Por tanto, se propone que el destino disponga de un grupo de trabajo orientado a la potenciación del turismo de naturaleza y el turismo activo mediante la colaboración con los diferentes agentes sociales involucrados directa e indirectamente en esta materia. El objetivo de la creación del grupo es continuar mejorando la oferta de actividades y servicios específicos de turismo de naturaleza y activo, favoreciendo la máxima adaptación del destino a las necesidades cambiantes de la demanda, así como hacer un seguimiento y control de proyectos, planes u actuaciones municipales vinculados con el turismo de naturaleza y turismo activo. Además, mediante este grupo se promoverán las sinergias con agentes del entorno del destino involucrados en las tipologías turísticas objeto de trabajo. De este modo, y siempre y cuando resulte interesante en atención a las necesidades detectadas en cada momento, se incentivará la colaboración con instituciones supramunicipales, provinciales, autonómicas y/o nacionales relacionadas con el turismo y el medio ambiente.</p> <p>En atención al procedimiento de creación y constitución, se recomienda el siguiente esquema de trabajo: desarrollo de listado de miembros propuestos para participación en el grupo y consulta de interés, redacción del estatuto (bases de estructuración y funcionamiento del grupo), envío del estatuto a las personas que hayan constatado su interés por formar parte del grupo, convocatoria de reunión de constitución, realización de reunión de constitución, elaboración del acta de constitución, ratificación oficial de aprobación del estatuto y constitución oficial del grupo de trabajo. Este proceso podrá variar en atención al procedimiento del Ayuntamiento de Riba-roja, debiendo ser consensuado internamente antes de su puesta en marcha.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Empresarios turísticos especializados en turismo de naturaleza y activo Asociaciones de naturaleza y deporte en el destino	Comisión Interdepartamental de Turismo

ACTUACIÓN 04		Creación del grupo de trabajo de turismo de naturaleza / turismo activo			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
<p>Número de miembros participantes (control anual).</p> <p>Número de reuniones celebradas (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de acuerdos (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de iniciativas conjuntas propuestas e implantadas (control anual y quinquenal).</p>					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 2 Actuación 6 Actuación 8 Actuación 13 Actuación 14 Actuación 24 Actuación 26 Actuación 27			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
0 €		x			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
<p>Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 20% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cinco actuaciones incluidas en el ámbito de la gobernanza, se encuentra en la segunda posición.</p>					

ACTUACIÓN 05		Efectuar campañas de sensibilización turística de la población local y del empresariado	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Concienciar a los agentes sociales sobre los beneficios económico-sociales del desarrollo turístico	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 13		12 13 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>En atención a los resultados del proceso participativo, y tal y como se ha mencionado anteriormente, el modelo turístico de Ribarroja cuenta con una serie de atractivos turísticos que evidencian su gran potencial de desarrollo, no obstante, se observa una falta de sensibilización de la población local y del tejido empresarial con el turismo, no percibiéndose de forma generalizada los beneficios que ofrece este sector al municipio. Por este motivo, se propone la puesta en marcha de jornadas de sensibilización orientadas al empresariado, a las asociaciones y a los residentes. Concretamente, se recomienda el desarrollo de acciones basadas tanto en la comunicación tradicional (cartelería en infraestructuras públicas, anuncios en prensa...) como on-line (anuncios segmentados en redes sociales y dirigidos a la población residente en Ribarroja, y empresas y asociaciones afincadas en la localidad). También se recomienda el desarrollo de jornadas con diferentes colectivos, presentando resultados del turismo en Ribarroja en base a datos (número de visitantes, intereses, nivel de satisfacción) y actuaciones a desarrollar en el corto, medio y largo plazo, involucrando a los agentes en su ejecución. Además, se efectuará un proceso de encuestación previo y posterior al desarrollo de acciones de sensibilización. El objetivo es identificar, mediante una encuesta con preguntas cerradas, la evolución del nivel de sensibilización de los agentes sociales con el turismo (percepción del impacto del turismo en el territorio).</p> <p>En definitiva, con esta actuación se fomenta toda acción creativa que tenga como fin concienciar acerca de la importancia que tiene el turismo para el municipio y las posibilidades de desarrollo que puede generar para un territorio de interior como Ribarroja.</p> <p>Alineándose también con el Plan Director de Destino Turístico Inteligente del destino, la ejecución de estas campañas, ayudará al destino a avanzar hacia el nivel 3 o nivel excelente de la Red DTI-CV.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Comisión Interdepartamental de Turismo Consejo Municipal de Turismo	Tejido empresarial local Tejido asociativo local Sociedad civil

ACTUACIÓN 05		Efectuar campañas de sensibilización turística de la población local y del empresariado			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de acciones ejecutadas (control anual y quinquenal).					
Número de asistentes a jornadas presenciales (control anual y quinquenal).					
Número de impresiones de anuncios en redes sociales (control anual y quinquenal).					
Número de participantes, según colectivo, en encuesta inicial y final (control anual y quinquenal).					
Porcentaje de sensibilización inicial y final de los diferentes agentes sociales (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 6 Actuación 8 Actuación 26			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
0 € - 18.000 €	x	x	x	x	x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 23,3% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cinco actuaciones incluidas en el ámbito de la gobernanza, se encuentra en la tercera posición.					



L.E 2. Sostenibilidad turística

6. Promover el conocimiento de los valores presentados en el Código Ético del Turismo Valenciano entre el empresariado y los visitantes
7. Poner en conocimiento del Punto PAE los informes estadísticos elaborados por el área de Turismo y Patrimonio
8. Desarrollo de una campaña de sensibilización y concienciación masiva sobre la situación del Túria en materia de limpieza
9. Pérgolas con vegetación autóctona en Barranc dels Moros para el fomento de la resiliencia frente al cambio climático

ACTUACIÓN 06		Promover el conocimiento de los valores presentados en el Código Ético entre el empresariado y los visitantes			
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Sensibilizar y concienciar a todos los colectivos sobre la importancia de apostar por un modelo turístico sostenible			
RETO ESPECÍFICO		ODS			
Reto 4 Reto 13		4 13			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN					
<p>La actuación propone la organización de campañas de concienciación sobre los valores del Código Ético del Turismo Valenciano, un instrumento destinado a materializar la sostenibilidad ambiental, económica y social en todo el territorio valenciano siguiendo las recomendaciones establecidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT).</p> <p>Las actividades realizadas se efectuarán a través de medios digitales (campañas a través de App municipal, web y redes sociales) y presenciales (talleres, actividades y cartelería), incentivando en todo momento la participación activa del empresariado, las asociaciones, la población residente y los turistas y/o visitantes y contribuyendo de este modo al desarrollo económico equitativo y sostenido de Ribarroja.</p>					
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS			
Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo		Tejido empresarial local			
		Tejido asociativo local			
		Visitantes de Ribarroja			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de talleres realizados (control anual y quinquenal).					
Número de acciones desarrolladas en medios digitales (control anual y quinquenal).					
Número de acciones desarrolladas en medios presenciales (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 1 Actuación 2 Actuación 3 Actuación 4 Actuación 5 Actuación 8 Actuación 18 Actuación 19			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA			
0 € - 18.000 €		2023	2024	2025	2026
		x	x	x	x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
-					

ACTUACIÓN 07		Poner en conocimiento del Punto PAE los informes estadísticos elaborados por el área de Turismo y Patrimonio				
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Conocer con precisión la situación del sector turístico para fomentar la creación, el inicio y el desarrollo empresarial				
RETO ESPECÍFICO		ODS				
Reto 11		-				
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN						
<p>Con el objeto de continuar ampliando las funcionalidades de la Agencia de Empleo y Desarrollo Local (ADL), Ribarroja de Túria dispone de un servicio denominado "Punto de Atención al Emprendedor" (PAE), el cual se encarga de prestar servicios de información y asesoramiento a nuevos emprendedores, la presentación de la documentación necesaria para constituir nuevas empresas o evaluar iniciativas, o el apoyo y la formación al tejido empresarial emprendedor.</p> <p>Permaneciendo vinculada con una de las propuestas establecidas en la estrategia, la actuación se dirige a la disposición de los informes estadísticos realizados de manera cuatrimestral por el área de Turismo y Patrimonio, ampliando así las fuentes de información del Punto PAE. Estos informes se basarán en el análisis e interpretación de los datos recopilados por la Oficina de Turismo, las redes sociales y la página web, siendo posible obtener una imagen real sobre la situación turística del territorio y sus tendencias, conociendo las vías de emprendimiento y éxito empresarial que ofrece Ribarroja como destino turístico, y dando respuesta a las necesidades de los emprendedores en cuanto a datos necesarios para la elaboración de sus planes de negocio.</p>						
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS				
Turismo y Patrimonio		ADL				
		Tejido empresarial local				
INDICADORES DE SEGUIMIENTO						
Número de informes estadísticos enviados por el área de Turismo y Patrimonio (control cuatrimestral).						
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 12				
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA				
0 €		2023	2024	2025	2026	2027
		x	x	x	x	x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

ACTUACIÓN 08		Desarrollo de una campaña de sensibilización y concienciación masiva sobre la situación del Túria en materia de limpieza	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Paliar los efectos generados en los entornos naturales por la actividad turística y el factor social, contribuyendo en el desarrollo sostenible del entorno	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 9 Reto 14		4 11 13	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>El Parque Natural – Fluvial del río Túria se consolida para el municipio como uno de los recursos turísticos más atractivos y frecuentados por los visitantes. Dirigiéndose a la experiencia de la visita y a la preservación de la calidad y conservación de este espacio de notable valor paisajístico y ecológico, la actuación propone el desarrollo de mecanismos de información y sensibilización para así, fomentar comportamientos compatibles con este ecosistema, el cual, además de encontrarse amenazado por la emergencia climática, podría verse inmensamente deteriorado por el factor humano.</p> <p>De este modo, la campaña propone la instalación de un cartel de bienvenida en uno de los accesos más concurridos al parque, explicando a través de imágenes y texto las buenas prácticas que deben desarrollarse en el entorno (recogida de residuos, respeto de los senderos y caminos señalizados, no molestar a la fauna y respetar la flora, bañarse en lugares permitidos, evitar cremas solares que pueden perjudicar la calidad del agua, etc.) La información deberá estar disponible para descargar a través de un Código QR, debiendo estar, como mínimo, en 3 idiomas.</p> <p>Involucrando tanto al residente como al visitante, y debido a las actividades que el municipio de Riba-roja ya ha desempeñado en esta materia, la actuación también incluye la organización de varias jornadas voluntarias de macrolimpieza en las que, a través de un ambiente lúdico, se contribuya en la recogida de residuos orgánicos, plásticos y de vidrio. Al mismo tiempo, y para impulsar el nuevo producto “Actívate en Riba-roja”, se propone la organización de jornadas de plogging, una actividad que combina el respeto al medioambiente y la actividad física en la que los usuarios aficionado al running, sólo necesitarán una bolsa para recolectar los residuos.</p> <p>Además de lo expuesto, se podrán incluir cuantas acciones permitan cumplir con el objetivo, siendo recomendable el desarrollo de acciones rompedoras y creativas.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Interdepartament al de Turismo		Turismo y Patrimonio Sostenibilidad, Transición Ecológica, Economía Circular y Agricultura	

ACTUACIÓN 08		Desarrollo de una campaña de sensibilización y concienciación masiva sobre la situación del Túria en materia de limpieza			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de descargas registradas con el Código QR (control anual y quinquenal).					
Número de jornadas de macrolimpieza o actividades realizadas (control anual y quinquenal).					
Número de voluntarios registrados en cada jornada o actividad (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 4 Actuación 5 Actuación 6			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
18.000 € - 50.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
	x				
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando más del 40% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cuatro actuaciones incluidas en el ámbito de la sostenibilidad turística, se encuentra en la primera posición.					

