

SEMINARIO INTERNACIONAL

Renovación y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral



BLOQUE TEMÁTICO 2

Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.

UNIVERSIDAD DE ALICANTE



Institut Universitari d'Investigacions Turístiques
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas

Plan Nacional
de I+D+i
2008 - 2011

24-25
Noviembre
2011

COMUNICACIONES

BLOQUE TEMÁTICO 2

Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.

EL PAPEL DEL TURISMO NÁUTICO EN APULIA (ITALIA) COMO ELEMENTO DE RENOVACIÓN

Lucrezia López

Departamento de Geografía, Universidad de Santiago de Compostela

TURISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS, ORDENAMIENTO TERRITORIAL E TURÍSTICO EM ESCALA MUNICIPAL: UM NOVO OLHAR PARA GUARATUBA NO LITORAL DO PARANÁ.

Renata Maria Ribeiro, Margarete Araujo Teles y Marcos Aurelio Tarlombani Da Silveira
Universidad Federal de Paraná, Brasil

LA POLÍTICA TURÍSTICA EN CANCÚN COMO DESTINO TURÍSTICO MADURO, ¿RENOVAR O REPLICAR?

Ana Pricila Sosa Ferreira y Alfonso de Jesús Jiménez Martínez

Departamento de Turismo Sustentable Hotelería y Gastronomía de la Universidad del Caribe, México

ETAPAS DEL CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO COZUMEL (MÉXICO)

Romano Gino Segrado Pavón, Karina Amador Soriano, Juana Jiménez Jiménez y Lucinda Arroyo Arcos.

División de Desarrollo Sustentable de la Universidad de Quintana Roo, Cozumel

LA MANGA CONSORCIO. INSTRUMENTO DE GOBERNANZA EN UN ESPACIO TURÍSTICO SINGULAR DEL SURESTE DE ESPAÑA.

Cayetano Espejo Marín y Ramón García Marín

Universidad de Murcia

LA REESTRUCTURACIÓN DE LOS DESTINOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL CASTELLONENSE: EL CASO DE BENICÀSSIM (CASTELLÓN, COMUNITAT VALENCIANA).

Diego López Olivares y Juan Bautista Ferreres Bonfill

Universitat Jaume I de Castellón

LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA COMO ESTRATEGIA CLAVE PARA LA REACTIVACIÓN DE DESTINOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL: LA REINVENCIÓN DE CULLERA (ESPAÑA).

Daniel Díez Santo

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante

Enrique Gandia Álvarez

Museo de Historia y Arqueología de Cullera

LOS AGENTES SOCIALES Y LA POLÍTICA URBANÍSTICO-TURÍSTICA: PERCEPCIÓN Y PERFORMATIVIDAD. EL CASO DE LAS DIRECTRICES DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y DEL TURISMO DE CANARIAS.

Pablo Rodríguez Gonzáles

IESA - CSIC - Córdoba

Manuel Ángel Santana Turégano

Universidad de La Laguna

REACTIVANDO LA "GROWTH MACHINE" DE SOL Y PLAYA: EL PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN DE LA PLAYA DE PALMA (MALLORCA).

Ismael Yrigoy, Antoni Artigues y Macià Blazquez

Universitat de les Illes Balears

BLOQUE TEMÁTICO 2

Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.

LA REGENERACIÓN URBANA EN LA RESTRUCTURACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DEL CONFLICTO. EL CASO DE CALPE.

José Francisco Perles Ribes

Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Calpe
Departamento de Análisis Económico Aplicado de la Universidad de Alicante
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas

GANDIA Y SUS PRÁCTICAS DE RENOVACIÓN TURÍSTICA

Emilio M. Obiol Menero y Adrián Ferrandis Martínez

Universitat de València e Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local

DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS ANTE EL CAMBIO DEL MODELO TURÍSTICO: COSTA DEL SOL OCCIDENTAL.

José Antonio Marín Moyano

Técnico en Turismo, Junta de Andalucía

Enrique Navarro Jurado

Dpto. de Geografía, Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga

RENOVACIÓN DE DESTINOS LITORALES MADUROS A PARTIR DEL PATRIMONIO CULTURAL: PLAN COSTA BLANCA CULTURA.

Rosario Navalón García y Elisa Rico Cánovas

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas
Universidad de Alicante

LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA COMO ESTRATEGIA CLAVE PARA LA REACTIVACIÓN DE DESTINOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL: LA REINVENCIÓN DE CULLERA (ESPAÑA)

Autores:

Daniel Díez Santo

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas.
Universidad de Alicante
daniel.diez@ua.es

Enrique Gandia Álvarez

Museo de Historia y Arqueología de Cullera
Concejalía de Patrimonio Histórico y Museos.
Ayuntamiento de Cullera
sam_museu@cullera.es

RESUMEN

Cullera representa uno de los primeros destinos vacacionales que se desarrollaron en la costa mediterránea al amparo del turismo masivo de sol y playa. Desde los años sesenta del siglo pasado, Cullera se convirtió en uno de los destinos predilectos para la demanda vacacional del centro de España y para muchos mercados europeos entre los que destacaba el francés. A partir de los años noventa, Cullera empieza a estancarse ante la aparición de nuevos destinos competidores y el aletargamiento de la oferta turística local.

Con el cambio de siglo, el destino empieza a trabajar en la diversificación de productos turísticos como una ventaja comparativa y competitiva, que resulta totalmente factible gracias a la disponibilidad innata, variedad y singularidad de recursos potencialmente turísticos y susceptibles de articularse como nuevos productos con capacidad desestacionalizadora.

En este sentido, planes y programas como el Plan de Dinamización del Producto Turístico “Cullera de Nou” (financiado de forma tripartita por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Conselleria de Turisme y el Ayuntamiento de Cullera), el Plan “Cullera Impuls” (financiado por los fondos europeos FEDER), o el Programa 1% Cultural (financiado a través del Ministerio de Fomento), han resultado claves para poner en funcionamiento cuatro productos altamente competitivos: el turismo gastronómico basado en la elaboración tradicional de arroces; el turismo natural desarrollado al amparo espacios marjalencos y extensos arrozales; el turismo náutico en la desembocadura del río Júcar, la costa brava y las interminables playas de Cullera; y el turismo cultural vinculado a un rico y singular patrimonio histórico tanto material como inmaterial.

El objetivo de la presente comunicación pasa por analizar la evolución del destino, las razones de su estancamiento y el efecto dinamizador que pueden suponer las políticas públicas y experiencias público-privadas puestas en funcionamiento para la reactivación de la actividad turística de Cullera.

PALABRAS CLAVE: Cullera, reactivación, destinos litorales, diversificación turística

1. ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CULLERA: DEL DESARROLLISMO INCONTROLADO AL PREVISIBLE DECLIVE

Cullera constituye uno de los casos más precoces y paradigmáticos del desarrollismo vinculado al influjo del turismo de masas litoral del levante español. Sin embargo, hasta finales de los años cincuenta, Cullera era un municipio esencialmente rural dedicado eminentemente a labores agrícolas (productos de la huerta, cítricos y arroz) y actividades pesqueras que aprovechaban la desembocadura del río Júcar para el abrigo de sus embarcaciones. Aún en 1965, el 55% del núcleo urbano de Cullera (unas 35 ha), estaban todavía ocupadas por edificaciones de una sola planta, mientras que las de más de cuatro sólo representaban un 2% del territorio (Arroyo, 1980). De igual modo, este carácter rural quedaba patente en el débil crecimiento demográfico, del 18% a comienzos del siglo XX, mientras que la media nacional del periodo rondaba el 63% (Cuco y Romero, 1978).

Sin embargo, ya en los años 60, cuando todavía se estaba fraguando el posterior “boom turístico”, se cifraban en 15.879 los visitantes recibidos por Cullera, ello sin considerar el gran número de veraneantes que ocupaban viviendas propias o alquilaban apartamentos. A mediados de los años 60, Cullera disponía de tres hoteles, tres pensiones y cuatro casas de huéspedes que reunían 374 plazas de alojamiento; el Camping Santa Marta que contaba con 750 plazas; y 4.272 apartamentos que representaban más de 18.500 plazas (Informe PREVASA, 1967).

El desarrollo turístico-residencial se multiplica de forma espectacular a partir de 1965, sobre todo al amparo del nuevo Plan General de Ordenación Urbana que pretende ordenar la creciente demanda de apartamentos junto al mar (San Antonio, Racó y zona del Faro), pero que resulta excesivamente tolerante y favorece el máximo interés privado, dando como resultado la radical transformación de un paisaje característico y la aparición de una auténtica ciudad nueva. Lo que antes eran caminos rurales se convierten en avenidas y las casas y viviendas tradicionales en torres de apartamentos. También se produce un rápido crecimiento de la población que alcanza el 32,6% de 1960 a 1976, sobre todo favorecido por la llegada de inmigrantes en busca de trabajo en el sector secundario y terciario, al tiempo que se produce la pérdida de más del 30% de la población activa del sector primario (Arroyo, 1980).

El hecho fundamental de esta etapa de expansión del turismo masivo en el litoral mediterráneo es la producción de áreas marcadas por la homogenización en las formas de creación de oferta, la primacía del sol y playa como motivos de atracción, la fuerte concentración espacial, la ruptura de los anteriores modelos de organización del territorio y la consiguiente reorganización del espacio litoral. Estos rasgos territoriales, inherentes a la masividad del fenómeno, junto con la difusión de nuevas prácticas de organización empresarial, permiten hablar de patrones de producción *fordistas*, cuyo mejor reflejo es el incremento de las cifras de afluencia hacia las áreas receptoras y el crecimiento de su oferta de alojamiento (Santos y Fernández, 2010).

A finales de los años sesenta empiezan a llegar a Cullera de forma masiva turistas nacionales procedentes de Madrid y turistas internacionales sobre todo de Francia y Alemania. A estos flujos turísticos se suma la demanda que tiene su origen en el tradicional veraneo valenciano, tanto de la vecina capital, como de las poblaciones próximas de la ribera alta y baja del río Júcar. Asimismo, en paralelo a la construcción de bloques de viviendas y la creación de nuevas plazas de alojamiento, se desarrolla una intensa oferta de ocio nocturno constituida por numerosas salas de fiesta y discotecas.