ACTUACIÓN 09		Pérgolas con vegetación autóctona en Barranc dels Moros para el fomento de la resiliencia frente al Cambio Climático	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Adaptar el destino y sus infraestructuras para reducir los posibles efectos derivados del Cambio Climático, impulsando al mismo tiempo el bienestar y la calidad de la experiencia turística asociada a los recursos	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 12		13	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Con el objeto de buscar la adaptación al Cambio Climático de las infraestructuras ubicadas en espacios abiertos, la actuación propone la instalación de pérgolas con cubierta vegetal capaces de proyectar sombras naturales a lo largo del itinerario turístico situado en el Barranc dels Moros, el cual se considera el principal eje vertebrador y de conexión entre la parada de metro, el núcleo urbano y el Parque Natural – Fluvial del Río Túria.</p> <p>Atendiendo al análisis realizado, las pérgolas de tipo corredor son las que mejor se adaptan a las características del territorio, cumpliendo a su vez con la buena praxis en materia de sostenibilidad medioambiental, ya que se encuentran fabricadas por plásticos reciclados transformados en madera plástica. Del mismo modo, el techo de las mismas se conformará a través de vegetación autóctona (<i>Jasminum officinale</i>, <i>Locinera implexa</i>, <i>Bougainvillea glabra</i> y <i>Plumbago auriculata</i>).</p> <p>En definitiva, se posibilitará la creación de corredores vegetales en puntos estratégicos del Barranc dels Moros en los que, hasta el momento, no existe ningún tipo de sombraje natural. Con ello también se fomenta la resiliencia del destino a los efectos del cambio climático provocados por las altas temperaturas. Además, la utilización de vegetación autóctona permitirá reducir la sensación térmica en este eje vertebrador turístico.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Interdepartamental de Turismo		-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
<p>Número de pérgolas instaladas (control anual).</p> <p>Número de especies plantadas (control anual).</p> <p>Número de metros cuadrados sobre los que se proyecta sombra (control anual).</p>			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		-	

ACTUACIÓN 09		Pérgolas con vegetación autóctona en Barranc dels Moros para el fomento de la resiliencia frente al Cambio Climático				
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA					
	2023	2024	2025	2026	2027	
150.000€-300.000€			X			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
<p>Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 35% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cuatro actuaciones incluidas en el ámbito de la sostenibilidad turística, se encuentra en la segunda posición.</p>						



L.E 3 Gestión inteligente

10. Incorporar al destino a la red DTI nacional
11. Estudio de viabilidad de desarrollo del turismo MICE en el destino
12. Realización de informes cuatrimestrales interpretativos de las estadísticas del destino (OIT, RRSS, web, escaparate) y publicar en apartado profesional de la web

ACTUACIÓN 10		Incorporar el destino a la red DTI nacional	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Continuar desplegando el modelo de gestión turístico inteligente en el municipio de Ribarroja de Túria	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 5		8 9	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) define un Destino Turístico Inteligente como “un destino turístico innovador consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, siendo accesible para todos y facilitando la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementando a su vez la calidad de su experiencia en el destino y la mejora de la calidad de vida del residente”. En este sentido, y debido al trabajo desempeñado por Ribarroja a nivel autonómico, la Red DTI de la Comunitat Valenciana, coordinada por el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur), ha reconocido a Ribarroja como un Destino Turístico Inteligente avanzado en su modelo de gestión.</p> <p>Por consiguiente, la actuación propone la adhesión del municipio a la Red DTI nacional, lo que permitirá afianzar su compromiso y avanzar en el modelo de gestión turística inteligente nacional. La consecución de este logro dependerá del cumplimiento de los requisitos para la incorporación de destinos valencianos en la red nacional. En la actualidad, los destinos pertenecientes a esta Comunidad Autónoma que deseen formar parte de la red DTI nacional deberán situarse en el nivel 3 de la red DTI autonómica, por lo que Ribarroja precisará avanzar hacia el máximo nivel de la red DTI-CV para cumplir con la implantación de esta actuación. Concretamente, el destino deberá aumentar el porcentaje de cumplimiento de los requisitos de Excelencia, según información aportada por la herramienta de autodiagnóstico autonómica. En cuanto al resto de requisitos asociados al nivel 3, Ribarroja cumple con ellos, disponiendo de un Plan Director de DTI vigente y una Smart Office constituida.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Ente Gestor DTI		SEGITTUR	-
		Invat-tur	-
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
Inclusión en el nivel 3 de la red DTI-CV (control anual).			
Confirmación de adhesión a la red DTI nacional (control anual).			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 1 Actuación 12	

ACTUACIÓN 10		Incorporar el destino a la red DTI nacional				
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA					
	2023	2024	2025	2026	2027	
0 € - 18.000 €				x		
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
<p>Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando más del 45% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las tres actuaciones incluidas en el ámbito de la gestión inteligente, se encuentra en la primera posición.</p>						

ACTUACIÓN 11	Estudio de viabilidad de desarrollo del turismo MICE en el destino	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN	Ejercer una toma de decisiones objetiva en atención a la ampliación de tipologías turísticas trabajadas en el destino	
RETO ESPECÍFICO	ODS	
Reto 4	-	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN		
<p>Riba-roja cuenta con una oferta de instalaciones y equipamientos con potencial para la atracción de turismo MICE, tal y como se ha presentado en el diagnóstico realizado. Además, la disposición en el término municipal de uno de los polígonos industriales más importantes de la Comunitat, y la cercanía a la propia capital autonómica son también oportunidades que deben valorarse. Al respecto, el equipo técnico del destino identifica esta potencialidad de Riba-roja, pero no dispone de datos que evidencien la posibilidad de trabajar en esta nueva tipología turística. En este sentido, se propone la realización de un estudio de viabilidad del desarrollo del turismo MICE, permitiendo sus resultados identificar si es posible ejecutar la iniciativa de aumento de la diversificación del turismo en el destino a través del turismo MICE.</p> <p>El estudio se centrará en el desarrollo de un análisis y diagnóstico con el que se explorarán aspectos internos del destino y su entorno, incidiendo en el correcto desarrollo del MICE. En este marco se recomienda que el estudio contemple la realización de un inventario de equipamientos e infraestructuras públicas y privadas susceptibles de ser consideradas activos del destino y la implantación de herramientas de investigación social como encuestas y entrevistas personales o Focus Group con las que obtener la visión de los siguientes colectivos: técnicos y políticos de la administración local, empresariado turístico de Riba-roja, empresas del polígono industrial de Riba-roja y de su entorno cercano, Convention Bureau de Valencia, área de Competitividad de Turisme Comunitat Valenciana, etc. Finalmente, también se recomienda realizar un estudio legal en el que se identifique aspectos normativos que afectan al desarrollo del turismo MICE y un análisis económico, abordando la inversión mínima a realizar por parte del Ayuntamiento para la activación de esta tipología. No obstante, esta fase del estudio podrá contemplar tantas cuestiones como se deseen analizar.</p> <p>La información será tratada y presentada en el informe, realizando un proceso de interpretación en el que se incluyan una serie de conclusiones, entre ellas, la situación del destino con respecto a activos disponibles para la puesta en marcha del turismo MICE, y la situación de su entorno. Atendiendo a ello, se estipulará si la inversión a realizar por parte de la entidad local es viable. En caso positivo, se identificará una batería de recomendaciones para activar el desarrollo del proyecto.</p> <p>La estructura propuesta en la presente ficha es orientativa, debiéndose adaptar según criterios técnicos de la organización o persona redactora del informe. Asimismo, y a través de esta actuación, el área de Turismo y Patrimonio podrá disponer de un informe completo mediante en cual ejercer una toma de decisiones objetiva que permita reducir las incertidumbres, optimizando las inversiones públicas realizadas.</p>		

ACTUACIÓN 11		Estudio de viabilidad de desarrollo del turismo MICE en el destino			
ACTOR EJECUTOR	ACTORES IMPLICADOS				
Turismo y Patrimonio	Planificación Estratégica e Innovación Edificios Públicos e Infraestructuras	Actividades y Fomento Económico Servicios Municipales	AGRUPA		
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Resultado de viabilidad del desarrollo del turismo MICE en Riba-roja (control anual). Número de recomendaciones realizadas (control anual).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 12			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
					x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 32% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las tres actuaciones incluidas en el ámbito de la gestión inteligente, se encuentra en la segunda posición.					

ACTUACIÓN 12	Realización de informes cuatrimestrales interpretativos de las estadísticas del destino y publicación en el apartado profesional de la web	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN	Optimizar la gestión del turismo en el destino gracias a la interpretación de los datos disponibles y fomentar la transparencia de la información entre los agentes del sector e interesados	
RETO ESPECÍFICO	ODS	
Reto 4	-	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN		
<p>El área de Turismo y Patrimonio cuenta con documentos de índole cuantitativa en los que se ofrecen datos estadísticos obtenidos a través de diversas fuentes (encuestas, redes sociales...). Sin embargo, los datos no se transforman en información cualitativa a través de un proceso de interpretación. Al respecto, para ejercer una toma de decisiones óptima, resulta necesario conocer los motivos de la evolución de las diferentes variables de medición del turismo en el destino. Por este motivo, se establece como actuación el desarrollo de informes interpretativos de las estadísticas disponibles. Los informes se elaborarán por temática, debiendo tener estos una periodicidad cuatrimestral. También se desarrollará un informe de balance turístico anual. Conforme el destino realice balances turísticos podrá ejercer análisis comparativo de situaciones con respecto a años anteriores, pudiendo así observar la evolución del turismo en el territorio.</p> <p>En cuanto a la estructura, se deberá respetar un índice común en todas las ediciones de informes de una misma temática, pudiéndose efectuar adaptaciones consensuadas conforme el servicio avance en aras de mejorar los resultados. Además, cabe mencionar que la información facilitada en todos los informes deberá indicar la fuente de consulta.</p> <p>Los informes elaborados, además de ponerlos a disposición del Punto PAE, serán publicados en el apartado profesional de la página web de turismo de Riba-roja de Túria, dentro de un subapartado denominado “Estadísticas e Informes” o similar. En este espacio también se publicarán informes elaborados por terceros que permiten obtener información de valor sobre la situación del entorno. A continuación, se presentan una batería de informes y herramientas de analítica de datos sobre los que se recomienda su publicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informes elaborados por Turisme Comunitat Valenciana: <ul style="list-style-type: none"> o Informes anuales de Oferta Turística Municipal y Comarcal. o Actividad turística en la provincia de Valencia (de cada año). o Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana (de cada año). o Informes de mercados emisores. o Informes de productos turísticos. o Otros de interés. - Además, se recomienda incluir enlaces a: <ul style="list-style-type: none"> o Apartado de estadísticas de Turisme. o Smart Data Office de la Comunitat Valenciana. o Dataestur. o Estadísticas y conocimiento turístico de Turopaña. o Dashboard de datos turísticos de la OMT 		

ACTUACIÓN 12		Realización de informes cuatrimestrales interpretativos de las estadísticas del destino y publicación en el apartado profesional de la web				
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS				
Turismo y Patrimonio		Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo	Transparencia y Gobierno Abierto Comunicación	Punto PAE		
INDICADORES DE SEGUIMIENTO						
Número de informes redactados (control cuatrimestral, anual y quinquenal).						
Número de informes publicados (control cuatrimestral, anual y quinquenal).						
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES			Actuación 7 Actuación 10 Actuación 11 Actuación 15			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA				
0 €		2023	2024	2025	2026	2027
		x	x	x	x	x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						



L.E 4 Vertebración turística

13. Creación de un itinerario ciclopeatonal en Camí de les Ànimes
14. Adecuación del Barranc dels Moros como itinerario turístico peatonal y de conexión del río Túria y el casco urbano
15. Mejora de la señalética turística

ACTUACIÓN 13		Creación de un itinerario ciclopeatonal en Camí de les Ànimes	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Reducir las emisiones en el destino trabajando la movilidad ciclopeatonal y sostenible	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 3 Reto 15		11 13	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>El Camí de les Ànimes es el vial de acceso al Casco Antiguo desde la carretera CV-360. Este espacio, además de conectar con el Casco Antiguo, también lo hace con el itinerario procedente del Barranc dels Moros y con el Parque Natural, lo cual posibilita culminar la conexión ciclopeatonal del principal espacio natural de la ciudad con el centro urbano.</p> <p>El Camí de les Ànimes se encuentra urbanizado, disponiendo únicamente de una acera. El resto del espacio, se corresponde con una calzada pavimentada con asfalto hasta el muro de borde con el río, con unos anchos considerables donde predomina el espacio para el tráfico rodado y la falta de seguridad para los viandantes. Por este motivo, la actuación plantea la reconversión del vial mediante la creación de un paseo peatonal con espacios de estancia tipo mirador hacia el río, además de un carril bici con espacio propio delimitado junto a este paseo, obteniendo como resultado una mayor seguridad en el espacio. Asimismo, su ejecución conllevará a la reducción del espacio de la calzada para el tráfico rodado, eliminando el espacio para aparcar y modificando los sentidos de circulación, quedando reducido a un sentido único.</p> <p>El proyecto también contempla la inclusión de nuevos pavimentos y bordillos, delimitadores en el paseo peatonal y en el carril bici, la dotación de nueva señalización y la instalación de alumbrado público y mobiliario urbano.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Interdepartamental de Turismo		-	-
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
<p>Metros cuadrados disponibles para uso estrictamente personal (control anual).</p> <p>Límite de velocidad impuesto a los vehículos con acceso autorizado (control anual).</p> <p>Número de nuevo mobiliario urbano disponible en este espacio (control anual).</p> <p>Número de nuevos árboles plantados (control anual).</p> <p>Número de zonas de aparcamiento eliminadas (control anual).</p>			

ACTUACIÓN 13		Creación de un itinerario ciclopeatonal en Camí de les Ànimes			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 4 Actuación 16			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
Indicar horquilla	x	x			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
-					

ACTUACIÓN 14		Adecuación del Barranc dels Moros como itinerario turístico peatonal y de conexión del río Túria y el casco urbano	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Adaptar el destino y sus infraestructuras para reducir los posibles efectos derivados del Cambio Climático, al mismo tiempo que se dinamizan nuevos espacios de conexión entre el núcleo urbano y el Parque Natural	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 3 Reto 12 Reto 15		10 11 13	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>La actuación incide de forma directa sobre las necesidades planteadas por los diferentes actores durante el proceso participativo, así como en la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) y el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), fomentando así la integración del Plan Estratégico de Turismo con otras herramientas de planificación municipal. Concretamente, se actúa sobre la eliminación de obstáculos presentes entre barrancos y Parque Natural, mediante conexión y adecuación de sus accesos y la conectividad del centro urbano con el Parque Natural a través de los barrancos.</p> <p>De este modo, se adecuará el principal barranco de la ciudad como equipamiento de uso público, fomentando así la vertebración del territorio a través de una nueva infraestructura que conecte el río con el casco urbano.</p> <p>En concreto, la actuación se desarrollará en cinco tramos, siguiendo las especificaciones del proyecto técnico de obra:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tramo 1 (Centro de Salud). ▪ Tramo 2 (C/Velezquez - Ramón y Cajal). ▪ Tramo 3 (Camino Valencia). ▪ Tramo 4 (Lavadero - Eres Altas). ▪ Tramo 5 (Desembocadura). <p>Concretamente, se efectuarán trabajos de urbanización que doten de nuevos accesos al barranco y posibiliten una mejora de la caminabilidad y del tránsito ciclista en este espacio.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Interdepartamental de Turismo		-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
Número de nuevos accesos al barranco (control anual).			
Estimación de personas que hacen uso de este nuevo itinerario (control anual).			

ACTUACIÓN 14		Adecuación del Barranc dels Moros como itinerario turístico peatonal y de conexión del río Túria y el casco urbano			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 2 Actuación 3 Actuación 4 Actuación 16			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
Indicar horquilla	x	x			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 65% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las tres actuaciones priorizadas dentro del eje de vertebración turística, se encuentra en la primera posición.					

ACTUACIÓN 15		Mejora de la señalética turística	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Distribuir el tránsito peatonal hacia los recursos turísticos del municipio	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 3 Reto 5		9	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Durante la fase de análisis llevada a cabo, destaca que una de las principales debilidades detectadas es la falta de señalética direccional o la necesidad de renovar la actualmente disponible. Esto, vinculado con que gran parte de los visitantes se desplazan exclusivamente por el Parque Natural del Túria, evidencia la necesidad de mejorar el servicio de información turística para distribuir los flujos de visitantes por el conjunto del territorio y, concretamente, redirigir a la demanda hacia otros recursos turísticos de gran relevancia histórica.</p> <p>La actuación se basa en la sustitución e instalación de señalética en el término municipal de Ribera-roja. Este equipamiento, además de ofrecer información acerca de la ubicación de los principales puntos de interés, también informará sobre rutas temáticas complementarias o recursos turísticos cercanos. De este modo, la nueva señalética se ubicará en puntos estratégicos del destino, desarrollando itinerarios claros que permitan la visita autónoma del visitante. Cabe mencionar la necesidad de ofrecer un sistema de guiado óptimo que tenga en cuenta el conjunto de recursos, interrelacionándolos y generando interés por seguir visitando la oferta disponible en el destino. Además, en el caso del Parque Natural del Túria, se deberá ubicar señalética que dirija al visitante a través de los diferentes accesos disponibles, evitando así la concentración de visitantes a través del principal acceso ubicado en el área recreativa.</p> <p>La nueva señalética deberá ser homogénea en cuanto al diseño y alineada con la imagen turística del destino, siendo fundamental la integración de este equipamiento turístico en el paisaje.</p> <p>Finalmente, la señalética se dotará a la señalética de códigos QR que permitan ofrecer otro tipo de información relevante para el residente y el visitante (distancia entre recursos, disminución de emisiones por realizar el recorrido a pie o en bici, localización de la infraestructura ciclista, futuras actividades o eventos programados en determinados recursos, horario, etc.)</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Interdepartamental de Turismo		Servicios Públicos, Transporte y Movilidad Ente Gestor DTI	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
Número de señales instaladas o renovadas en el municipio (control anual).			
Número de variables incluidas en los códigos QR (control anual).			

ACTUACIÓN 15		Mejora de la señalética turística			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 12			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
0 € - 18.000 €		x	x		
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
<p>Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 30% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las tres actuaciones priorizadas dentro del eje de vertebración turística, se encuentra en la segunda posición.</p>					



L.E 5 Turismo de calidad para todos

16. Diagnóstico de accesibilidad de los recursos turísticos del destino.
17. Musealización de la Casa del Abogado como espacio de interpretación del mundo visigodo accesible para todos
18. Participación en el programa Anfitriones
19. Desarrollar, en colaboración con las asociaciones empresariales, planes de formación turística anuales adaptados a las necesidades del empresariado
20. Participación del destino en el SICTED

ACTUACIÓN 16		Diagnóstico de accesibilidad de los recursos turísticos del destino				
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Aplicar una estrategia de accesibilidad para promover el turismo inclusivo y el derecho de ocio de las personas con discapacidad				
RETO ESPECÍFICO			ODS			
Reto 15			10			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN						
<p>El turismo accesible se define como aquel turismo que puede ser realizado y disfrutado por todas las personas, independientemente de su diversidad funcional. En este sentido, un destino no sólo necesita realizar modificaciones físicas en los diversos espacios que conforman la oferta turística, sino que también precisa trabajar en términos de planificación, sensibilización e información. Así pues, la actuación propone la elaboración de un diagnóstico a través del cual se identifiquen las carencias que Riba-roja necesita afrontar para convertirse en un destino turístico universal sin ningún tipo de barrera accesible. El diagnóstico deberá incluir tantos elementos como se consideren necesarios, sin obviar aquellos que componen la cadena de valor: sistemas de información (incluyendo la señalización), el transporte público (accesos a las estaciones, puntos de información, puntos de compra/venta de billetes, servicio de asistencia a personas con discapacidad o movilidad reducida, etc.), el entorno urbano, los espacios recreativos, culturales y naturales, la oferta de servicios de Riba-roja (establecimientos de restauración, comercios, alojamientos, etc.) y los servicios de asistencia médica y de apoyo. Una vez cumplimentado el diagnóstico, los resultados permitirán conocer cuan accesibles son los elementos que conforman la oferta turística, quedando agrupados desde elementos no accesibles, convertibles o practicables, hasta elementos accesibles o accesibles universalmente.</p> <p>Para continuar trabajando en una estrategia, el diagnóstico será el precedente a un futuro Plan de Accesibilidad Turística Universal.</p>						
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS				
Turismo y Patrimonio		Comisión Interdepartamental de Turismo	COCEMFE CV		-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO						
<p>Número de elementos turísticos identificados como accesibles y no accesibles.</p> <p>Batería de actuaciones propuestas para incrementar la accesibilidad en el destino, debiendo ser especificadas y ejecutadas en el marco del futuro Plan de Accesibilidad Turística Universal.</p>						
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES			Actuación 1 Actuación 13 Actuación 14 Actuación 17			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA				
0 € - 18.000 €		2023	2024	2025	2026	2027
					x	
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