Los años setenta fueron para Cullera momentos de gran desarrollismo en los que todo era nuevo: un destino privilegiado con pocos competidores, la oferta de alojamiento y de apartamentos, el ocio nocturno y la multiculturalidad de una demanda vacacional masiva, poco exigente, deseosa y complacida de disfrutar del binomio sol y playa. Además, a comienzos de esa década se crea el Centro de Iniciativas Turísticas de Cullera, una asociación eminentemente empresarial (agencias de viajes, hoteles, inmobiliarias, comercios, etc.), que contaba con el apoyo del Ayuntamiento pero dotada de una gestión propia y la suficiente capacidad de maniobra como para organizar diferentes actividades y eventos turísticos (“El día del turista”, “Miss Turista”, “Galardones la Naranja de Oro”, conciertos, etc.); acciones promocionales como la asistencia a ferias de turismo o la pintada del nombre “Cullera” en la montaña de les Rabosses¹; la edición de folletos; y la información al turista a través de una oficina permanente. El relevo al CIT de Cullera, lo toma en 1986 el Consell Municipal de Turisme, presidido por el Concejal de Turismo y con una menor componente empresarial en su órgano directivo.

Poco a poco, conforme avanzan los años 80, el desarrollismo inicial va perpetuando progresivamente una ralentización que se hace del todo manifiesta en 1988. Esta situación se enmarca en un contexto nacional de recesión del turismo de masas como consecuencia de la destrucción sistemática del entorno natural, la creación de aglomeraciones urbanísticas mal

¹ Con el fin de promocionar el destino y hacer más visible la ciudad, sobre todo desde las carreteras que recorren el litoral (actual autopista AP-7), se toma la determinación de pintar un gran letrero con la palabra Cullera sobre la misma roca de la montaña.

dotadas, la falta de infraestructuras básicas, la contaminación acústica y el aumento del valor de la peseta. A estos problemas se suman disfunciones locales como la falta de camas hoteleras, la generalización de la oferta ilegal de apartamentos, la precaria dotación de servicios generales, la falta de espacios verdes e instalaciones públicas de carácter deportivo, lúdico y cultural (Llopis y Torres, 1989). En 1989, se redacta un nuevo Plan General de Ordenación Urbana que finalmente no es aprobado, habiendo de esperar hasta 1993 para la redacción y aprobación del PGOU que rige en la actualidad.

En líneas generales, los principales signos que anticipan el declive de los destinos turísticos giran en torno a cuatro tendencias definitorias: disminución del flujo de visitantes (llegada de turistas, pernoctaciones, estancia media y concentración estacional de la demanda); disminución de los elementos que definían la calidad del destino turístico (gasto medio de los turistas, cambios en la composición del flujo de turistas y disminución de la calidad de la oferta turística); dificultades para garantizar un turismo sostenible (congestión y masificación, tensiones entre residentes y turistas, disminución de la calidad de vida e insuficiencias en infraestructuras y servicios); y factores exógenos (crisis políticas, terrorismo, precio del petróleo, coste del viaje, factores ambientales, amenaza de competidores, etc.) (TNO-Inro, 2002; Vera, López, Marchena y Antón, 2011).

En concordancia casi fidedigna con el Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Butler (1980), Cullera pasa del estancamiento de finales de los años ochenta al posterior e imparable declive de los años noventa. Este proceso viene motivado por una oferta de apartamentos que empieza a quedar anticuada y desfasada para los gustos de una demanda cada vez más exigente, una oferta hotelera que sigue sin crecer, la aparición y el desarrollo de nuevos destinos emergentes más competitivos en precios y ofertas, la existencia de una excesiva especialización productiva basada en el turismo de sol y playa que agudiza año tras año la estacionalidad y la reducción de la estancia media y una progresiva desaparición del ocio nocturno en favor de los intereses de residentes familiares y de la tercera edad que prefieren la tranquilidad.

La interpretación conceptual en el marco de la teoría del ciclo de vida de los destinos, indica que la madurez constituye la fase crítica desde la que se puede transitar hacia la decadencia (Antón, Fernández y González, 2007; Wallingre, 2009), pero también reorientarse hacia la reinención, mediante políticas de reestructuración, renovación y recualificación (Ivars, 2003).

Con el cambio de siglo, los problemas de Cullera se acentúan todavía más como consecuencia de la crisis global del sistema financiero, el “estallido” de la burbuja inmobiliaria y el aumento imparable de las tasas de desempleo. En este duro contexto para todos los destinos, Cullera ve su oportunidad dejando atrás la añoranza de unos tiempos mejores y apuesta decididamente por

elevar su competitividad a través de la diversificación de productos turísticos aprovechando planes y programas como el Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera (“Cullera de Nou”), el Plan Cullera Impuls y el Programa 1% Cultural del Ministerio de Fomento.

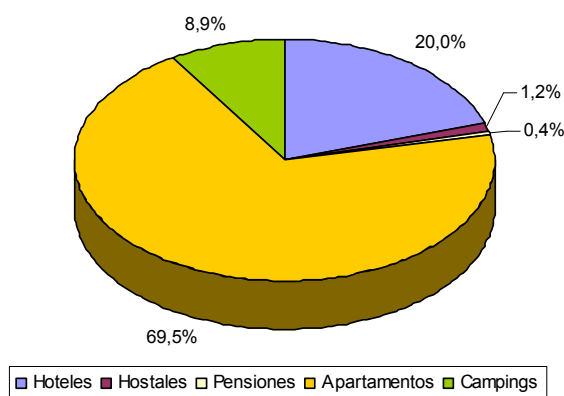
2. SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL Y NUEVOS PROYECTOS URBANÍSTICOS PARA EL DESTINO CULLERA

En la actualidad, la mayor parte de los destinos litorales pretenden acometer procesos de reestructuración y renovación, ante los problemas y contradicciones que derivan del crecimiento acelerado de los últimos decenios y el necesario ajuste de los destinos turísticos que han de hacer frente a las nuevas motivaciones de la demanda (Vera, López, Marchena y Antón, 2011).

2.1. La oferta turística de Cullera

Actualmente, Cullera cuenta con 6.055 plazas de alojamiento reglado reunidas en su mayor parte bajo la tipología de apartamento (69,5%). La oferta hotelera todavía es muy reducida y está conformada por 12 hoteles (1.210 plazas), aunque la mayor parte de las plazas se agrupan en dos hoteles de 4 estrellas de reciente construcción (Hotel Santamarta y Hotel Holiday Cullera). Junto a la anecdótica presencia de tres hostales y dos pensiones, la oferta de alojamiento de Cullera se diversifica gracias a la presencia de un camping de primera categoría que dispone de 540 plazas (Camping Santa Marta) (vid. Gráfico 1).

Gráfico 1: Distribución de las plazas de alojamiento reglado de Cullera (2010)



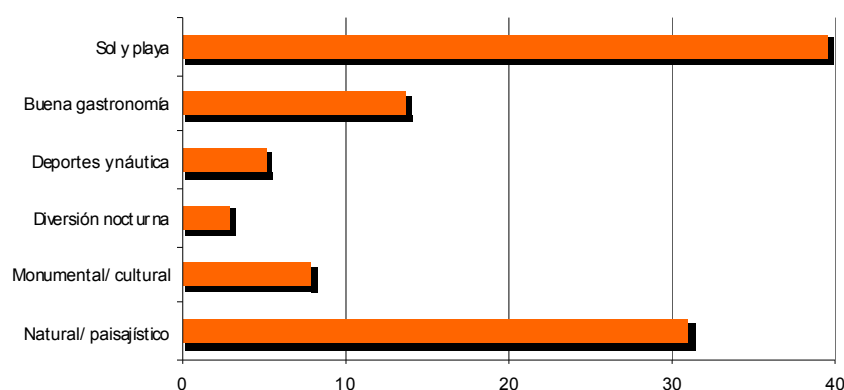
Fuente: Agencia Valenciana del Turisme. Registro de empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana.

Sin embargo, la oferta de alojamiento del destino es muy superior a lo que evidencian las estadísticas oficiales que se refieren únicamente a la oferta legal. Cullera ofrece al turista una amplia oferta de viviendas que son alquiladas de forma ilegal (plazas no regladas). Prueba de ello es la estimación de 18.768 viviendas de potencial uso turístico que representan más de 65.500 plazas (Censo de Población y Viviendas del INE, 2001 actualizado a través del Observatorio Valenciano de la Vivienda). Este hecho eleva la capacidad alojativa del destino hasta casi 72.000 plazas de alojamiento.

2.2. La demanda turística de Cullera

En 2008, la demanda que visita el destino sigue haciendo prácticamente lo mismo que hace 50 años, cuestión que queda de manifiesto en el estudio de la demanda realizado en 2009. En dicho estudio se comprueba que el 79% de los turistas indican la necesidad de descansar y un 63,89% el ir a la playa, como motivos principales para visitar Cullera. Motivaciones prototípicas de los segmentos dominantes en Cullera, es decir, el segmento familiar y de tercera edad. En este sentido, antes de apostar por la estrategia de diversificación turística, el destino es asociado básicamente al producto sol y playa y a una versión contemplativa de utilización del paisaje natural. Otros productos como la gastronomía, la náutica o el turismo cultural, se intuyen tenuemente por parte de la demanda sin ser identificados de una forma nítida como valores turísticos definitorios del destino (vid. Gráfico 2).

Gráfico 2. Atributos asociados al destino por parte de la demanda turística (2008)



Fuente: Estudio de la demanda turística de Cullera, 2009.

2.3. Nuevos desarrollos urbanísticos previstos para la Cullera del siglo XXI

El PAI Bega-Port, conocido popularmente como “el Manhattan de Cullera” arrancó en 2005, fue aprobado por la Generalitat Valenciana en 2007 y finalmente aprobado en pleno extraordinario del Ayuntamiento de Cullera en 2010, tras obtener todos los permisos y hacer frente a diferentes alegaciones interpuestas en materia de infraestructuras de acceso y disponibilidad de recursos hídricos.