ACTUACIÓN 17		Musealización de la Casa del Abogado como espacio de interpretación del mundo visigodo accesible para todos	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Rehabilitar y poner en valor un Bien de Relevancia Local de Ribarroja como nuevo espacio cultural y expositivo accesible, aumentando la oferta de servicios orientada al turismo cultural	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 8		-	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>La casa del Abogado se emplaza en la confluencia entre las calles Galleri y Pastor y calle San Julián, en el casco antiguo de Ribarroja de Túria. Es considerada como Bien Inmueble de Relevancia Local individual, según se recoge en el Catálogo de Bienes y Espacios protegidos de Ribarroja de Túria. La parcela se encuentra colindante al hipotético trazado del recinto musulmán amurallado de Ribarroja de Túria, y además se encuentra dentro del ámbito de protección que se establece en el Plan Especial de Conservación y Preservación del Casco Antiguo: entorno del castillo y recinto amurallado (pendiente de aprobación). En la actualidad, el estado de conservación del inmueble es bastante precario, sin uso, abandonado, y altamente transformado y modificado respecto a su configuración original.</p> <p>Con esta actuación se persigue convertir la Casa del Abogado en la futura sede del museo Visigodo de Pla de Nadal (actualmente situado en el castillo, y con necesidades de ampliación debido a los continuos hallazgos). De este modo, se considera que los restos arqueológicos de época visigoda encontrados en la población, pueden tener un espacio propio de exposición donde se realce la notable importancia de estos hallazgos y se puedan acoger los futuros descubrimientos que se realicen en las siguientes fases de excavación del Pla del Nadal.</p> <p>Otro de los objetivos de esta actuación, desde el punto de vista patrimonial, es la recuperación de la configuración histórica del edificio, contribuyendo a la ampliación de la oferta cultural de Ribarroja y a la puesta en valor de los activos patrimoniales de la ciudad.</p> <p>Además, este nuevo espacio cultural de la ciudad se configura desde la perspectiva de generar un turismo para todos. Por ello, resulta fundamental ejercer las obras atendiendo a criterios de accesibilidad, e incluir herramientas que posibiliten la visita de cualquier persona e incidan en las necesidades especiales de las personas con discapacidad visual, auditiva, física y cognitiva.</p> <p>Con todo ello, la actuación se focaliza en la adecuación del edificio y en su musealización.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Planificación Estratégica Urbanismo	Edificios Públicos e Infraestructuras Consellería de Vivienda y Arquitectura Bioclimática

ACTUACIÓN 17		Musealización de la Casa del Abogado como espacio de interpretación del mundo visigodo accesible para todos			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de exposiciones permanentes (control anual y quinquenal).					
Número de exposiciones itinerantes (control anual y quinquenal).					
Número de visitantes recibidos por mesas y procedencia (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 1 Actuación 3 Actuación 16			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA			
+ 300.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
			X		
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando más del 50% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cinco actuaciones priorizadas dentro del eje de turismo de calidad, se encuentra en la segunda posición.					

ACTUACIÓN 18		Participación en el Programa Anfitriones	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Propiciar la mejora continua entre el sector a través de la formación y la implantación de sistemas de calidad turística	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 2		4 9 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>El Programa Anfitriones del Turismo, un proyecto impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo, trata de un espacio de formación virtual destinado al sector turístico y a las empresas y personas involucradas en él. De esta manera, la apuesta por la formación y la calidad del empleo turístico se postula como el objeto principal a conseguir.</p> <p>Los cursos de formación permanecen constantemente actualizados a la situación turística y global, por lo que contribuyen en la innovación, la competitividad y la resiliencia tanto de los destinos turísticos como de los elementos que lo conforman. Asimismo, se encuentran agrupados en 5 categorías diferentes expuestas a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Turismo sostenible: desde este ámbito se trabajan formaciones relacionadas con la gobernanza, la gestión sostenible en destinos y la Agenda 2030, las diferentes certificaciones de sostenibilidad o cómo trabajar la accesibilidad en turismo, entre otras. - Cultura del detalle: se da formación en recursos humanos, atención al cliente, píldoras de motivación profesional o cómo trabajar en equipo para lograr objetivos. - Destino en detalle: se abordan cursos destinados a mejorar los espacios públicos turísticos, los cuales se focalizan en el ámbito de la identidad, la sostenibilidad y el embellecimiento. - Destino seguro: estas formaciones se dirigen al usuario para formarlo ante posibles efectos adversos que ya han sucedido (COVID-19, contaminación ambiental, etc.) - Competencias digitales turísticas: este ámbito aborda formaciones sobre marketing y comunicación en redes sociales, tendencias en turismo MICE, experiencias virtuales, etc. <p>Por ende, la actuación propone la difusión de todos los cursos impartidos desde el programa Anfitriones en formato MOOC (Massive Online Open Courses) en pro de concienciar y estimular la formación del tejido empresarial turístico de Riba-roja de Túria. Las formaciones que se consideren relevantes para cualificar al sector deberán ser anunciadas en tantos medios de comunicación como se consideren necesarios, siendo indispensable su publicación en la página principal del Ayuntamiento de Riba-roja, en la página web de turismo (dentro de la categoría profesional) y en las redes sociales gestionadas por el área de Turismo y Patrimonio.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Comisión Interdepartamental de Turismo	Tejido empresarial local Tejido asociativo local

ACTUACIÓN 18		Participación en el Programa Anfitriones				
INDICADORES DE SEGUIMIENTO						
Número de cursos publicados en medios de comunicación (control anual y quinquenal).						
Número de cursos incluidos en los planes de formación anual del destino (control anual y quinquenal).						
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES			Actuación 6			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA				
		2023	2024	2025	2026	2027
0 €		x	x	x	x	x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

ACTUACIÓN 19		Desarrollar, en colaboración con las asociaciones empresariales, planes de formación turística anuales adaptados a las necesidades del empresariado de Ribarroja	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Promover la competitividad del destino y las oportunidades laborales mediante la formación continua dirigida a los profesionales del sector	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 2		4 9 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>El entorno cambia de forma constante, generando nuevas necesidades y herramientas facilitadoras. Por tanto, resulta fundamental fomentar desde la administración pública local la formación continua que permita a los profesionales actuales y futuros del sector turístico la adquisición de nuevos conocimientos. Con la formación se impacta de forma directa sobre la competitividad del destino, actuando sobre la resolución de ciertas áreas de mejora, a la vez que se promueve la máxima adecuación de los trabajadores a las necesidades de la demanda.</p> <p>Por ello, resulta imprescindible consensuar con el empresariado turístico los puntos en los que se debe incidir para seguir mejorando el servicio ofrecido, elaborando un plan de formación dirigido a las necesidades reales del sector turístico de Ribarroja y que además incida sobre la activación del mercado laboral en el sector servicios de Ribarroja.</p> <p>Además, el plan de formación deberá alinearse con uno de los valores turísticos de Ribarroja, y, por ende, con el Código Ético del Turismo, promoviéndose a través de la formación un comportamiento íntegro y cercano por parte de todos los profesionales del sector, integrando las competencias técnicas y humanas, y el compromiso con un comportamiento justo, honesto y veraz. En definitiva, la transmisión de conocimiento en torno al concepto de hospitalidad como atributo básico de la oferta turística del destino.</p> <p>Con todo ello, el área de Turismo y Patrimonio de Ribarroja remitirá anualmente un formulario on-line de detección de necesidades formativas dirigido a los asociados de AGRUPA. Los resultados desprendidos permitirán realizar un plan de formación anual adaptado a las necesidades de las empresas. Este plan se conformará a través de formación contratada directamente desde el ayuntamiento a empresas terceras especializadas en este ámbito, así como por formaciones incluidas en programas autonómicos o nacionales, y formaciones relacionadas con turismo y lideradas por otras áreas del ayuntamiento.</p> <p>El plan de formación identificará los siguientes aspectos: temática formativa, título de la formación, periodo y lugar de desarrollo, público objetivo, procedimiento de inscripción, entre otros campos de interés.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		AGRUPA	
		Fomento Económico y Comercio	

ACTUACIÓN 19	Desarrollar, en colaboración con las asociaciones empresariales, planes de formación turística anuales adaptados a las necesidades del empresariado de Ribarroja				
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de formaciones anuales propuestas en total y por temáticas formativas (control anual y quinquenal).					
Número de formaciones impartidas en total y por temáticas formativas (control anual y quinquenal).					
Número de personas inscritas a cada formación y en total, en todas las formaciones (control anual y quinquenal).					
Porcentaje de asistencia a cada formación y en total, en todas las formaciones (control anual y quinquenal).					
Número de inscritos y asistentes por temáticas formativas (control anual y quinquenal).					
Grado de satisfacción con cada formación (control anual).					
Grado de satisfacción formativa de los alumnos global, y por áreas temáticas (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES			Actuación 6		
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
0 €	x	x	x	x	x
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública. Considerando el 50% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cinco actuaciones priorizadas dentro del eje de turismo de calidad, se encuentra en la primera posición.					

ACTUACIÓN 20		Participación del destino en el SICTED	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Mejorar la experiencia y satisfacción del visitante mediante la implantación del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos en los diferentes servicios turísticos de Ribarroja	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 2		-	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Los agentes sociales del destino consideran necesario continuar apostando por el aumento de la calidad del conjunto de servicios ofrecidos. Por este motivo, y alineándose el destino con la estrategia autonómica y nacional, se promueve la participación de Ribarroja en el Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo. En total, el sistema se dirige a empresas privadas u entidades públicas englobadas en una batería de 36 servicios, ofreciendo para cada una de ellas un Manual de Buenas Prácticas o estándares sobre los que se trabajará durante los diferentes ciclos en atención a la metodología vigente.</p> <p>En el caso de Ribarroja, la metodología a seguir será la utilizada por el conjunto de destinos a escala autonómica, correspondiéndose con la denominada "implantación acelerada". Esta metodología se conforma cuatro ciclos. Para acceder al primero de ellos el servicio deberá acreditar el cumplimiento de la legalidad vigente, disponer de sede en el destino y ejercer actividad en este territorio, así como firmar el protocolo de adhesión. Una vez el gestor del destino disponga de las evidencias necesarias, el servicio podrá comenzar su avance hacia los próximos ciclos, cumpliendo en todo momento con los requisitos específicos para avanzar, los cuales serán revisados en las evaluaciones completas y de seguimiento, dependiendo del ciclo en el que se encuentre el servicio en cada momento.</p> <p>Ciclos según metodología:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Ciclo de aceleración (A) o Ciclo de Distinción Acelerada (DA) o Ciclo de seguimiento o Ciclo de renovación <p>Cabe mencionar que el proceso de asesoramiento y evaluación deberá realizarse siguiendo el procedimiento habitual en la Comunitat Valenciana. Asimismo, el destino deberá asignar la figura de gestor, debiendo estar formada y acreditada la persona por la SETUR para ejercer estas funciones. También se deberá asegurar el correcto desarrollo de las sesiones formativas, bien en formato on-line a través de la plataforma SICTED o presencialmente con un formador acreditado por la SETUR.</p>			

ACTUACIÓN 20		Participación del destino en el SICTED			
ACTOR EJECUTOR	ACTORES IMPLICADOS				
Turismo y Patrimonio	Técnicos de la Cámara de Comercio de Valencia Formadores acreditados por la SETUR	Secretaría de Estado de Turismo Tejido empresarial local	Servicios públicos municipales (OIT, museos, policía local, etc.)		
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de servicios adheridos (control anual y quinquenal).					
Número de servicios distinguidos según ciclo y en total (control anual y quinquenal).					
Número de Asistencias Técnicas Individuales (ATIs) desarrolladas (control anual y quinquenal).					
Número de Asistencias Técnicas Colectivas (ATC) realizadas (control anual y quinquenal).					
Número de grupos de mejora efectuados (control anual y quinquenal).					
Número de participantes en los grupos de mejora (control anual y quinquenal).					
Número de mejoras identificadas (control anual y quinquenal).					
Número de mejoras implantadas (control anual y quinquenal).					
Número de convocados en las formaciones según ciclo (control anual y quinquenal).					
Número de asistentes en las formaciones según ciclo (control anual y quinquenal).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		-			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
	X	X	X	X	X
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
-					



L.E 6 Puesta en valor de los recursos y productos turísticos

21. Elaboración del Plan Especial de Valencia la Vella
22. Desarrollo del Plan Director de Pla de Nadal
23. Incorporación de infraestructura ciclista en puntos estratégicos del destino
24. Instalación de paneles de información ligados al birdwatching

ACTUACIÓN 21		Elaboración del Plan Especial de Valencia la Vella	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Dotar al yacimiento arqueológico de las herramientas necesarias para avanzar en el despliegue de la estrategia definida mediante el Plan Director aprobado y vigente.	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 8		11	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>El yacimiento de Valencia la Vella cuenta desde el año 2022 con un Plan Director dirigido a la protección, rehabilitación y puesta en valor de este espacio arqueológico de gran valor. En este sentido, tal y como se expone en el citado documento “València la Vella se encuentra dentro del Parque Natural del Túria y perfectamente comunicada con la tercera área metropolitana de la Estado Español y su red viaria principal. Por eso, el yacimiento tiene una alta potencialidad museográfica, sea a nivel específico, sea por su interconexión con el territorio de la ciudad de València, donde confluyen todas las condiciones óptimas para desarrollar un proyecto integral dual fundamentado en el Patrimonio Histórico y Natural de las tierras valencianas”. El hecho de que el yacimiento se sitúe en un territorio natural también protegido, como un Parque Natural, conlleva la necesidad de disponer de un Plan Especial mediante el cual se integren las normativas aplicables en aras de disponer de fórmulas que faciliten el despliegue del Plan Director.</p> <p>El Plan Especial de Valencia la Vella se elaborará en atención a una estructura establecida, la cual contendrá como mínimo los siguientes aspectos: 1) Introducción; 2) Marco legal de aplicación; 3) Incidencia de otros planes provinciales, autonómicos, nacionales o europeos; 4) Objetivos; 5) Información de carácter urbanístico y medioambiental, incluyendo diagnóstico ambiental y potenciales impactos.; 6) Alcance y programa propuesto con viabilidad técnica y medioambiental.</p> <p>El área de Turismo y Patrimonio deberá disponer de un documento completo, así como de una versión ejecutiva. Asimismo, en el marco de este proyecto se promoverán entrevistas con organismos externos al ayuntamiento de Ribarroja, y con los técnicos y políticos municipales intervinientes en la materia. Será fundamental el desarrollo de trabajo de campo, a fin de ejercer un estudio atendiendo a la situación real del yacimiento. Una vez concluido el estudio, deberá aprobarse internamente siguiendo el procedimiento del Ayuntamiento. También se realizará, por parte del equipo de redacción, una presentación al área de Turismo y Patrimonio y a otras áreas vinculadas, como urbanismo y medio ambiente y otra presentación al área de Cultura de la Diputación de Valencia y a las consellerías competentes.</p> <p>Con la actuación se persigue continuar la adaptación de este yacimiento único en la Comunitat Valenciana como espacio visitable, aprovechando a su vez las óptimas condiciones de conectividad que ofrece debido a su emplazamiento geográfico.</p>			

ACTUACIÓN 21		Elaboración del Plan Especial de Valencia la Vella			
ACTOR EJECUTOR	ACTORES IMPLICADOS				
Turismo y Patrimonio	Comisión Técnica Interdepartamental Área de cultura de la Diputación de Valencia	Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
Número de actuaciones propuestas (control anual y quinquenal).					
Número de actuaciones implantadas (control anual y quinquenal).					
Número de entrevistas realizadas en el marco del proyecto (control anual).					
Número de presentaciones realizadas (control anual).					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 3			
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027
	X				
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública, considerando cerca del 32% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cuatro actuaciones priorizadas dentro del eje de puesta en valor de recursos y productos, se encuentra en la primera posición.					

ACTUACIÓN 22		Desarrollo del Plan Director de Pla de Nadal	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Incrementar el aprovechamiento turístico del yacimiento arqueológico de Pla de Nadal como activo cultural, acercando aún más este espacio a la ciudadanía y a los visitantes recibidos.	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 8		11	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Pla de Nadal es uno de los yacimientos más importantes del siglo VII. Se trata de un conjunto arquitectónico residencial y una de las pocas evidencias de arquitectura civil visigoda en tierras europeas.</p> <p>El yacimiento no cuenta en la actualidad con un Plan Director en el que se reflejen los objetivos del área de Turismo y Patrimonio con respecto a este espacio cultural en los próximos años. Por ello, se debe realizar un estudio que culmine con la identificación de las líneas de trabajo en diferentes niveles interrelacionados, siguiendo así la metodología aplicada en el caso de Valencia la Vella: científico, museográfico, educativo, arquitectónico, y urbanístico, entre otros. De este modo, el Plan Director especificará las directrices científicas y museográficas para la puesta en valor del yacimiento como recurso turístico cultural y educativo, mostrando al conjunto de la sociedad la relevancia de este espacio.</p> <p>El trabajo a realizar se efectuará atendiendo a un índice de contenidos consensuado con el área de Turismo y Patrimonio, siendo similar al seguido en el Plan Director de Valencia la Vella, al ser un documento realizado con el mismo objeto sobre uno de los dos yacimientos de relevancia del destino. No obstante, se podrán realizar las modificaciones que se consideren con el fin de adaptar la estructura del Plan Director de Pla de Nadal a las necesidades de este espacio en cuestión.</p> <p>Asimismo, en el desarrollo del Plan Director se deberá promover la participación de los diferentes agentes intervinientes, tanto internamente con los técnicos y políticos del ayuntamiento, como externamente desde el ámbito de otras administraciones públicas relacionadas.</p> <p>El plan se validará en sus diferentes fases por el equipo del área de Turismo y Patrimonio, concluyendo con una validación final. Una vez desarrollado este proceso, el Plan Director se aprobará internamente siguiendo el procedimiento habitual de la administración.</p> <p>Asimismo, se entregará al área de Turismo y Patrimonio dos documentos: completo y ejecutivo. En el marco de este proyecto también se efectuarán diversas presentaciones internas, así como a las administraciones públicas competentes y relacionadas, y a la ciudadanía en general.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Comisión Técnica Interdepartamental Área de cultura de la Diputación de Valencia	Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de actuaciones propuestas (control anual y quinquenal).
- Número de actuaciones implantadas (control anual y quinquenal).
- Número de entrevistas realizadas en el marco del proyecto (control anual).
- Número de presentaciones realizadas (control anual).

RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES

Actuación 3 | Actuación 16

PRESUPUESTO	CRONOGRAMA				
	2023	2024	2025	2026	2027
0 €		X			

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS

Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública, considerando más del 27% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cuatro actuaciones priorizadas dentro del eje de puesta en valor de recursos y productos, se encuentra en la segunda posición.

ACTUACIÓN 23		Incorporación de infraestructura ciclista en puntos estratégicos del destino	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Dotar al segmento ciclista de infraestructuras adaptadas a sus necesidades, fomentando a su vez la recepción de nuevos visitantes dentro de este segmento	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 6 Reto 10		-	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Actualmente, el municipio de Riba-roja de Túria percibe una gran afluencia de ciclistas, los cuales se concentran sobre todo en el entorno del río Túria y en los accesos hacia el carril bici que conecta el municipio con Vilamarxant. Para este segmento, el municipio ofrece aparcabicis instalados en zonas del núcleo urbano, como el Casco Antiguo.</p> <p>En este sentido, y al desarrollar otras actuaciones ya contempladas en el Plan Estratégico de Turismo, como la adaptación del Barranc dels Moros o la reurbanización del Camí de les Ànimes, se prevé una mayor apuesta por este segmento de mercado, para lo cual es necesario reforzarlo con la incorporación de una estación de reparación y aparcabicis en las dos ubicaciones mencionadas. El objetivo es que los ciclistas recibidos dispongan de servicios adaptados a sus necesidades. Además, con los aparcabicis se persigue la promoción de la visita al municipio, e inclusive el consumo en restauración y comercio local de los ciclistas, facilitando el aparcamiento seguro de las bicicletas.</p> <p>Los nuevos servicios se promocionarán a través de redes sociales y de la propia página web del destino, impulsando así la atracción de nuevos visitantes dentro de este segmento.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo		-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
<p>Número de funcionalidades de la estación de reparación de bicicletas (control anual).</p> <p>Número de incidencias detectadas en la estación de reparación de bicicletas (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de nuevos aparcabicis instalados (control anual).</p>			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		-	

ACTUACIÓN 23		Incorporación de infraestructura ciclista en puntos estratégicos del destino				
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA					
	2023	2024	2025	2026	2027	
18.000 € - 50.000 €			x			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

ACTUACIÓN 24		Instalación de paneles de información ligados al birdwatching	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Apostar por la diversificación y la cualificación de la oferta turística de Riba-roja de Túria	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 6 Reto 10		15	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Debido a la calidad y diversidad de los recursos naturales que alberga Riba-roja, y al potencial que presentan estos para diversificar la oferta turística del destino, la actuación plantea la dinamización del servicio de información orientado concretamente a un segmento de visitantes, el del turismo ornitológico.</p> <p>Este segmento, también conocido por prácticas como el birdwatching, se caracteriza por el elevado gasto turístico que realiza, el respeto medioambiental y por viajar en meses de temporada baja. En este sentido, el Parque Natural del Túria es un espacio que reúne las características necesarias para posicionarse como un producto atractivo en este ámbito. De hecho, durante los últimos años, distintas empresas de turismo activo han incluido en su oferta rutas de birdwatching en este espacio. No obstante, estos recorridos carecen de señalización, hecho que dificulta que los visitantes no conocedores del territorio puedan realizar dichos recorridos sin acompañamiento. Por ende, la actuación propone la instalación de paneles informativos de birdwatching en las rutas existentes dentro del Parque Natural, ofreciendo información sobre las especies de aves y sobre el espacio en distintos formatos, complementándose también con códigos QR capaces de dar acceso a la página web y a la información en un formato descargable.</p> <p>Estos paneles estarán fabricados en un material resistente a eventos climatológicos adversos y a la exposición al sol, destacando a su vez por la fácil instalación e integración con el entorno. De esta manera, a través del impulso de esta actuación, también contribuirá en la puesta en valor del propio ecosistema del parque, incentivando la llegada de nuevos visitantes que permitan desestacionalizar la demanda turística, poniendo en valor una mayor cantidad de recursos e impulsando la dinamización turística, sostenible y económica de Riba-roja de Túria.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Comisión Interdepartamental de Turismo		Órgano Gestor del Parque Natural	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
Número de paneles instalados (control anual).			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 2 Actuación 4	

ACTUACIÓN 24		Instalación de paneles de información ligados al birdwatching				
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA					
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027	
					X	
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
<p>Esta actuación ha sido priorizada en la fase de participación pública, considerando el 22% de los participantes que es una actuación fundamental para el municipio. De las cuatro actuaciones priorizadas dentro del eje de puesta en valor de recursos y productos, se encuentra en la tercera posición.</p>						



L.E 7 Promoción y comercialización

25. Fomento de la inclusión de experiencias turísticas en el destino en la página web
Experiencias CV
26. Plan de Marketing Turístico
27. Comercialización de experiencias vía web