Fig. 1. Situación actual parcela PAI Bega-Port vs. Maqueta proyecto.



El proyecto original contempla la parcelación de 610.340 m² para la construcción de 33 torres de 25 alturas y 2 torres de 40 alturas, que supondrán 4.883 nuevas viviendas (1.171 de protección pública) y 5 nuevos hoteles que aportarían 2.200 nuevas plazas hoteleras. Por otro lado, el proyecto contempla 98.000 m² de zonas verdes, 10.000 nuevas plazas de aparcamiento (1.000 subterráneas), un nuevo puerto deportivo, un palacio de congresos, dos colegios, un auditorio al aire libre y una nueva oficina de información turística.

Fig. 2. Recreaciones virtuales PAI Bega-Port.



En la actualidad, tras mejorar los accesos a través de nuevas rotondas y la construcción de un gran puente de seis carriles sobre el río Júcar, el proyecto permanece aparentemente inactivo a consecuencia de la actual crisis económica. No obstante, conforme al programa electoral del partido político ganador de las elecciones municipales de 2011, durante la presente legislatura se pretende poner en marcha, al menos, la construcción del nuevo puerto deportivo. Aunque este proyecto puede contribuir decisivamente a reactivar el destino con una oferta nueva de apartamentos, nuevas plazas hoteleras e infraestructuras tan necesarias para el destino como son los aparcamientos subterráneos, sería recomendable ampliar el número de edificios dedicados a uso hotelero, así como delimitar de una forma más nítida las áreas comerciales y zonas dedicadas al ocio nocturno.

3. PLANES Y PROGRAMAS PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DE CULLERA: UNA APUESTA POR LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA

3.1. El Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera

El Plan de Dinamización del Producto Turístico “Cullera de Nou” surge del convenio de colaboración firmado el 21 de octubre de 2008 entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Conselleria de Turisme de la Generalitat Valenciana a través de la Agència Valenciana del Turisme, el Ayuntamiento de Cullera, la Asociación de Empresarios de Hostelería de Cullera y su Comarca (AEHC) y la Asociación de Comerciantes y Empresarios de

Cullera (ACECU). En el citado convenio se declara al Ayuntamiento de Cullera como Destino Piloto para la aplicación de un Plan de Dinamización del Producto Turístico que persigue como objetivos generales el aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino, la mejora del medio urbano y natural del municipio, la ampliación y mejora de los espacios de uso público, la puesta en valor de recursos turísticos, la creación de nuevos productos, la sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de la calidad, y el aumento, diversificación y mejora de la oferta complementaria.

El Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera ha contado con un presupuesto de 2.145.000 euros, que se distribuye en tres anualidades, aunque se ha solicitado prórroga para poder culminar con las suficientes garantías los proyectos en curso.

Las actuaciones de partida impulsadas por el Plan se enmarcan en 16 proyectos iniciales: señalización e interpretación del destino; impulso a la gastronomía y el ocio; diseño de imagen corporativa; promoción y comercialización; revitalización comercial y hostelera; revitalización del empresariado turístico local; diseño y desarrollo de rutas ecoturísticas; optimización turística del río Júcar; revalorización turística del casco antiguo; comunicación y sensibilización local; rehabilitación turística del castillo de Cullera; optimización de nuevas tecnologías; movilidad y accesibilidad en destino; profesionalización de la gestión y planificación; creación de un observatorio turístico; y desarrollo del Centro de Formación Turística Integral.

3.2. El Plan “Cullera Impuls”

El objetivo general de este plan es mejorar el posicionamiento competitivo del municipio y la calidad de vida de la población local y visitante mediante un conjunto integrado de actuaciones encaminadas a atacar las debilidades e impulsar las potencialidades definidas en los siguientes ejes estratégicos: promover la inclusión y la cohesión social mediante actuaciones que mejoren la atención a colectivos desfavorecidos (infancia, personas dependientes, minorías étnicas y discapacitados), reducir la estacionalidad y precariedad del mercado de trabajo local; impulsar la economía local promoviendo la calidad y un mejor ajuste entre las necesidades de la demanda y la cualificación de la oferta de empleo; procurar el incremento de la cohesión social del municipio con actuaciones de mejora enfocadas a las áreas más desfavorecidas; poner en valor e insertar el importante patrimonio cultural y ambiental del municipio en el producto turístico local; asegurar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; y modernizar la administración local y poner en marcha estructuras y mecanismos de participación ciudadana, todo ello con la utilización de nuevas tecnologías de la información.

Dentro de las acciones con implicaciones turísticas previstas por el Programa Cullera Impuls destacan las vinculadas a la recuperación del patrimonio monumental de Cullera, a través del Plan Recuperación del Patrimonio Cultural y Medioambiental, cuyo eje principal de actuación ha sido la rehabilitación y consolidación de los bienes materiales y medioambientales para su amplia difusión social y la dinamización cultural en el ámbito local y turístico. En este sentido, se ha pretendido garantizar la accesibilidad física y mental del público a través de la adecuación del entorno mediante la dotación de espacios de esparcimiento y descanso, oferta gastronómica y de ocio, oferta comercial y artesanal. Todos estos elementos deben constituirse en un producto fácilmente identificable, regido por criterios de calidad.

Como acción específica de este plan, cabe destacar la rehabilitación de la Segunda Albacara del Castillo, declarada Bien de Interés Cultural, y que ha quedado rehabilitada en su totalidad. En definitiva, el Plan "Cullera Impuls" ha permitido, no sólo recuperar los elementos periféricos del conjunto fortificado del Castillo de Cullera sino también ofrecer nuevas formas de disfrutar del turismo cultural, senderista, deportivo y de naturaleza al combinar la posibilidad de realizar una visita a las torres de la Segunda Albacara con las rutas senderistas y los paseos por la montaña de Cullera, al estar conectadas directamente con el sendero de pequeño recorrido PR-CV 336. La idea de vertebración del conjunto de elementos potencialmente turísticos aquí ha sido empleada con toda su fuerza.

3.3. La contribución del programa 1% cultural

La Ley de Patrimonio Histórico, con el fin de proteger y salvaguardar el ingente patrimonio histórico-artístico español, establece la obligación de destinar en los contratos de obras públicas una partida de al menos el 1% a trabajos de conservación o enriquecimiento del Patrimonio Histórico Español o al fomento de la creatividad artística, con preferencia en la propia obra o en su entorno inmediato².

² El "uno por ciento cultural" es una medida de fomento que se contempla en el artículo 68 de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. En concreto, el 1% Cultural se genera reservando el 1% de los fondos aportados por el Estado en presupuestos de cada obra pública financiada total o parcialmente por el Estado y los presupuestos de obras públicas construidas y explotadas por particulares en virtud de concesión administrativa y sin la participación financiera del Estado. Sin embargo, se consideran exentas de esta obligación las obras cuyo presupuesto total no exceda de los 601.012,10 € y las obras que afecten a la seguridad y defensa del Estado, así como a la seguridad de los servicios públicos.

En concreto, el 1% Cultural se genera reservando el 1% de los fondos aportados por el Estado en presupuestos de cada obra pública financiada total o parcialmente por el Estado y los presupuestos de obras públicas construidas y explotadas por particulares en virtud de concesión administrativa y sin la participación financiera del Estado. Sin embargo, se consideran exentas de esta obligación las obras cuyo presupuesto total no exceda de los 601.012,10 € y las obras que afecten a la seguridad y defensa del Estado, así como a la seguridad de los servicios públicos.

Para la aplicación del 1% Cultural, existen dos opciones:

Opción A: Los entes públicos inversores pueden efectuar retenciones de crédito o ingresos en el Tesoro Público para su posterior transferencia y consignación en el presupuesto del Ministerio de Cultura. Éste se encargará de su ejecución invirtiendo en los Planes Nacionales de Conservación del Patrimonio y en adquisición de bienes culturales. Esta opción es utilizada, por ejemplo, por el Ministerio de Medio Ambiente, con el que el Ministerio de Cultura ha firmado el Convenio de actuación conjunta (2009-2012), en el que se definen los siguientes programas de actuación para la conservación del Patrimonio Histórico: Programa de Desarrollo Rural Sostenible (Ley 45/2007); Investigación histórica sobre ingeniería civil y difusión; Programa de jardines históricos; Programa de obras hidráulicas de interés histórico, incluyendo su estudio e investigación; Programa de vías pecuarias o zonas naturales de interés ecológico; Programa de recuperación de infraestructuras públicas para actividades ambientales; Planes Nacionales de Conservación del Patrimonio; y Programa de recuperación de yacimientos arqueológicos. En este sentido, la Comisión Mixta Medio Ambiente-Cultura decide sobre los proyectos que se van a realizar, mientras que la gestión y tramitación administrativa corresponde exclusivamente al Ministerio de Cultura.

Opción B: Los entes inversores gestionan el 1% Cultural que ellos generan y se articula a través de los siguientes mecanismos:

- Autorización administrativa de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales (MCU), que es necesaria en los casos en que no existe un convenio bilateral entre Cultura y el departamento inversor. Esta autorización no menoscaba las autorizaciones administrativas que en su caso deban realizar las Comunidades Autónomas, en base a las competencias que tienen asumidas en materia de Patrimonio Histórico.

- Convenio con el Ministerio de Fomento (2009-2012) para llevar a cabo: Programa de obras públicas y patrimonio edificado relacionado con ellas, con valor cultural y con especial mención a vías, caminos y senderos (Camino de Santiago y calzadas romanas), puentes, túneles, patrimonio ferroviario (estaciones, cocheras, talleres y puentes ferroviarios), patrimonio marítimo-terrestre (fortalezas marítimas, instalaciones portuarias, faros y torres de vigilancia) y edificaciones auxiliares de la obra pública; intervención en el Patrimonio Arquitectónico de interés cultural, con especial mención a museos, teatros, patrimonio Histórico Industrial y Minero, Plan de Catedrales, Plan de Abadías, Monasterios y Conventos, bienes incluidos en la lista de Patrimonio Mundial (UNESCO), parques y yacimientos arqueológicos, murallas urbanas, castillos y otros elementos de la arquitectura defensiva, paisajes culturales, intervenciones en Conjuntos Históricos y otros inmuebles de interés cultural; y enriquecimiento del Patrimonio Histórico y fomento de la creatividad artística, con especial mención a la señalización cultural y la adquisición o encargo de obras de autores vivos.