ACTUACIÓN 25		Fomento de la inclusión de experiencias turísticas en el destino en la página web Experiencias CV	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Impulsar la visibilidad y comercialización de los productos turísticos diferenciales en los que se encuentra especializado Ribarroja	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 6 Reto 7 Reto 8 Reto 9		8 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Con el objeto de desarrollar y posicionar los productos creados por el destino desde una vertiente innovadora, especializada y experiencial, la actuación propone, en primer lugar, se propone la adhesión del destino a programa CreaTurisme y la sensibilización del empresariado turístico para que también forme parte.</p> <p>CreaTurisme es un programa desarrollado por Turisme Comunitat Valenciana dirigido a todas aquellas empresas o entidades que ofrecen servicios turísticos, siendo su adhesión completamente libre y gratuita. De este modo, y atendiendo a la tipología turística, primero se deberá cumplir con los requisitos establecidos por el programa en cada producto. Seguidamente, se deberá solicitar la adhesión y enviar la documentación pertinente, y, finalmente, esperar a que la solicitud sea validada por Turisme Comunitat Valenciana.</p> <p>De este modo, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La adhesión del producto “Ribarroja, la joya visigoda valenciana” y “Gastrocultura, Ribarroja a través de sus raíces culinarias” y sus experiencias a la tipología Mediterráneo Cultural. - La adhesión de “El Parque Natural del Túria, un río de historia” y sus experiencias a la tipología Mediterráneo Rural y Natural. - La adhesión de “Actívate en Ribarroja de Túria” y sus experiencias a la tipología Mediterráneo Activo y Deportivo. <p>En cada producto se incluirán las experiencias desarrolladas desde el área de Turismo y Patrimonio, así como aquellas promovidas por el sector privado y alineadas con los productos identificados. Estas experiencias podrán ser posteriormente incluidas en el portal de Experiencias de la Comunitat Valenciana. Cabe destacar que las empresas deberán estar adheridas al programa Creaturisme y cumplir con el proceso descrito anteriormente con el objetivo de que puedan comercializar las experiencias a través de la citada plataforma.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		Turisme Comunitat Valenciana	

ACTUACIÓN 25		Fomento de la inclusión de experiencias turísticas en el destino en la página web Experiencias CV			
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
<p>Número de empresas adheridas a CreaTurisme (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de experiencias del área de Turismo y Patrimonio comercializadas en la página Experiencias CV según producto (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de experiencias turísticas comercializadas a través de la página Experiencias CV según empresa y producto (control anual y quinquenal).</p>					
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 1 Actuación 5 Actuación 26 Actuación 27			
PRESUPUESTO		CRONOGRAMA			
0 €	2023	2024	2025	2026	2027
				X	X
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS					
-					

ACTUACIÓN 26		Plan de Marketing Turístico	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Mejorar el posicionamiento de Riba-roja de Túria como destino turístico	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 6		-	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Riba-roja es un municipio activo en cuanto a promoción turística (online y offline), sin embargo, el destino no dispone de ninguna estrategia clara y diferenciada encargada de definir los objetivos y las actuaciones a realizar en términos de promoción y comercialización. Por este motivo, la actuación propone la elaboración de un Plan de Marketing Turístico. Este documento deberá contener, en primer lugar, un diagnóstico de la situación del destino en términos de promoción y marketing, estableciendo cuáles son los productos turísticos con mayor potencial y cuáles son los segmentos de visitantes hacia los que se debe dirigir el destino.</p> <p>Una vez cumplido este proceso, se definirán los objetivos, las líneas estratégicas encargadas de dar respuesta a las necesidades del destino y una serie de actuaciones que permitirán cumplirlas y dar valor a todos aquellos elementos capaces de diferenciar la oferta turística de Riba-roja. El plan de actuaciones será ejecutado en un periodo de 3 años, contando cada una de ellas con una serie de indicadores a partir de los cuales realizar un seguimiento sobre la ejecución y el impacto del plan en términos de promoción y comercialización. Cabe mencionar la necesidad de que en el plan se especifique el proceso de medición del retorno de la inversión de cada una de las actuaciones planteadas, especificando las fórmulas y herramientas que se precisen para realizar los cálculos.</p> <p>Alineándose también con el Plan Director de Destino Turístico Inteligente del destino, la ejecución del Plan de Marketing y sus actuaciones, ayudará al destino a avanzar hacia el nivel 3 o nivel excelente.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
<p>Número de objetivos establecidos (control anual).</p> <p>Número de objetivos alcanzados (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de acciones de promoción y comunicación establecidas (control anual).</p> <p>Número de acciones de promoción y comunicación alcanzadas (control anual y quinquenal).</p> <p>ROI de las acciones de promoción y comunicación (control anual y quinquenal).</p>			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 4 Actuación 5 Actuación 6 Actuación 25 Actuación 27	

ACTUACIÓN 26		Plan de Marketing Turístico				
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA					
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027	
			X			
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

ACTUACIÓN 27		Comercialización de experiencias vía web	
OBJETIVO DE LA ACTUACIÓN		Apostar por la calidad de la experiencia turística del visitante y mejorar la oferta del producto turístico	
RETO ESPECÍFICO		ODS	
Reto 1 Reto 7		8 11 17	
DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN			
<p>Debido al valor y singularidad que albergan los recursos y atractivos de Ribera-roja, y a las necesidades detectadas en materia de promoción y comercialización, desde el área de Turismo y Patrimonio se precisa desarrollar un mayor número de experiencias a fin de potenciar los productos trabajados por el destino:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ribera-roja, la joya visigoda valenciana - Gastrocultura, Ribera-roja a través de sus raíces culinarias - El Parque Natural del Túria, un río de historia - Actívate en Ribera-roja <p>Por tanto, la actuación propone la creación de paquetes de experiencias que combinen la visita a determinados recursos, la realización de múltiples actividades experienciales dentro de los mismos y el disfrute de determinados servicios (comercio, restauración o alojamiento), logrando de este modo la participación e implicación del empresariado turístico local. Como resultado, además de dinamizar turísticamente el territorio y mejorar la calidad de la oferta, estos paquetes se comercializarán a través de la página web del destino, concretamente dentro del apartado ya existente de "Experiencias", lo que le permitirá al área de Turismo y Patrimonio obtener datos de forma periódica sobre el interés que suscita este tipo de actividades en la demanda y los periodos más concurridos de visitantes según tipología de producto. En este espacio se incorporará información de valor para decidir la compra de la experiencia, incluyendo a su vez enlace de acceso directo a la web del proveedor donde se podrá efectuar la reserva o compra.</p>			
ACTOR EJECUTOR		ACTORES IMPLICADOS	
Turismo y Patrimonio		-	
INDICADORES DE SEGUIMIENTO			
<p>Número de paquetes de experiencias creados (control anual y quinquenal).</p> <p>Número de reservas efectuadas (control anual y quinquenal).</p>			
RELACIÓN CON OTRAS ACTUACIONES		Actuación 1 Actuación 4 Actuación 5 Actuación 25 Actuación 26	

ACTUACIÓN 27		Comercialización de experiencias vía web				
PRESUPUESTO	CRONOGRAMA					
0 € - 18.000 €	2023	2024	2025	2026	2027	
						X
OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS						
-						

9. Seguimiento y control

El Plan Estratégico de Turismo de Ribarroja de Túria se estipula como el principal instrumento de la acción turística del destino. De este modo, el presente documento se contempla como una guía para los gestores del destino en su camino hacia la consecución de la visión planteada, aterrizando la estrategia definida e impregnando la cultura turística en el conjunto de acciones desarrolladas desde el área de Turismo y Patrimonio durante el periodo de vigencia 2023-2027.

Cabe mencionar que el Plan Estratégico de Turismo cuenta con un alineamiento con la legislación y política turísticas autonómicas, así como con la estrategia de ciudad y la planificación de las diferentes áreas de la administración municipal. Asimismo, se ha efectuado atendiendo a la realidad del destino, identificada mediante el desarrollo de un proceso de análisis y diagnóstico interno y externo. No obstante, el dinamismo del entorno y la incertidumbre asociada a cuestiones externas ejercen un impacto sobre la gestión interna del destino, conllevando a la necesidad de contar con una estrategia flexible que posibilite dar respuesta a retos inminentes que deban ser atendidos en el corto y medio plazo.

Además, el equipo asociado al área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria precisa realizar una medición del proceso de implantación del Plan Estratégico de Turismo, con el fin de asegurar el correcto despliegue de la estrategia y el plan de acción vinculado. Por ello, resulta fundamental definir un procedimiento de seguimiento y control, incorporando para su correcto desarrollo las herramientas necesarias. De este modo, el destino fomenta la identificación de posibles desviaciones que impidan el óptimo aterrizaje de la hoja de ruta planteada para los próximos cinco años, y la eficiente implantación de acciones correctivas que deriven en la adaptación constante del destino y de su estrategia y plan de acción a los cambios internos y del entorno. Con todo ello, el procedimiento y las herramientas de seguimiento y control facilitarán la toma de decisiones objetiva, eficiente y resiliente por parte del equipo de gestión del destino.

En este sentido, el Plan Estratégico de Turismo de Ribarroja de Túria contempla un procedimiento de seguimiento y control liderado por el área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria. Asimismo, la transversalidad del turismo deriva en la necesidad de ejercer un seguimiento interdepartamental atendiendo a

las responsabilidades de las diferentes áreas en términos de materialización de actuaciones concretas incluidas en el plan de acción. A su vez, el plan de acción se estructura en torno a un periodo de vigencia amplio, por lo que debe ejercerse un seguimiento continuo, y objetivo en base al dato, de las acciones desarrolladas.

Atendiendo a ello, el procedimiento de seguimiento y control del Plan Estratégico de Ribarroja de Túria se estructura en torno a tres áreas: estratégica, operativa y de seguimiento.

- **Área estratégica:** contempla las estructuras de organización interna de la administración municipal. Concretamente, aquellos órganos destinados al fortalecimiento de la cooperación y colaboración entre los diferentes agentes intervinientes en la actividad turística. De este modo, su vinculación con el seguimiento del Plan Estratégico de Turismo permitirá continuar ejerciendo una gestión coordinada basada en el concepto de la gobernanza turística. Por este motivo, a continuación, se identifican las figuras clave en la puesta en marcha del plan, así como los entes de coordinación que permitirán ejercer un desarrollo sinérgico y ordenado:
 - **Figura dedicada al liderazgo del Plan Estratégico de Turismo:** área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Ribarroja de Túria.
 - **Figuras complementarias:** áreas vinculadas con el objeto principal de cada actuación y encargadas de su implantación.
 - **Entes de coordinación y cooperación:**
 - **Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo:** ente disponible en la actualidad en el destino. Entre sus funciones se encuentra la monitorización de la eficacia y el seguimiento de las acciones incluidas en el Plan Estratégico de Turismo. Por ello, mediante este órgano local se promoverá el diálogo entre las diferentes áreas de la administración, a fin de asegurar la correcta implantación del conjunto de actuaciones contempladas en el Plan Estratégico de Turismo.

- **Smart Office:** será la encargada de recopilar el conjunto de datos vinculados con los indicadores de seguimiento de las actuaciones del plan de acción, así como de seguimiento de los retos del plan, realizándose así un proceso de medición. Los datos obtenidos se trabajarán mediante un cuadro de mando del destino con sistema semafórico, el cual permita identificar rápidamente los cumplimientos y desviaciones observados.