La Comisión Mixta Fomento-Cultura decide conjuntamente sobre los proyectos que se van a realizar, mientras que la gestión económica y la tramitación administrativa la lleva a cabo el Ministerio de Fomento.

El Ayuntamiento de Cullera se acogió a este plan para obtener la financiación necesaria para acometer las urgentes obras de restauración del Castillo de Cullera, que se encontraba en una situación de emergencia por ruina inminente. Para ello, fue necesaria -como condición *sine qua non*- la aportación de un proyecto de intervención en el castillo -aprobado previamente por la Dirección General de Patrimonio Cultural Valenciano de la Generalitat Valenciana- y un compromiso de cofinanciación de un 25% del total de la inversión necesaria para acometer el proyecto.

En el proyecto presentado por el Ayuntamiento de Cullera se contempló la total recuperación del monumento, ya que su estado de degradación absoluta no dejaba opción a realizar intervenciones programadas por fases. Era necesario actuar de forma global y total. De ahí que este proyecto fuera aprobado por las comisiones evaluadoras y fuera uno de los mejor dotados económicamente de las adjudicaciones del año 2009. En definitiva, la aportación del programa 1% Cultural del Ministerio de Cultura ha sido determinante para recuperar el monumento más emblemático y el referente patrimonial más importante del municipio.

4. LA CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS COMO ESTRATEGIA CLAVE PARA LA RENOVACIÓN TURÍSTICA DE CULLERA.

Desde los años ochenta del pasado siglo se vienen percibiendo signos y síntomas de agotamiento del modelo masivo y estandarizado de vacaciones en áreas costeras, sin por ello dejar de reconocer la manera en que los destinos costeros han sido capaces de perdurar, e incluso de revitalizarse y reinventarse (González y Antón, 2007), mediante distintas estrategias. La capacidad de aplicar mejoras en la calidad, de fidelizar a la demanda y de competir vía precios tienen un importante papel, entre otros factores como la innovación en comercialización, la creación de nuevos productos turísticos o la mejora de la conectividad (Vera, López, Marchena y Antón, 2011).

El Plan Estratégico de Turismo de Cullera (2005), que sirvió de base para la concesión del Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera (2008), establece la necesidad de diversificar la oferta productiva del destino. En este sentido, el Plan Estratégico recomienda de forma prioritaria, sin olvidar el mantenimiento y mejora constante del producto sol y playa³, la optimización del producto gastronómico, el desarrollo del producto náutico y de forma complementaria, la optimización del producto cultural como un elemento multiplicador.

4.1. El producto “Cullera natural”: hacia el redescubrimiento del paisaje y los recursos naturales como gran atractivo turístico

El municipio de Cullera dispone de un entorno natural rico y diverso formado por 15 kilómetros de playas que incluyen sistemas dunares, el único tramo de costa brava de la provincia de Valencia, espacios húmedos de gran belleza y singularidad como el área meridional del Parque Natural de la Albufera y la laguna del Estany, la desembocadura del río Júcar (único cauce navegable de la Comunidad Valenciana), la sierra de les Raboses y extensos y prolíferos campos de cítricos y arrozales.

Con el fin de aprovechar turísticamente todos estos recursos naturales se ha puesto en marcha la creación de diferentes rutas e itinerarios tanto senderistas como cicloturistas, que han sido debidamente señalizados a través de paneles interpretativos y señales direccionales homologadas.

³ Según datos de World Travel Monitor (IPK International), el binomio sol y playa continuará siendo el preferido de los turistas del mundo, a pesar de la ampliación de ofertas y destinos, nuevos segmentos de demanda y diversificación de flujos, ya que perduran pautas en el comportamiento de los turistas de modo que el segmento de sol y playa es y seguirá siendo el de mayor dimensión internacional (Huéscar, 2010).

En concreto, se trata de seis rutas que pretenden mostrar al visitante los paisajes y la etnografía cullerense:

- La “Senda del Estany” de 7 Km. de distancia se puede recorrer tanto a pie como en bicicleta y conduce entre campos de cítricos al Lago del Estany, un entorno natural de gran belleza en el que se ha adecuado un sendero, varios observatorios de aves y diversos paneles interpretativos para conocer el entorno, su avifauna y la actividad pesquera tradicional.
- La Ruta “Entre Arrozales, Huertos de Naranjos hasta las Dunas del Dosel”, descubre al visitante tres entornos naturales diferentes a través de un recorrido circular de 9,5 Km. Además, durante este recorrido el turista puede visitar el Museo del Arroz, ubicado en la Ermita de los Santos de la Piedra.
- La Ruta “Del Azud del río Júcar”, se adentra en un paraje natural de gran belleza a través de un itinerario circular de 5 Km. que recorre caminos rurales, sendas y huertos de cítricos.
- La Ruta “Marjal Sur entre Arrozales” es un itinerario cicloturístico señalizado de forma homologada que recorre de forma circular 10,7 Km. entre campos de arroz. Asimismo, el sendero está dotado de diferentes paneles interpretativos sobre el ciclo productivo del arroz, la avifauna, los relieves próximos y la gastronomía típica local.
- La Ruta de la “Desembocadura del río Júcar a las playas sur y lago del Estany” constituye un agradable itinerario circular de 9 Km. dotado de señales direccionales y paneles interpretativos que aluden al paisaje natural y a elementos del patrimonio histórico como la torre vigía del Marenyet.
- Por último, la “Senda de la Lloma” homologada como PR-CV 336, representa una magnífica alternativa para los amantes del senderismo en su vertiente de montaña, ya que recorre en su trayecto de más de 14 Km. la *Serra de les Raboses* con espectaculares panorámicas hacia la bahía de Cullera y los campos de arroz.

4.2. El producto “Cullera náutica”: hacia la revalorización turística del río Júcar y las playas de Cullera.

La disponibilidad de un cauce navegable, lagunas, extensas playas y un tramo de costa rocosa permite la articulación de un producto de turismo náutico altamente competitivo. Sin embargo, este tipo de turismo no acaba de despegar y sigue siendo minoritario y puntual a pesar de ofrecer actualmente la práctica de actividades tales como pesca, buceo y snorkeling, windsurf, kitesurf, surf, vela y piragüismo.

Cullera dispone de puerto pesquero y club náutico en el curso bajo del río Júcar, pero resulta totalmente insuficiente para el desarrollo de un turismo náutico significativo. Para tratar de mejorar la posición competitiva de este producto se están desarrollando diferentes actuaciones que pretenden poner en valor de una forma decisiva y determinante el río Júcar. En este sentido, se están creando diferentes pantalanés fijos y flotantes para el atraque de embarcaciones turísticas (catamarán con visión submarina) y kayacs, para recorridos por el cauce del río y el mar. La revalorización del río contempla además la creación de áreas de esparcimiento (zonas para picnic), nuevos senderos y torres para la observación de aves. Pero sin lugar a dudas, el gran salto cualitativo y cuantitativo del turismo náutico de Cullera viene de la mano de la creación de un nuevo puerto deportivo vinculado al PAI Bega-Port que se emplazaría en la desembocadura del río.

Según proyecto esta nueva infraestructura portuaria que costará aproximadamente 50 millones de euros se debe construir sobre 170.000 m² de terreno seco procedente de la reparcelación del citado PAI, lo que conlleva el vaciado de las dársenas y su posterior inundación por medio de los caudales del río Júcar. En esta nueva infraestructura se instalará el nuevo puerto pesquero y deportivo que aportará 800 nuevos amarres al destino.

Fig. 3. Recreación virtual del proyecto de nuevo puerto deportivo de Cullera junto al PAI Bega-Port.



4.3. El producto “Cullera gastronómica”: el arroz como principal protagonista de la gastronomía local.

Desde sus comienzos, el turismo y la gastronomía de Cullera han ido de la mano como un recurso inherente del municipio. Una gastronomía basada en la elaboración de arroces con productos de la huerta, el mar y la caza. En este sentido, la importancia de la gastronomía local queda de manifiesto al comprobar la existencia de 169 restaurantes ubicados en el municipio (Agencia Valenciana del Turisme, 2010).

En la actualidad, la apuesta por la gastronomía es una de las claves para la diversificación turística del municipio. Con este fin y a través del impulso del Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera se están llevando a cabo eventos turísticos vinculados a la gastronomía local: Certamen de Variedad de Arroces Ciudad de Cullera, Concurso de Cocineros Noveles, Semana Gastronómica del Arroz, Show Cooking las Estrellas del Arroz, Jornada Gastronómica Marinera, etc.

El Certamen de Variedad de Arroces Ciudad de Cullera representa la continuación del I Congreso Mundial del Arroz. En concreto, se trata de un certamen ya consolidado que ha celebrado cuatro ediciones y suele marcar el comienzo de la campaña de verano a mediados del mes de junio. Este certamen integra diferentes eventos como son la Semana Gastronómica del Arroz en la que participan los restaurantes de la localidad a través de la preparación de un menú degustación de arroz. Esta semana gastronómica va ganando protagonismo en la medida que cada año se adscriben nuevos restaurantes y el número de menús servidos aumenta progresivamente (algunos restaurantes sirven durante esa semana más de 300 menús degustación). Otros eventos que se suelen organizar con motivo del Certamen de Variedad de Arroces son charlas y shows cooking a cargo de cocineros con “Estrella Michelin”.

El otro gran evento vinculado a la gastronomía del arroz que celebra la localidad es el Concurso de Cocineros Noveles en el que participan en tres categorías (tradicional, innovación y Spain skills) estudiantes de cocina de centros de formación profesional en hostelería y centros CDT de la Conselleria de Turisme. Los ganadores en las categorías tradicional e innovación consiguen premios en metálico y estancias prácticas en restaurantes de renombre. Por su parte, el ganador Spain skills, representa a la Comunidad Valenciana en el Spain Skills que se celebra cada año en Madrid.

Otro evento de significación es la Jornada Gastronómica Marinera que tras la campaña de verano reúne a 2.000 personas junto al puerto pesquero del río Júcar para degustar arroces y pescados recién elaborados.

Fuera del capítulo de eventos, la apuesta decidida por la gastronomía ha llevado a la configuración del primer Club de Producto Gastronómico basado en el arroz de toda España. El Club de Producto Gastronómico “Artesanos del Arroz” de Cullera es un club formado por restaurantes de primer nivel que comparten una misma filosofía de trabajo basada en la profesionalidad, la autenticidad y la calidad tanto del servicio como de los productos empleados en la cocina. Los ocho restaurantes que inicialmente configuran el Club de Producto han tenido que superar para su adhesión una rigurosa auditoría que valoraba los siguientes requisitos:

- Requisitos obligatorios: Alta del establecimiento en la Conselleria de Turisme; disponibilidad de al menos cinco tipos de arroces en la carta; empleo de géneros y productos de calidad y preferentemente locales o regionales; participación en al menos el 75% de las actividades del Club (reuniones, eventos, acciones promocionales, etc.); apertura del negocio durante todo el año (excepto vacaciones en temporada baja); disponibilidad de página web; e instalación de los distintivos del Club en un lugar visible del restaurante.
- Aspectos valorados positivamente: Imagen, conservación, climatización, orden, mesas, formación profesional, insonorización, trato al cliente, cocina, presentación visual de platos, carta de vinos, realización de jornadas gastronómicas, evaluación de la satisfacción de clientes, posibilidad de reservas, etc.
- Aspectos valorados de un modo destacado: Reconocimiento en guías gastronómicas, premios de relevancia, mobiliario y decoración de calidad, carta de edición propia (sin publicidad), ubicación del restaurante, cubierto medio por encima de 40 €, inexistencia de aparatos audiovisuales en comedor, etc.

De momento, para el lanzamiento de este nuevo club de producto se han editado folletos específicos, se ha realizado una presentación oficial con rueda de prensa, se ha desarrollado una jornada de prescriptores y un plan de medios que incluye encartes y reportajes en revistas especializadas, faldones en prensa escrita, cuñas y microespacios en radio.

Otra acción promocional, pero en este caso para fomentar la compra de productos de repostería tradicional ha sido la campaña “Dolcets, delicias de Cullera” realiza en colaboración con el gremio de panaderos de la localidad. Para esta campaña se han creado dos modelos de cajas para la distribución de cuatro dulces típicos de Cullera (Coca Sagí, Coca Cristina, Coca Escudellà y Pastissets de Boniato) que vienen acompañados de un folleto general sobre el destino. Con esta campaña se ha conseguido fomentar la actividad comercial de las panaderías, la creación de un producto de calidad que el turista puede adquirir y regalar a sus familiares y la

promoción del destino. Una de las iniciativas llevadas a cabo para el lanzamiento del producto fue su regalo a los primeros pasajeros que desembarcaron del tren alta velocidad “Alvia” en la estación de Cullera.

4.4. El producto “Cullera cultural”: la valorización de la cultura y el patrimonio histórico como gran reclamo turístico

La articulación del producto cultural de Cullera se divide en dos partes fundamentales: la configuración de un ambicioso programa de actividades y eventos lúdico-culturales y la rehabilitación y valorización del patrimonio histórico-artístico.

4.4.1. La programación de actividades y eventos lúdico-culturales como estímulo para la demanda turística

Sin lugar a dudas, uno de los principales problemas que afecta al turismo de Cullera es la falta de oferta de ocio, sobre todo en su vertiente nocturna y fundamentalmente tras el cierre de los locales de ocio nocturno instalados en la calle Barcelona, tras la declaración de este emplazamiento como zona acústica saturada. Aunque conforme decrece la visita de jóvenes al destino aumenta la estancia de familias con niños que buscan tranquilidad, la oferta de ocio es una evidente necesidad para cualquier destino vacacional. Por este motivo, la Concejalía de Turismo pone en marcha cada verano con el apoyo del Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera un completo y ambicioso programa de actividades y eventos para todos los públicos.

Este programa que agrupa tanto iniciativas públicas como privadas, se promociona a través de la edición de 10.000 folletos, las tres oficinas Tourist Info, las redes sociales (blogs, facebook, twitter, flickr, youtube, etc.), la nueva página web (www.culleraturismo.com), notas de prensa y anuncios semanales en la pantalla led instalada en pleno paseo marítimo de la playa de San Antonio.

El programa de ocio contempla actividades para la tercera edad como las verbenas nocturnas y actividades para niños como el teatro infantil en el Parque de San Antonio o la “Aventura Pirata” que se desarrolla en la torre vigía del Marenyet, actividades en familia como “Descubre los Secretos del Arroz” en el Museo del Arroz, así como un amplio abanico de actividades para todos los públicos como las sesiones de yoga, tai chi y aeróbic en la playa de San Antonio y

Racó, el cine al aire libre en la plaza Faromar y zona lúdica de la playa de San Antonio (pantalla de 90 m²) y las exitosas rutas teatralizadas guiadas por actores ataviados de las vestimentas de la época (medieval por el centro histórico e islámica por el barrio del pozo y las torres de la segunda albacara del castillo).

Otras actividades desarrolladas surgen de la colaboración entre el Ayuntamiento y empresarios locales como son las noches del castillo que incluyen tres actividades nocturnas (cuentos medievales para los más pequeños, noche de fantasmas para mayores de 14 años y los monólogos del ciclo horchata-teatro para todos los públicos). En otras ocasiones son los mismos empresarios de ocio nocturno los que organizan sus propios ciclos de café teatro y *paramount comedy* en sus locales e incluso actuaciones musicales en vivo (jazz, chill out, etc.).

Fuera de la regularidad semanal de las actividades apuntadas con anterioridad el programa incluye infinidad de eventos más o menos consolidados en el tiempo. El evento veraniego más consolidado es la tradicional Feria de la Cerveza Alemana que viene organizándose desde hace quince años fruto del hermanamiento entre Jever y Cullera. Este evento comparte programa de verano con otros eventos de nueva factura que pretenden ir consolidándose a lo largo del tiempo como el Certamen Nacional de Bandas de Música de Cine, los conciertos Pop-rock de Sona la Dipu, o el Festival de Salsa de Cullera. El programa de eventos se completa con una variada organización de campeonatos deportivos de futvoley, baloncesto, windsurfing, balonmano, soccer volley, pesca, etc., donde destaca por su larga tradición la Travesía Memorial “Ximo Soldevila” y la Regata Bahía de los Naranjos que acaba de celebrar su 41 edición.

4.4.2. La puesta en valor del patrimonio histórico-artístico como herramienta eficaz para elevar la competitividad turística de Cullera

Los recursos patrimoniales

Cullera posee un rico patrimonio histórico-artístico, fruto del papel que ha desarrollado en la historia, gracias en parte a su posición geográfica. Este legado, en forma de vestigios materiales de todas las épocas pretéritas, representa hoy en día un recurso de innegable interés turístico. A pesar de ello, Cullera ha vivido, tradicionalmente, de espaldas a las posibilidades que su riqueza patrimonial podía ofrecer, que quedaban eclipsadas por el gran potencial turístico de sus playas. Desde los años sesenta del siglo pasado, Cullera se convirtió en uno de los primeros destinos vacacionales que se desarrollaron en la costa mediterránea al amparo del turismo masivo de sol y playa. La generación de suculentos ingresos económicos a raíz de esta incipiente y novedosa

actividad económica no se vio acompañada de una recuperación de los recursos patrimoniales, que permanecieron olvidados mientras avanzaba su deterioro.

El gran desarrollismo urbano de la costa y la extensión de la actividad turística a las masas -con una primacía del concepto cantidad sobre el concepto calidad- desde los años setenta eclipsaron, aún más si cabe, esta potencialidad. Durante los años ochenta algunos estudios (Arroyo, 1980) ya ponían de manifiesto la necesidad de luchar contra este estancamiento mediante la conjunción de los recursos naturales y patrimoniales como activos de la promoción turística. A partir de los años noventa, Cullera empieza a estancarse ante la aparición de nuevos destinos competidores y el aletargamiento de la oferta turística local. Llegado este punto, es cuando empiezan a tomarse las primeras iniciativas en materia de revitalización de los recursos patrimoniales: se promueve una fundación para la recuperación del patrimonio histórico-artístico, se crea el Museo Municipal de Historia y Arqueología con el fin de recopilar todos los objetos arqueológicos que proporcionan las primeras misiones arqueológicas, se llevan a cabo las primeras intervenciones de restauración en el Castillo, la ermita de los Santos de la Piedra, la Cueva del Dragut, etc. No obstante, la mayor parte de estas intervenciones fueron puntuales, de emergencia y sin obedecer a un programa preestablecido, sin un concepto claro de acción global y totalizadora del recurso.

De este modo, aunque muchas de estas intervenciones contribuyeron a impedir la pérdida de los principales recursos patrimoniales y abrir los ojos de la opinión pública sobre su estado de conservación y las potencialidades que poseían, nunca se tomaron las decisiones necesarias para acometer un verdadero plan de recuperación, puesta en valor y difusión del patrimonio histórico-artístico de Cullera. Sin lugar a dudas fue una oportunidad perdida al amparo del nuevo modelo económico surgido en esta década y basado en el sector de la construcción, cuyos astronómicos ingresos -bien canalizados- hubiesen revertido en una necesaria, aunque entonces visionaria, diversificación de la actividad económica en aras de sentar las bases para un turismo diverso y diferente, la sostenibilidad económica mediante el fluir de los capitales hacía las potencialidades del municipio interpretadas como recursos económicos de futuro.

Con el cambio de siglo, el destino empieza a trabajar en la diversificación turística como una ventaja comparativa y competitiva, que resulta totalmente factible gracias a la disponibilidad de recursos potencialmente turísticos. En este contexto, se gestan los nuevos programas de regeneración de los recursos y modelos económicos centrados en la actividad turística. Planes y programas, la mayoría de ellos financiados por diferentes organismos, cuyas beldades no sólo representaban la acción inmediata sino el concepto de intervención global, coordinada y con un objetivo final claro y concreto: invertir para cambiar, cambiar para mejorar.