Con todo ello, se elaborarán informes de seguimiento anuales y un informe global de resultados del plan una vez haya finalizado el periodo de vigencia.

- **Consejo Municipal de Turismo:** el área de Turismo y Patrimonio, mediante este órgano público-privado se encargará de transmitir al empresariado turístico los avances del Plan Estratégico de Turismo, informando de los resultados obtenidos tras la medición.
- **Área operativa:** el plan de acción del destino se estructura en torno a un conjunto de planes operativos anuales (véase tabla 19) con el objetivo de facilitar la implantación ordenada, siguiendo una planificación temporal estipulada bajo una triple visión: técnica, empresarial-social y política. Gracias a la participación de los diferentes colectivos en la priorización de actuaciones, el destino cuenta con una batería de planes operativos que facilitan el seguimiento y control de las actuaciones cuatrimestral y anualmente.

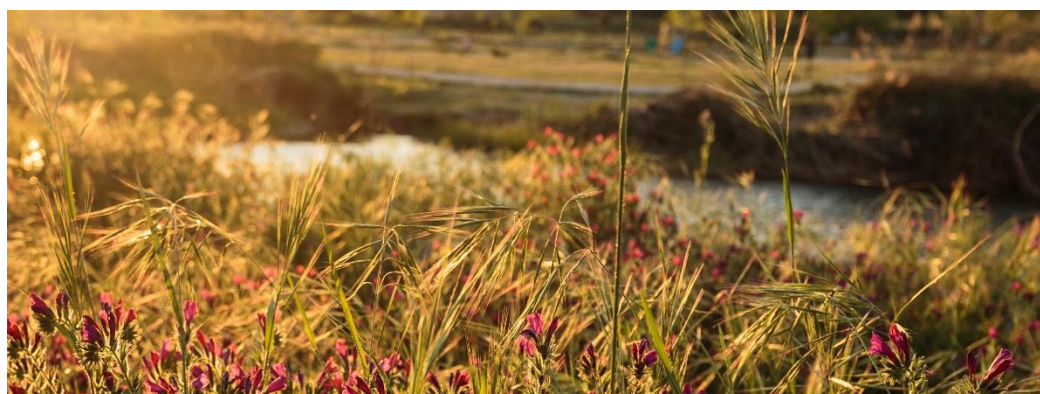


Tabla 19: relación de planes operativos 2023-2027

Plan de acción	
Plan operativo 2023	13 nuevas
Plan operativo 2024	5 nuevas 9 continuación
Plan operativo 2025	3 nuevas 9 continuación
Plan operativo 2026	4 nuevas 7 continuación
Plan operativo 2027	2 nuevas 9 continuación

Fuente: elaboración propia

- **Área de seguimiento:** el procedimiento de seguimiento y control incluye una serie de indicadores generales (véase tabla 20) que permitirán conocer el estado de ejecución del Plan Estratégico de Turismo de Ribera-roja de Túria.

Tabla 20: indicadores generales del Plan Estratégico de Turismo de Ribera-roja de Túria 2023-2027

Indicador	Periodicidad
Porcentaje de ejecución del plan de acción según anualidad	Anual
Porcentaje de ejecución del plan de acción a escala global	Anual y quinquenal
Porcentaje de cumplimiento de cada reto específico mediante los indicadores de las actuaciones	Anual y quinquenal
Nivel de satisfacción del sector y la población local con respecto al PET	Quinquenal

Fuente: elaboración propia

Asimismo, las diferentes actuaciones que conforman el plan de acción y los planes operativos incluyen un sistema de seguimiento con indicadores. Cada una de las actuaciones impacta directamente sobre el cumplimiento de los

retos del destino, por lo que la batería de indicadores disponible permitirá realizar a su vez un seguimiento del estado de situación de cada reto específico (véase tabla 21). Cabe destacar la necesidad de que la Smart Office recoja en su cuadro de mando la relación de actuaciones e indicadores según reto con el fin de presentar visualmente la situación con respecto al estado de cada actuación y reto, facilitando de este modo el seguimiento a través de las herramientas disponibles.

Tabla 21: alineación de actuaciones e indicadores según reto específico

Código	Reto específico	Nº actuaciones	Nº indicadores
R.E 1	Fomentar la cooperación con los diferentes agentes sociales del destino y de su entorno.	2 actuaciones	4 indicadores
R.E 2	Propiciar la mejora continua entre el sector a través de la formación y la implantación de sistemas de calidad turística.	3 actuaciones	19 indicadores
R.E 3	Redistribuir flujos turísticos en el destino y potenciar la unión de los recursos turísticos entre sí y con el núcleo urbano.	3 actuaciones	9 indicadores
R.E 4	Desarrollar una toma de decisiones basada en el dato y la medición.	3 actuaciones	7 indicadores
R.E 5	Incorporar al destino en programas nacionales asociados al modelo de gestión DTI.	2 actuaciones	4 indicadores

R.E 6	Trabajar la promoción turística del destino en base a una estrategia definida.	4 actuaciones	11 indicadores
R.E 7	Apoyar al sector en materia de creación y comercialización de experiencias turísticas.	3 actuaciones	7 indicadores
R.E 8	Apostar por la cultura, y concretamente por el legado visigodo, como elemento de distinción turística del destino.	5 actuaciones	18 indicadores
R.E 9	Ejercer un desarrollo equilibrado y sostenido de los recursos naturales como elementos de atracción turística de Riba-roja.	3 actuaciones	10 indicadores
R.E 10	Aumentar los servicios turísticos ofrecidos.	2 actuaciones	4 indicadores
R.E 11	Fomentar la creación de empleo a través del emprendimiento turístico.	2 actuaciones	3 indicadores
R.E 12	Adaptar las infraestructuras turísticas del destino al cambio climático.	2 actuaciones	5 indicadores
R.E 13	Potenciar la sensibilidad del empresariado y sociedad con el turismo y la ética turística.	2 actuaciones	8 indicadores

R.E 14	Concienciar a los visitantes en materia de educación ambiental y ética turística.	2 actuaciones	11 indicadores
R.E 15	Incrementar la accesibilidad de los recursos turísticos del destino.	3 actuaciones	10 indicadores

Fuente: elaboración propia

Para finalizar con el seguimiento del plan, el área de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Riba-roja de Túria elaborará una **encuesta de satisfacción** dirigida al sector turístico y población en general, a fin de conocer la opinión de los agentes sociales con respecto a la implantación del plan una vez concluido. Los datos obtenidos permitirán responder a uno de los indicadores de seguimiento general del Plan Estratégico de Turismo.



ANEXOS

Anexo I – Recursos complementarios relevantes

	MONUMENTOS	
	Ayuntamiento de Riba-roja de Túria	Recurso integrado en la Ruta Urbana del Agua
	Llavor Vell	
	Casa de l'Advocat	Recurso declarado Bien de Relevancia Local
	Pozos de la huerta	Alguno de estos recursos se encuentra integrado en la Ecoruta Traver – Camí del Quint
	MONUMENTOS ARQUEOLÓGICOS	
	Fonteta Ràquia	Recurso íbero ubicado en el valle de Porxinos
	Pou de la Sargueta	Recurso declarado Bien de Relevancia Local perteneciente a la época romana
	Acueducto - Barranco de Porxinos	Recurso de época romana incluido en la Ecoruta Valle de Porxinos – Vía Pecuaria de Cheste
	Torre Árabe y Plaza de la Torre	Recurso perteneciente al recinto amurallado de época árabe
	Cementerio morisco "La Maqbara"	-
	PATRIMONIO BÉLICO	
	Trincheras y refugio antiaéreo del Colegio Cervantes	Recurso integrado en la Ruta Caminando entre búnkeres y trincheras, disponiendo a su vez de un Tour 360° virtual
	MUSEOS	
	Museo de Cerámica del Castillo (MUCA)	Recurso integrado en la visita guiada realizada por el Castillo
Espai d'Art Contemporani (E_CA)		

Anexo II – Resultados sobre la priorización de actuaciones por los actores del destino

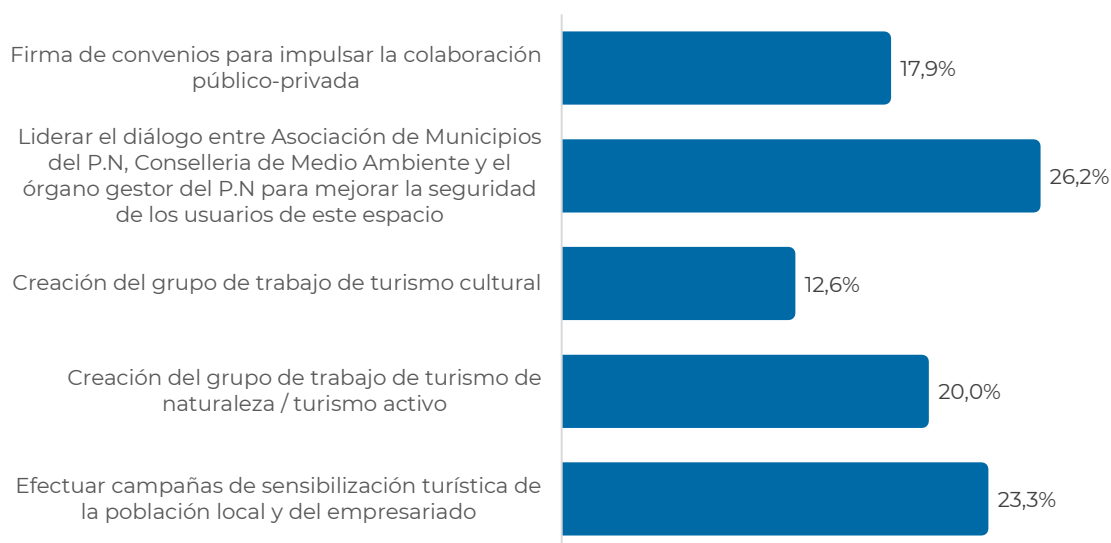
Una vez establecidas las líneas estratégicas y el borrador del Plan de Actuaciones, se procedió, en primer lugar, a la validación de éste con las técnicas responsables del área de Turismo y Patrimonio de Riba-roja de Túria. Posteriormente, se ha iniciado la fase de participación focalizada en la priorización de actuaciones.

La metodología aplicada para la recopilación de datos ha sido la técnica del cuestionario. Éste se ha estructurado en un total de 9 preguntas de respuesta múltiple, en las que se han mostrado de 2 a 7 actuaciones por cada uno de los ocho ejes abordados en el Plan Estratégico de Turismo. De estas actuaciones, los agentes del destino han podido seleccionar entre 1, 2 o 3 actuaciones que, según su expertise, han considerado las más prioritarias o relevantes para el destino. El cuestionario, además de ser enviado desde el área de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Riba-roja, se ha insertado en la App municipal del destino, consiguiendo la participación de 40 agentes. Concretamente, de estas 40 personas, un 17,5% representa a actores públicos, un 12,5% al empresariado turístico y el 70% restante a la sociedad civil.