De esta forma, se trabajó para la consecución de este fin desde varios puntos de interés definidos previamente que, a modo de vectores directrices, marcarían las líneas estratégicas de la renovación turística del destino: el medio natural, el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, los deportes.... todos ellos con una misma característica común: la necesaria participación activa del turista-usuario, que pasa de ser un mero espectador a ser el protagonista de la experiencia turística.

En ese sentido se ha venido trabajando específicamente en la puesta en valor del patrimonio histórico-artístico como herramienta eficaz para elevar la competitividad turística de Cullera, para contribuir a la desestacionalización y garantizar un producto de calidad y turísticamente sostenible que aporte una regeneración del destino en plena fase de madurez. La puesta en valor del patrimonio histórico-artístico está basada en la definición de que sólo a través de la interpretación del mismo se alcanza, en última instancia, la posibilidad de ser conocido, valorado y disfrutado por la sociedad, otorgándole, por lo tanto, un uso social mediante su difusión. De no ser así, los esfuerzos para investigar, proteger y difundir el patrimonio no tendrían sentido, un patrimonio que, para pertenecer al pasado, muchas veces carece de consideración social (Querol, 2010). Dar a conocer el patrimonio es hacerlo accesible a todo mundo, pero no únicamente ofreciendo información: hay que estimular, probar, invitar a la reflexión, comprometer. Para todo esto se dispone de la interpretación. Pero la interpretación parte del recurso patrimonial para dinamizarlo en su contexto original. Por lo tanto, uno de los pilares de la interpretación es la recuperación del patrimonio *in situ* y su correcta contextualización para hacerlo accesible, ofreciendo claves para una lectura que proporcione un significado y una vivencia a los visitantes, más allá de una simple transmisión de información (Ballart y Juan, 2001).

Acciones específicas

Antes de abordar la descripción de las acciones desarrolladas en el marco de los planes de reactivación turística, se ha de analizar la situación previa de los recursos patrimoniales de Cullera y sus características intrínsecas, ya que ambos parámetros condicionarán esas acciones. Los recursos patrimoniales de Cullera se encuentran dispersos por el término municipal, aislados unos de otros en lugares de difícil localización y mal comunicados. Además, la situación previa de los mismos era deficiente en cuanto a su estado de conservación, lo que los convertía en no-visitables; en cuanto a su señalización, lo que los convertía en no-accesibles; en cuanto a su valor o musealización, lo que los convertía en no-atractivos; y en cuanto a su

dotación de infraestructuras básicas y servicios destinadas al visitante, lo que los convertía en no-potencialmente turísticos.

A partir de aquí, se desarrolló un plan de acciones destinadas a subsanar estos condicionantes y deficiencias. Este plan, genérico para todos los recursos patrimoniales, recogía de forma global las acciones secuenciadas de intervención para cada monumento. Posteriormente, se desarrolló un plan específico para cada uno de los recursos, que de forma más detallada y concreta se ceñía a las circunstancias y características propias de cada elemento a intervenir. Valga como muestra el Plan Director del Castell de Cullera y su entorno (Climent Simón, 2005) sufragado por la Generalitat Valenciana. Sin entrar en detalles de cada uno de los programas de actuación referidos a cada uno de los elementos intervenidos, conviene detallar las acciones genéricas desarrolladas para todos los recursos patrimoniales: estudios previos, restauración-recuperación, dotación de infraestructuras básicas, dotación o mejora de accesos y vías de comunicación, puesta en valor y/o musealización, interpretación e interacción.

En base a todas estas consideraciones, resulta de especial interés la propuesta que, a un nivel diferente, realiza Manuel Miró (1997) al aplicar la interpretación del patrimonio al territorio, planteándola como una estrategia de aprovechamiento social que consiste en colocar bajo un mismo marco conceptual y bajo una misma unidad de presentación, el patrimonio más relevante de un territorio. De este modo, la interpretación se convierte un instrumento de planificación dentro de estrategias de desarrollo territorial con la definición de políticas de intervención y uso social del patrimonio y de comercialización y explotación turística en relación al turismo cultural. Subyace la respuesta a una demanda de uso social del patrimonio y a la necesidad de cada territorio de posicionarse frente a sus competidores (Miró, 1997). A partir de este punto emprender la interpretación de un territorio implica: establecer un criterio clave de interpretación, un concepto-paraguas, para desarrollar un hilo argumental que permita englobar la presentación del patrimonio bajo una unidad conceptual; determinar un sistema de organización y presentación de los recursos patrimoniales, para transformar estos recursos dispersos en un producto patrimonial que haga posible su accesibilidad, conservación y explotación; definir programas y actividades, fomentando y facilitando el uso social del patrimonio; y por último, diseñar un programa de comunicación para posicionar el producto y darlo a conocer.

Estos parámetros son los que han guiado las acciones emprendidas en cada uno de los monumentos que han sido objeto de intervención, y que a partir de aquí se relacionan.

a) El Castillo de Cullera.

La fortaleza cullerense es, sin duda, el principal reclamo turístico cultural y el mejor y máspreciado bien patrimonial de Cullera. Durante años ha sido objeto de estudios, de investigaciones e incluso de reformas que no consiguieron paliar su estado de deterioro y degradación, cada vez más acusado.

A partir del año 2005 es cuando se inicien las actuaciones encaminadas a su total recuperación y puesta en valor, y ello gracias al encargo de la Generalitat Valenciana del Plan Director del Castillo de Cullera al arquitecto José Manuel Climent Simón (Climent Simón, 2005), que sentó las bases y directrices a seguir para emprender las acciones necesarias. A partir de este momento, se van a suceder una serie de inversiones de gran volumen económico cuya fuente son los diferentes planes y programas de recuperación del patrimonio cultural, histórico y artístico de las diferentes administraciones, que permitirán la recuperación total del castillo y su puesta en valor como bien de uso y disfrute para el ciudadano y el turista.

De este modo, se pueden relacionar los diferentes planes y programas, sus acciones, la inversión y las administraciones implicadas en el siguiente cuadro sinóptico:

Cuadro 1. Planes y programas públicos implicados en la valorización del castillo de Cullera.

PLAN	ACCIONES	INVERSIÓN (€)	ADMINISTRACIONES
Plan de Mejora de Municipios	Investigación arqueológica y restauración (Fases 1 y 2 del Plan Director)	495.430	Generalitat Valenciana y Ayuntamiento de Cullera
Programa del 1% Cultural	Investigación arqueológica y restauración (Fases 3 y 4 del Plan Director)	1.040.479	Gobierno de España, Generalitat Valenciana y Ayuntamiento de Cullera
Plan E	Iluminación interior y dotación de infraestructura eléctrica	199.943	Gobierno de España
Plan de Dinamización del Producto Turístico	Elaboración de un Plan Rector de Uso y Gestión, puesta en valor y musealización	120.000	Gobierno de España, Generalitat Valenciana y Ayuntamiento de Cullera

Fuente: Elaboración propia a partir de informes de la Concejalía de Patrimonio de Cullera.

Gracias a las inversiones de estos planes y programas se pudieron llevar a cabo los estudios arqueológicos previos, la consolidación y restauración del monumento, la dotación de las infraestructuras y equipamientos necesarios para el desarrollo de actividades y la difusión cultural (agua, luz, teléfono, Internet, wc...) y, finalmente, la puesta en valor y musealización, con el traslado de la sede del Museo Municipal de Historia y Arqueología a la Capilla Gótica del Castillo. En la actualidad el monumento se encuentra a pleno rendimiento, ofreciendo unas

cifras de visita muy respetables (14.000 personas en los tres primeros meses de funcionamiento) lo que augura unas expectativas muy positivas. Asimismo, se han incorporado a la oferta cultural permanente, nuevas propuestas lúdico-culturales que abarcan a todos los segmentos de la población (niños, jóvenes, adultos y mayores) y que permiten de un disfrute del castillo en todas las horas del día a través de visitas guiadas y audioguías, exposiciones, teatro, magia y espectáculos de terror.

b) Las torres de la segunda albacara del castillo.

Las torres de la segunda albacara son tres torres defensivas que formaban parte integrante del segundo cinturón defensivo o segunda albacara del Castillo de Cullera desde el siglo XI. Efectivamente, el Castillo de Cullera no sólo estaba compuesto por lo que hoy se conoce como castillo (en realidad, la fortaleza) sino por dos cinturones amurallados que, de forma concéntrica, defendían la fortaleza y a la población que a sus pies se asentaba. Mientras el primer cinturón defensivo o primera albacara sólo se conserva en parte, de la segunda albacara quedaban importantes restos como las tres torres y lienzos de muralla que hacían del mismo un bello ejemplo de la arquitectura militar andalusí de época medieval. Su importancia y el deplorable estado de conservación, así como las posibilidades tanto turísticas como culturales que poseían, hicieron al consistorio plantearse su recuperación.

La oportunidad vino de la mano del programa Cullera Impuls que marcaba *“la recuperación del patrimonio histórico-artístico, así como poner en valor e insertar el importante patrimonio cultural y ambiental del municipio en el producto turístico local”* como uno de sus principales objetivos. La inversión destinada a este proyecto superó los 500.000 euros y supuso la recuperación y adecuación turística de tres de las cuatro torres que componían la Segunda Albacara del Castillo de Cullera, ya que la cuarta torre -la Torre de la Reina Mora- había sido objeto de restauración en el 1996 a través de fondos de la Diputación de Valencia (Monraval, 2002). En definitiva, la actuación suponía una intervención totalizadora y global que además, no se puede olvidar, había que poner en relación con la fortaleza del castillo. Es decir, incidía en el objetivo de vertebración, pero también en el de conjunto e interrelación, tanto sincrónica como diacrónica.

De este modo, las acciones emprendidas en este conjunto fortificado del Castillo bajo los auspicios del programa Cullera Impuls fueron, de forma resumida, los estudios arqueológicos previos, la consolidación y recuperación de las tres torres defensivas y la adecuación de las mismas para usos turísticos y culturales. En este último aspecto se trabajaran temas de

accesibilidad, creando una senda que unía las cuatro torres a modo de “paso de ronda original” de la muralla y que se constituía en un pequeño sendero de dificultad cero para los visitantes, pero que permitía hacer un recorrido por la vertiente sudeste de la Montaña de Cullera. También se trabajó el tema de la interpretación del patrimonio mediante la instalación de unos grandes paneles -ubicados en estructuras de madera- integrados en el paisaje en los que se explicaba en tres idiomas (valenciano, inglés y castellano) qué era lo que se veía, como se construyó y en qué momento. Del mismo modo, se procedió a iluminar las tres torres recuperadas mediante un sistema novedoso y altamente ecológico, al usar la energía solar como fuente de iluminación, para que se pudiesen contemplar desde las playas estos tres hitos monumentales y sirviesen de foco de atracción.

Durante el verano de 2011 se ha puesto en marcha una actividad lúdico-cultural que esta teniendo una destacadísima participación del público turista que visita o pernocta en Cullera: una ruta teatralizada que, al anochecer, recorre el perímetro amurallado de la Segunda Albacara del Castillo de Cullera visitando las cuatro torres con actores disfrazados de época y siguiendo el sendero trazado por el proyecto a modo de “recorrido virtual” por el paso de ronda de la muralla que unía las cuatro torres defensivas. Las cifras de asistencia son altamente positivas ya que esta ruta, con una periodicidad semanal, se ha venido llenando en todas las ocasiones.

c) La torre de la Reina Mora.

Si en el anterior epígrafe ya se citaba la cuarta torre de la Segunda Albacara del Castillo de Cullera como parte integrante del proyecto auspiciado por el programa Cullera Impuls, a pesar de haber sido restaurada ya con anterioridad. Ahora se hablará de ella en primera persona, puesto que gracias a la inversión del Plan de Dinamización del Producto Turístico se pudo llevar a cabo una acción de puesta en valor y musealización con unos resultados muy interesantes.

Primero es necesario analizar la situación previa de estado de la torre y sus características intrínsecas. Como todas las torres defensivas de la Segunda Albacara del Castillo, está declarada Bien de Interés Cultural y por lo tanto goza del máximo nivel de protección legal. Como ya se indicaba anteriormente, fue objeto de una restauración en los años 90 que, además, contempló la musealización de la misma. Evidentemente, los criterios, materiales y técnicas de entonces no eran los mismos que la actualidad. En consecuencia la propuesta de difusión de la torre se había quedado obsoleta y caduca. No era atractiva, y a pesar de estar abierta todo el año y de encontrarse en un punto estratégico de la población -en el camino del calvario o “*Revoltas*

Noves” que conduce al castillo a pie atravesando una zona de indudable valor ecológico- no atraía la atención de los turistas.

Gracias al apoyo económico del Plan de Dinamización del Producto Turístico que apoyó el proyecto de actualización museográfica y puesta en valor de las dos torres vigías que posee el municipio -la Torre de la Reina Mora y la Torre del *Marenyet*- se diseñó y puso en marcha la adecuación de estas emblemáticas torres para su uso y disfrute por los turistas. En el caso concreto de la torre que nos ocupa en este epígrafe se pretendía, además, que se constituyera en “puerta de entrada” -usando una metáfora histórica, ya que esta torre originalmente fue puerta de entrada al recinto amurallado de la Segunda Albacara y por tanto, puerta de acceso al castillo- para los excursionistas, estudiantes y turistas que quisieran visitar el Castillo de Cullera y sus elementos integrantes. De este modo, el planteamiento museístico se llevó a cabo como centro de interpretación del conjunto defensivo medieval de la Segunda Albacara y, como no, paso previo e introductorio a la visita al Castillo. Tampoco se olvidó la propia historia de la torre plagada de “hechos constructivos singulares”, de leyendas y detalles históricos que la convierten en un elemento muy especial. Así, al planta baja se dedicó a la historia de la torre y su conversión en el siglo XVII en ermita dedicada a Santa Ana; y la planta superior a centro de interpretación de la Segunda Albacara; y toda ella, punto de arranque de las excursiones y rutas hacía el resto de torres que componen la Segunda Albacara una vez restauradas y puestas en valor.

Para concluir, durante el verano de 2011 la Torre de la Reina Mora ha empezado a actuar como centro neurálgico de las vistas, excursiones y rutas teatralizadas por la vertiente SE de la Montaña de Cullera y que han hecho de ella el punto de inicio, salida o llegada de las diferentes actividades programadas por el Ayuntamiento.

d) La torre del *Marenyet*.

La segunda de las torres vigías incluidas en el proyecto de musealización auspiciado por el Plan de Dinamización del Producto Turístico fue la Torre del *Marenyet*. Esta torre, cerrada al público durante más de dos años por problemas de obras en su entorno inmediato, fue objeto en primer instancia de una obra de restauración en sus paramentos externos -muy degradados por el paso del tiempo y por la climatología adversa- financiada por la Diputación de Valencia. Tras esta obra, necesaria y obligatoria, se incluyó dentro del proyecto de adecuación museística y puesta en valor para su apertura al público durante el verano de 2011.

La torre, es un bello ejemplo de torre vigía costera del siglo XVI, construida durante el reinado de Felipe II por el ingeniero Gian Battista Antonelli. Originalmente, se encontraba pegada a la desembocadura del río Júcar hasta que una brutal riada acaecida a mediados del siglo XIX, destruyó la desembocadura y al reconstruirse la misma se varió su trazado, quedando la torre tierra adentro y un poco más alejada del mar. La torre se construyó para vigilar y controlar la arribada de naves piratas berberiscas que, por aquel entonces, asolaban las costas mediterráneas. En el caso de Cullera con más razón, sobre todo después del turbulento y despiadado ataque del pirata Turgut Reis (también conocido como Dragut) a la población en el año 1550. La torre fue declarada Bien de Interés Cultural por el Ministerio de Cultura.

La situación previa de la torre se ha descrito con anterioridad, pero se puede resumir que mientras su exterior había sido objeto de una restauración, su interior presentaba una propuesta museística caduca, obsoleta y realizada con criterios de antaño, por lo que precisaba una puesta al día en este aspecto, máxime teniendo en cuenta su inminente apertura tras dos años de cierre cautelar.

El proyecto de musealización se basó en la historia de la torre, su estructura constructiva, el suceso que motivó su construcción -el ataque del pirata Dragut- y la piratería en el Mediterráneo. El objetivo principal era acercar a todos los públicos estos temas de una manera lúdica, entretenida y sobre todo muy visual. Así se diseñaron una serie de propuestas que incluían desde una maqueta táctil de la torre a escala, un espectáculo multimedia proyectado sobre las paredes mismas de la torre y un punto de interpretación del entorno para poder comparar y conocer cómo era y cómo es con los diferentes cambios acaecidos.

Para finalizar, durante el verano de 2011 se ha puesto en marcha una actividad específica dirigida al público familiar que pernocta en Cullera durante el periodo estival denominada “La Aventura Pirata” y que pretende acercar a los más pequeños de la casa, la historia de la torre y el ataque del pirata Dragut mediante un juego de pistas y con una visita guiada al monumento. A la fecha de cierre de este trabajo las reservas de esta actividad tienen lista de espera, pudiendo valorarse la experiencia como muy exitosa.

e) El Museo-Refugio de la Guerra Civil.

La Guerra Civil Española dejó en numerosas ciudades de la geografía española una huella imborrable en forma de estructuras, bien defensivas, bien ofensivas que hoy constituyen un destacado patrimonio bélico que es necesario, primero preservar, después recuperar y, finalmente, poner en valor. Cullera no se ha sustraído a este hecho, máxime cuando por su

posición geográfica jugó un destacado papel en la defensa de la capital del gobierno de la República, instalado en Valencia. De este modo, por toda la localidad se pueden localizar refugios antiaéreos para la protección de la población civil y, junto a la línea costera, restos de baterías antiaéreas, un bunker y nidos de ametralladora. Uno de los elementos más destacados de este patrimonio bélico es el Refugio Antiaéreo del antiguo mercado de Cullera.

Como su propio nombre indica, este refugio fue excavado en la roca de la montaña y justo por debajo de las estructuras del antiguo mercado de Cullera -una construcción de finales del siglo XIX de estilo ecléctico, obra del arquitecto Luís Ferreres- en pleno centro de la población. Este refugio antiaéreo posee dos galerías que se adentran en el seno de la montaña entre unos 40-60 metros y que constituyen el mayor y mejor conservado de todos los localizados en la población. Dada su importancia histórica, su estado de conservación relativamente bueno y su ubicación estratégica en pleno centro de la ciudad y con acceso desde los jardines del mercado, en una zona peatonal, ajardinada y cerrada perimetralmente por una cerca de forja, el Ayuntamiento decidió acometer su recuperación y puesta en valor mediante una musealización que recogiese la memoria histórica de lo que supuso esta contienda entre hermanos. Así, surgió el proyecto del Refugio-Museo de la Guerra Civil de Cullera.

En primer lugar y gracias al apoyo económico del Plan E del gobierno de la nación se acometió la recuperación arquitectónica de las dos galerías que componen el refugio, se consolidaron y reforzaron sus estructuras y se le dotó de modernos sistemas de iluminación, ventilación, seguridad y evacuación de aguas pluviales por inundación o filtración. Posteriormente, se trabajó en el proyecto de musealización en el que ya participó el Plan de Dinamización del Producto Turístico. De este modo, se decidió que la Galería I estuviera dedicada a la Guerra Civil en Cullera, convirtiéndose en un centro de interpretación de este hecho histórico, instalándose modernos paneles retroiluminados con tecnología Led, un audiovisual que recogía el testimonio de personas mayores de 90 años que vivieron la guerra en su infancia y un simulacro virtual de bombardeo.

Por su parte, la Galería II se destinó a recoger el testimonio de la construcción del antiguo mercado de Cullera -un hito arquitectónico sin precedentes en la comarca- contando los orígenes del mismo, su evolución, la biografía del arquitecto que lo diseñó, las diferentes restauraciones y su adecuación actual como centro neurálgico de la cultura del municipio. La propuesta recoge estos contenidos mediante unos modernos paneles “tipo lienzo”, una grabación sonora que recoge los sonidos ambiente de un mercado un día cualquiera y una muestra de objetos históricos relacionados con la actividad mercantil (básculas, pesos, medidas, cajas registradoras, envases y cajas de latón). Los planos históricos se codean con los planos actuales

en una amalgama de dibujos y propuestas que, por sí solos, cuentan la evolución arquitectónica de este emblemático espacio ciudadano.

f) Museo del Arroz de Cullera.

El Museo del Arroz se encuentra ubicado en una antigua ermita -y la casa del ermitaño- del siglo XVII perfectamente restaurada y adecuada para acoger una muestra expositiva única en la Comunidad Valenciana: el cultivo tradicional del arroz, usos y costumbres. La ermita está dedicada precisamente a los Santos de la Piedra, San Abdón y Senén, patronos protectores de las cosechas y se ubica en un entorno privilegiado: un pequeño promontorio al borde del Parque Natural de la Albufera desde donde se divisan los campos de arroz en toda su inmensidad, colaborando en la visita a la muestra expositiva.

La muestra expositiva recoge, mediante la exposición de los objetos reales, un recorrido por las diferentes fases de cultivo del arroz apoyándose en paneles interpretativos y ambientes que simulan espacios tradicionales (la cocina, el comedor, la cuadra...) y que se completa con fotografías antiguas que retrotraen al visitante a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Sin embargo, a pesar del indudable atractivo que supone una vista a esta instalación por su singularidad, temática, ubicación y entorno privilegiado, el museo no cuenta con una situación óptima y adaptada a las necesidades de la demanda actual del público. Es por ello que el Ayuntamiento se ha planteado realizar una serie de actuaciones que redunden en una mejora sustancial en la experiencia turística de los visitantes, tanto a nivel de accesibilidad como de comunicación y lenguaje expositivo.

En estos momentos, el Ayuntamiento ha presentado al Plan de Dinamización del Producto Turístico un proyecto para mejora y adecuación de la oferta museística del Museo del Arroz que, en grandes líneas, se puede resumir en la mejora de accesos –tanto para vehículos como para viandantes- y señalización; la dotación de un sistema de suministro eléctrico mediante energía solar, ecológica y sostenible; la mejora en la propuesta expositiva, mediante el diseño y montaje de audiovisuales y medios tecnológicos adaptados a la nueva demanda; y finalmente, la adaptación de la propuesta comunicativa al inglés y francés.

5. CONCLUSIONES

A pesar del lastre que supone para el correcto funcionamiento de la actividad turística el modelo urbanístico heredado de los años sesenta y setenta, Cullera dispone de suficientes recursos para reactivar de un modo notorio el turismo. La apuesta por la diversificación de productos turísticos sin perder la excelencia alcanzada en el producto sol y playa, representa una estrategia al alcance de muy pocos destinos competidores. La inherente disponibilidad de recursos potencialmente turísticos de gran atractivo representa una gran baza para el destino si se consigue su correcta y plena valorización y articulación como producto turístico.

A partir de la configuración del producto cultural, natural, náutico y gastronómico promovido por la inversión pública, se pretende romper la espiral de progresivo deterioro y declive en la que estaba sumergida Cullera (estacionalidad, pérdida de ocupación en oferta reglada de alojamiento, reducción de la estancia media, pérdida del turismo internacional más exigente en materia de calidad de servicios y medio ambiente, pérdida del segmento de turismo joven por falta de ocio, masificación de las playas y el paseo marítimo, reducción del gasto turístico, etc.). Este nuevo impulso puede elevar notablemente el atractivo del destino, fomentando la recuperación de segmentos de mercado y la captación de nuevos nichos de demanda específica. Sin embargo, el objetivo último de esta estrategia no es la mera recuperación puntual de la frecuentación turística, sino que ello sirva para captar nueva inversión privada destinada a la creación de oferta hotelera de calidad y oferta complementaria, sobre todo en la vertiente de ocio nocturno, que renovarían firmemente las prestaciones del destino reanudando la senda de crecimiento económico.

En apretada síntesis, Cullera ofrece numerosas opciones para re-convertirse en un destino turístico de primer orden, aunque para ello resulta imperativo cuidar y mantener el principal recurso turístico del municipio (sus playas); recuperar y activar los recursos complementarios que disponía, pero que se encontraban en una situación de degradación o abandono (naturaleza y patrimonio histórico y artístico); renovar y crear oferta de alojamiento necesaria para dar cabida a la nueva demanda turística, promoviendo una clara apuesta por la calidad; diseñar y desarrollar nuevas propuestas de ocio y turismo activo vinculadas a la nueva disponibilidad recursos turísticos para mejorar la experiencia vacacional; y por último, promover y ejecutar estrategias de marketing para reposicionarse y captar nuevos mercados.

La mayoría de estas líneas estratégicas ya se han desarrollado o están en proceso de ejecución, gracias a los planes y programas estudiados en este trabajo. Ahora, el resultado final dependerá del grado de integración de todas estas políticas, la implicación empresarial y el impulso social.

El camino está trazado y el reto servido, solamente el futuro dirá si el esfuerzo realizado ha sido suficiente para alcanzar la verdadera renovación turística de Cullera.

6. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

ANTÓN CLAVE, S., FERNÁNDEZ TABALES, A. y GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (2007): “Los lugares turísticos”, Antón Clavé, S. y González Reverté, F. (coords): A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico. Barcelona, UOC, 103-206.

AYUNTAMIENTO DE CULLERA (1965): Plan General de Ordenación Urbana: Normas Urbanísticas.

AYUNTAMIENTO DE CULLERA. CONCEJALIA DE TURISMO (2005): Plan Estratégico de Turismo de Cullera.

AYUNTAMIENTO DE CULLERA. CONCEJALIA DE TURISMO (2009): Estudio de la Demanda Turística de Cullera.

AYUNTAMIENTO DE CULLERA. CONCEJALIA DE TURISMO (2010): Plan Integral de Marketing Turístico de Cullera.

ARROYO ILERA, F. (1980): “Ordenación urbana y especulación turística en Cullera”. Estudios Geográficos, 161: 383-412

BALLART HERNÁNDEZ, J. y JUAN y TRESSERRAS, J. J. (2001): Gestión del patrimonio cultural. Arien Patrimonio, Barcelona.

BUTLER, R. (1980): “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, Canadian Geographer, vol.24, 1: 5-12.

CLIMENT SIMÓN, J.M. (2005): Actualización operativa del plan director del Castell de Cullera y su entorno. Generalitat Valenciana, Conselleria de Cultura i Esport.

CUCO GINER, J. y ROMERO GONZÁLEZ, J. (1978): “La estructura de la propiedad y los cultivos en Cullera (Valencia) durante el s. XX”. Estudios Geográficos, 152: 347-361.

HUÉSCAR, A. (2010): “Perspectivas del turismo internacional”. XIV Congreso de la AECIT. Retos para el turismo español. Cambios de paradigma. Gijón. 35-45.

- GONZÁLEZ REVERTÉ, F. y ANTÓN CLAVÉ, S. (2007): “La naturaleza del turista. De la turismofobia a la construcción social del espacio turístico”. Antón Clavé, S. y González Reverté, F. (coords): A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico. Barcelona, UOC, 11-33.
- GUIEURE LE CARESSANT, J. A. (1988): Memoria de Gestión Corporativa: octubre 1987.diciembre 1988. M. I. Ayuntamiento de Cullera. Secretaria General.
- IVARS BAIDAL, J. A. (2003): Planificación turística de los espacios regionales en España. Madrid, Síntesis.
- QUEROL, M. A. (2010): Manual de Gestión del Patrimonio Cultural. Akal, Madrid.
- LLOPIS, J. M. y TORRES, R. (1989): Plan General de Ordenación Urbana. La Cullera del futuro. Garbí, Casa Editorial.
- MARRODÁN JIRONES, J. A y MARTÍNEZ BUENAGA, I. (1988): Cullera. Breve Análisis Geográfico. Libros “Sucronen”. Nº 1. Cullera.
- MINISTERIO DE CULTURA (1985): Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- MIRÓ, M. (1997): “Interpretación, Identidad y Territorio. Una reflexión sobre lo uso social del patrimonio”. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, n. °18. Marzo de 1997, Sevilla. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.
- MONRAVAL SAPIÑA, J. M. (2002): “Informe sobre la restauración de la Torre de Santa Ana o de la Reina Mora”. Museo Municipal de Historia y Arqueología de Cullera.
- PROMOCIONES ECONÓMICAS VALENCIANAS S.A. (PREVASA) (1967): Estudio General sobre inversiones en la economía valenciana. 1968-71. 3 vols. Valencia.
- SANTOS PAVÓN, E. L. y FERNÁNDEZ TABALES, A. (2010): “El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo”. Cuadernos de Turismo, 25: 185-206.
- TNO IRRO (2002): Sistema de alerta rápida para la detección de destinos turísticos en declive y de sus mejores prácticas de prevención. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de la Comunidades Europeas.

VERA REBOLLO, J. F.; ROMERO GONZÁLEZ, J.; CORTINA BELTRÁN, J. y OBIOL MENERO, E. (2008): Diagnóstico técnico sobre funciones urbanas en Cullera. Colección Desarrollo Territorial. Serie Estudios y Documentos, 2. Publicacions de la Universitat de Valencia.

VERA REBOLLO J. F., LÓPEZ PALOMEQUE F., MARCHENA, M. J. y ANTÓN CLAVÉ, S. (2011): Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Tirant lo Blanc, Colección Crónica, Valencia.

WALLINGRE, N. (2009): “Alternativas de desarrollo de los destinos turísticos”. Wallingre, N. y Villar, A. (comp.): Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Políticas y estrategias. Editorial Universidad nacional de Quilmes, Bernal, Buenos Aires, 21-50.