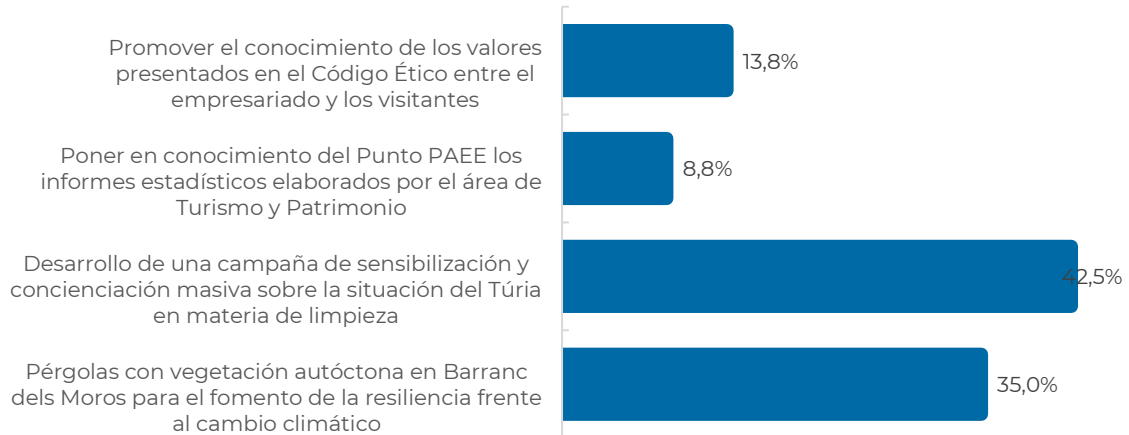
El cuestionario ha permanecido abierto durante 10 días y desde el área de Turismo y Patrimonio de Riba-roja, se han enviado diversos recordatorios para obtener un mayor número de respuestas, sobre todo, al empresariado turístico.

A continuación, se presenten los resultados obtenidos por ejes:

GOBERNANZA



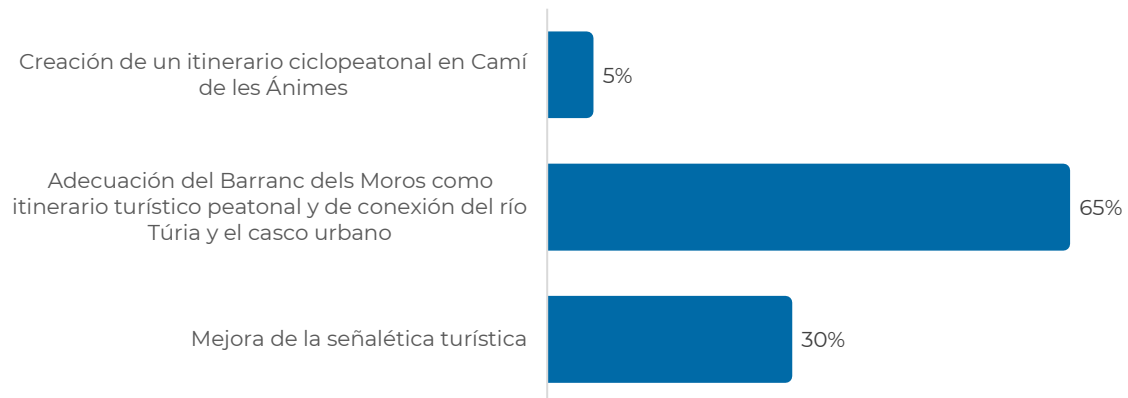
SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA



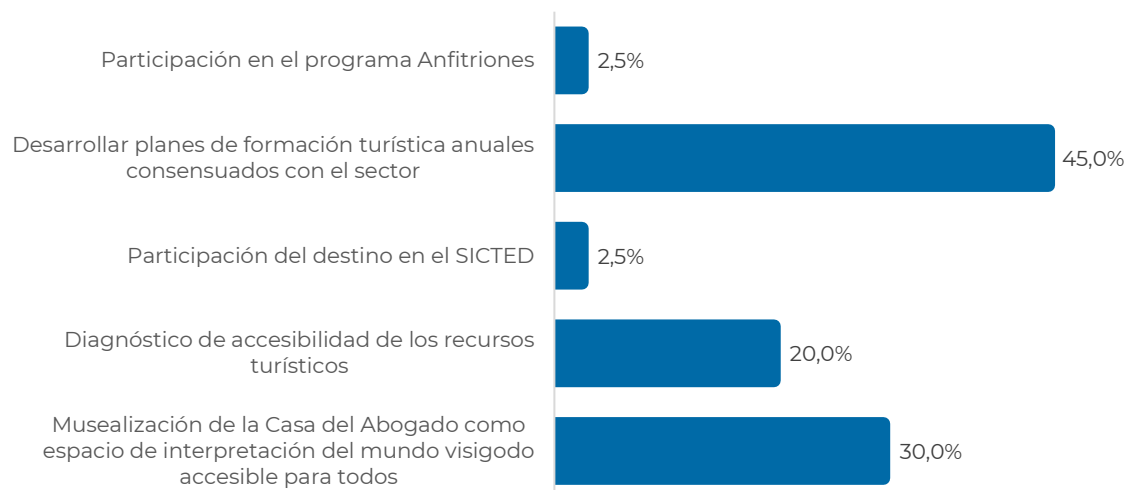
GESTIÓN INTELIGENTE



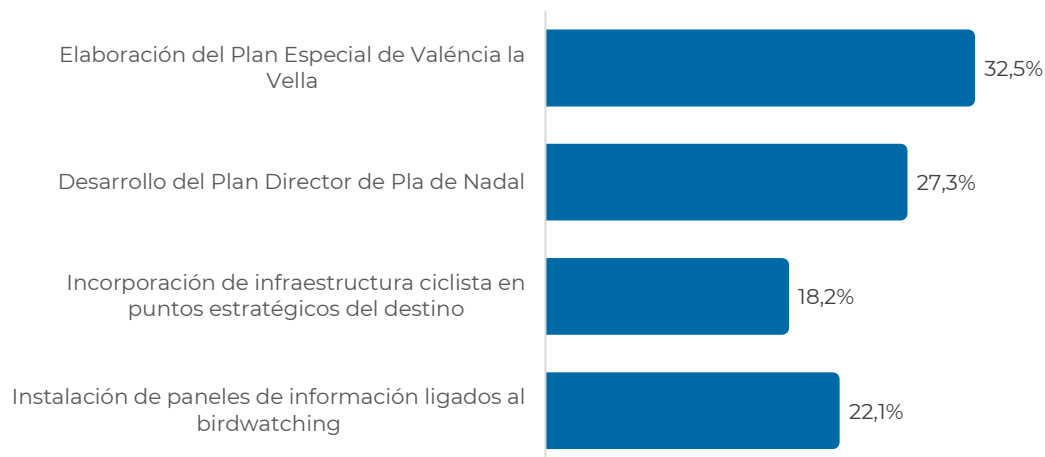
VERTEBRACIÓN TURÍSTICA



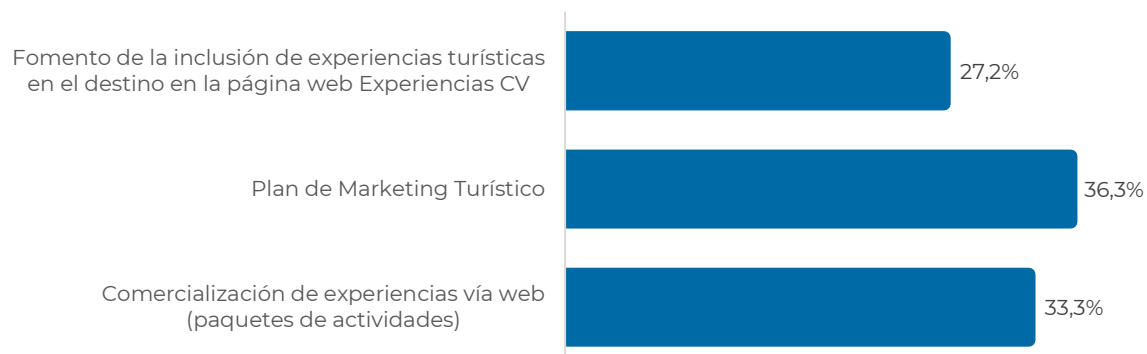
TURISMO DE CALIDAD PARA TODOS



PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS



PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



Anexo III – Cronograma de actuaciones

ACTUACIÓN	2023				2024				2025				2026				2027			
GOBERNANZA																				
Firma de convenios para impulsar la colaboración público-privada	■																			
Liderar el diálogo entre Asociación de Municipios del P.N, Conselleria de Medio Ambiente y el órgano gestor del P.N para mejorar la seguridad de los usuarios de este espacio	■	■	■	■																
Creación del grupo de trabajo de turismo cultural					■															
Creación del grupo de trabajo de turismo de naturaleza / turismo activo					■															
Efectuar campañas de sensibilización turística de la población local y del empresariado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

SOSTENIBILIDAD															
Promover el conocimiento de los valores presentados en el Código Ético entre el empresariado y los visitantes	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Poner en conocimiento del Punto PAEE los informes estadísticos elaborados por el área de Turismo y Patrimonio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo de una campaña de sensibilización y concienciación masiva sobre la situación del Túria en materia de limpieza		■													
Pérgolas con vegetación autóctona en Barranc dels Moros para el fomento de la resiliencia frente al cambio climático									■						
GESTIÓN INTELIGENTE															
Incorporar al destino a la red DTI nacional											■	■			
Estudio de viabilidad de desarrollo del turismo MICE en el destino													■	■	

Realización de informes cuatrimestrales interpretativos de las estadísticas del destino (OIT, RRSS, web, escaparate) y publicar en apartado profesional de la web	[Teal bar]																			
VERTEBRACIÓN TURÍSTICA																				
Creación de un itinerario ciclopeatonal en Camí de les Ànimes																				
Adecuación del Barranc dels Moros como itinerario turístico peatonal y de conexión del río Túria y el casco urbano																				
Mejora de la señalética turística																				
TURISMO DE CALIDAD PARA TODOS																				
Participación en el programa Anfitriones	[Green bar]																			
Desarrollar planes de formación turística anuales consensuados con el sector	[Green bar]																			

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN															
Fomento de la inclusión de experiencias turísticas en el destino en la página web Experiencias CV															
Plan de Marketing Turístico															
Comercialización de experiencias vía web															

Anexo IV – Objetivos de Desarrollo Sostenible

En el marco de su 70 edición, la Asamblea General de las Naciones Unidas celebrada en septiembre de 2015 en Nueva York, adoptó en la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, la Agenda 2030. Esta herramienta se consolida como un Plan de Acción que insta a como objetivo global, el avance hacia sociedades más justas e inclusivas, encontrándose a favor de los derechos humanos, el planeta y la prosperidad. Un plan, que por ende, evidencia el compromiso de todos los Estados para trabajar en base a la paz universal y el acceso a la justicia.

Para trabajar en base a este objetivo, se establecen los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como ODS u Objetivos de Desarrollo del Milenio. 17 indicadores compuestos por 169 metas que permitirá evaluar a cada Estado desde un ámbito económico, social y ambiental.

ODS	DESCRIPCIÓN
 <p>1 FIN DE LA POBREZA</p>	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. Lograr que se alcance este objetivo supone fomentar un crecimiento económico que promueva la igualdad y que sea sostenible
 <p>2 HAMBRE CERO</p>	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida de todos
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas



Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos



Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos



Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos



Industria, innovación e infraestructuras



Reducir la desigualdad en y entre los países



Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles



Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos



Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible



Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de la biodiversidad



Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas



Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible