



VNIVERSITAT  VALÈNCIA

FACULTAT DE CIÈNCIES SOCIALS

Propuesta de Productos Turístico- Culturales en la Ruta dels Ibers València

Los casos de Lliria y Montcada

María José Martínez Delgado
Máster Oficial en Gestión Cultural

Tutor: Beatriz Santamarina Campos

Valencia, 31 de mayo 2016

Índice

Resumen	3
Abstract.....	3
1. Introducción.....	4
1.1 Objetivos.....	6
1.2 Metodología.....	6
2. Marco teórico.....	9
2.1 Productos dentro del Turismo Cultural: Las rutas culturales	18
2.2 Clasificaciones de rutas culturales.....	21
2.3 El Arqueoturismo	25
3. Los Íberos como proyecto turístico-cultural.....	27
3.1 El proyecto de las rutas íberas	29
Ruta de los Íberos en el Bajo Aragón	32
Ruta dels Ibers	33
Ruta Viaje al Tiempo de los Íberos	34
Ruta de los Íberos del Sureste Albacete-Murcia	36
Ruta de los Íberos Paisajes del Thader	37
4. La Ruta dels Ibers València o Ruta Ibérica Valenciana	40
4.1 Los yacimientos de la ruta	42
4.2 Estado de la cuestión	50
5. Gestión del Producto Turístico-Cultural	57
5.1 Definición y características del Producto Turístico-Cultural	58
5.2 La importancia de la propuesta de valor.....	59
5.3 Análisis del territorio: recursos, infraestructuras y servicios	61
Llíria	62
Montcada	68
Valoración	72
5.4 Análisis de los yacimientos	73
5.5 Análisis de la demanda.....	84
5.6 Diagnóstico DAFO.....	91
5.7 Propuesta de mejoras	93
5.8 Diseño de Productos Turístico-Culturales.....	96
5.9 Plan de Difusión y acciones promocionales	108
5.10 Presupuesto.....	110
6. Conclusión.....	116
Bibliografía.....	121
Páginas web consultadas	125

ANEXO 1	126
ANEXO 2	127

Resumen

La gestión del Patrimonio Cultural supone un instrumento de dinamización en las localidades del interior de la provincia de Valencia, donde el modelo turístico de la Comunidad Valenciana se ha focalizado en la costa. Éste es uno de los motivos por los que hace unos años surgió la Ruta dels Ibers València, integrando algunos yacimientos arqueológicos de origen íbero.

Este trabajo propone la gestión de Productos Turístico-Culturales enfocados en los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (en Lliria), con el fin de promocionar la cultura íbera y dinamizar el territorio con una oferta de Turismo Cultural sostenible que desarrolle económica y culturalmente la zona, involucrando entes públicos y privados.

Palabras clave: Patrimonio Cultural, yacimiento arqueológico, Ruta Ibers València, Turismo Cultural.

Abstract

The management of the Cultural Heritage supposes an instrument for vitalize the interior populations of the Region of Valencia, where the model tourist of Land of Valencia has been focused on the coast. This is one of the reasons for which a few years ago the Iberian Valencia Route was constitute, integrating some archeological deposits of Iberian origin.

This work propose the management of Tourist and Cultural Products focused in the Iberian deposits of Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Lliria), to disclosure the Iberian culture and vitalize the territory with an offer of sustainable Cultural Tourism that it invigorates economically and culturally the region, involving public and private organizations.

Key words: Cultural Heritage, archeological deposit, Iberia Valencia Route, Cultural Tourism.

PROPUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICO-CULTURALES EN LA RUTA DELS
IBERS VALÈNCIA.
LOS CASOS DE LLÍRIA Y MONTCADA

1. Introducción

El presente Trabajo de Fin de Máster responde a un proceso de materialización de las competencias adquiridas en la formación teórica y práctica del Máster Interuniversitario en Gestión Cultural. El proyecto pretende diseñar y planificar Productos Turístico-Culturales de carácter local en torno a los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria). Estos tres ejemplos pertenecen a la red de yacimientos arqueológicos de la Ruta dels Ibers València o Ruta Ibérica Valenciana, formada por nueve ejemplos situados en la provincia de Valencia. La ruta surge como un proyecto de dinamización y puesta en valor de algunos de los recursos arqueológicos con los que cuenta el territorio valenciano, ofreciendo una oportunidad de difusión al trabajo de campo y de investigación que lleva realizando durante décadas el Museu de Prehistòria de València, más el equipo de arqueólogos y técnicos que trabajan en cada uno de los yacimientos para dar a conocer la población prerromana que habitó las tierras valencianas de la antigua Iberia.

La puesta en valor de los nueve yacimientos se encuentra en estos momentos explotada de forma desigual debido a vicisitudes económicas y políticas. Como hemos mencionado antes, el Trabajo de Fin de Máster se centra en tres yacimientos concretos, aquellos que actualmente –según el equipo de conservadores del Museu de Prehistòria de València– reúnen las condiciones geográficas, económicas y técnicas más adecuadas para enfrentarse al reto de reconversión de recurso patrimonial en producto cultural y turístico.

Los motivos por los cuales he decidido dirigir mi Trabajo de Fin de Máster hacia el proyecto Ruta dels Ibers València es, en primer lugar, porque considero que para mí es una gran oportunidad profesional y personal, completando con el desarrollo de este trabajo mi *curriculum vitae* previo. Mi formación anterior al Máster en Gestión Cultural es la de Técnico Superior en Información y Comercialización Turística y Licenciada en Historia del Arte; todo ello, ha supuesto que a lo largo de estos años haya adquirido competencias profesionales óptimas para la realización de este Trabajo de Fin de Máster, como son la sensibilidad hacia el Patrimonio Cultural y Natural, la capacidad

para detectar oportunidades de conservación y desarrollo local y regional a través de la creación de productos y servicios turísticos y, finalmente, conocer las herramientas de gestión para llevar a cabo propuestas de turismo cultural y su difusión.

En segundo lugar, otro de los motivos para elaborar este Trabajo de Fin de Máster es la importancia que para mí tiene la dinamización social, cultural y económica de las zonas de interior, menos agraciadas que las poblaciones costeras de la provincia de Valencia, donde el foco del desarrollo industrial, turístico y empresarial se ha dirigido tradicionalmente. El interior de la provincia de Valencia cuenta con recursos naturales, arqueológicos y paleontológicos merecedores de reconocimiento por parte de las instituciones y de los que habitamos este territorio. Desde el punto de vista turístico, área en la que estoy más formada, se vienen desarrollando acciones de promoción a nivel local como la Feria de Turismo de Interior de la Provincia de Valencia –cuya primera edición fue en el año 2013¹–, por lo que en estos momentos, asistimos a un despertar en el cambio del modelo turístico provincial. Este reconocimiento de las comarcas del interior y de l’Horta, más próxima a la ciudad, por parte de diferentes agentes sociales e institucionales, revaloriza los aspectos históricos y etnológicos de cada una de ellas. La Ruta dels Ibers València se inserta en este contexto de puesta en valor de los recursos arqueológicos de las zonas de interior, descubriendo la importancia de los pueblos íberos que habitaron parte de nuestro territorio y que son tan desconocidos para muchos.

Estas son las razones por las que he decidido dedicarme a este proyecto, enfocando mi propuesta a tres de los yacimientos de la ruta, los más próximos a la ciudad de Valencia, debido a la oportunidad que supone para ellos la cercanía a la ciudad y las conexiones que por diferentes accesos y medios de transporte las unen.

¹ La Feria de Turismo de Interior de la Provincia de Valencia “Interioriza-T”, se celebra en la Plaza de Toros de Valencia y en 2015 tuvo lugar la 3ª edición. Este año ha cambiado el nombre: *Fira València Turisme, la Fira de les Comarques* y ha tenido lugar del 13/05/16 al 15/05/16. En ella, diferentes municipios, mancomunidades y asociaciones de interior dan a conocer al público actividades deportivas, eventos gastronómicos y rutas culturales mediante folletos y guías:

<http://www.valenciaturisme.org/blog/2015/03/la-feria-de-turismo-interioriza-t-vuelve-a-valencia-del-27-al-29-de-marzo/>

<http://www.valenciaturisme.org/es/oferta/fira-valencia-turisme-la-fira-de-les-comarques/>

1.1 Objetivos

El objeto principal de mi Trabajo de Fin de Máster consiste en la propuesta de Productos de carácter turístico y cultural para los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria). Con una planificación adecuada se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

1. Dar a conocer los yacimientos y difundir su valor patrimonial, promoviendo su conocimiento y estima por parte de la población local, las instituciones, los agentes privados y el público en general.
2. Atraer visitantes a los yacimientos íberos y a su entorno.
3. Dinamizar económica, social y culturalmente el territorio donde se sitúan los yacimientos.
4. Crear sinergias entre diferentes agentes institucionales, sociales y empresariales.

1.2 Metodología

La orientación de mi Trabajo de Fin de Máster responde a una investigación empírica que parte de la búsqueda de diferentes fuentes de información para elaborar, en primer lugar, un marco teórico, donde se analiza el fenómeno y la evolución del Turismo Cultural y la eclosión y desarrollo en los últimos años de las rutas turístico-culturales.

La metodología empleada en este proyecto abarca, por una parte, el análisis de la bibliografía existente sobre Turismo Cultural, Arqueoturismo y rutas e itinerarios culturales, así como la bibliografía referente a Planificación Estratégica, Marketing y Gestión del Patrimonio Cultural. Las fuentes de información utilizadas en este trabajo son, por tanto, artículos de revistas especializadas como Pasos, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), Cuadernos de Turismo, Estudios Turísticos o el Boletín Andaluz del Patrimonio Histórico. Por otro lado, manuales y libros sobre Gestión del Patrimonio Cultural y Planificación Turística.

Por otra parte, es necesario analizar la información referente a los diferentes proyectos que existen en la actualidad sobre rutas íberas en la Península, a través de las páginas web y de las redes sociales que manejan los gestores de las diferentes rutas y de la lectura de artículos especializados sobre las mismas. Dentro de los yacimientos de la vertiente valenciana, es importante estudiar el poblado íbero de la Bastida de les

Alcusses (Moixent), como paradigma de yacimiento puesto en valor en la provincia de Valencia.

Las estadísticas provenientes de organismos oficiales como el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte o la Agencia Valenciana de Turismo, han resultado de gran ayuda para dibujar la demanda que atañe a nuestro objeto de trabajo. Por último, en la elaboración de este Trabajo de Fin de Máster han sido de gran ayuda las entrevistas realizadas a las personas que trabajan –directa o indirectamente– en la gestión de los yacimientos y de la propia ruta, y que nos han permitido recabar opiniones y conocer su labor en torno a los yacimientos íberos. Los profesionales con los que hemos contactado y que han colaborado aportado información valiosa a este trabajo han sido: los conservadores del Museu de Prehistòria de València, Carles Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz; el director del Museo Arqueológico de Montcada y arqueólogo municipal, Josep Burriel; y los técnicos de la *Tourist Info* de Lliria, dirigida por Vicente Sesé-Aloy.

El presente Trabajo de Fin de Máster está formado por un marco teórico (capítulo 2) que permite otorgar al lector una visión global de la situación del Turismo Cultural en el Estado español y cómo el Patrimonio Cultural se convierte en parte esencial del desarrollo del fenómeno turístico, gracias al creciente interés de la sociedad por la cultura. Los capítulos siguientes (capítulos 3 y 4) recogen, por un lado, el análisis de la situación actual de las diferentes rutas íberas en España y, por otro lado, la Ruta dels Ibers València, estableciendo una perspectiva general de la ruta, los yacimientos que la componen y la situación individual de cada uno de ellos. Pese a que el objeto de este Trabajo de Fin de Máster se centra en tres yacimientos concretos, no debe olvidarse que a largo plazo son deseables propuestas similares para el conjunto de la ruta. Por otro lado, para poder proyectar los Productos Turísticos y Culturales en los yacimientos mencionados y encuadrarlo dentro de la imagen-marca de la Ruta dels Ibers València, se deben estudiar los yacimientos en profundidad, sin olvidar las particularidades del territorio donde se sitúan, la proximidad y relación con el municipio al cual pertenecen, los accesos a cada yacimiento, infraestructuras existentes y medios de transporte cercanos, características únicas y generales de cada yacimiento, etc. El capítulo 5 está dedicado al análisis exhaustivo de los recursos del territorio y la demanda, lo que permitirá saber qué medidas son las más adecuadas para cada caso, concretando una serie de productos personalizados. Este capítulo recoge –además– las propuestas de mejoras y el diseño de los Productos Turístico-Culturales adaptados para cada situación, elaborados según las características propias de cada uno y establecidos gracias a la

ayuda del equipo de profesionales que trabajan en ellos; todo ello apoyado en una estimación de posibles fuentes de ingresos y gastos.

El presente Trabajo de Fin de Máster se convertirá en un documento de apoyo y consulta para la dinamización de los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria), a la vez que se pretende, además, servir de modelo para la consecución de más propuestas en el resto de los yacimientos de la Ruta Ibers València que todavía quedan por activar.

2. Marco teórico

EL 19 y el 20 de diciembre de 2012 se celebraban las III Jornadas de Debate en el Museu de Prehistòria de València bajo el título: *El pasado en su lugar. Patrimonio Arqueológico, Desarrollo y Turismo*. En ellas, diferentes profesionales expusieron sus visiones y experiencias con el objetivo de analizar las posibilidades que ofrece la gestión turística del Patrimonio Arqueológico; la incidencia de ésta en la dinamización económica, social y cultural del territorio; cómo puede revertirse el beneficio obtenido en la conservación del Bien; y la importancia de un marco de sostenibilidad para el conjunto del proyecto de gestión turística.

Las Jornadas surgieron en el proceso de un cambio de paradigma en los modelos de gestión de los yacimientos públicos, así como un cambio en la orientación turística, donde los recursos culturales suponen un elemento desestacionalizador y novedoso frente al maduro Turismo de sol y playa de la Comunidad Valenciana. Este evento concluyó con una mesa redonda sobre la sostenibilidad de un Turismo Arqueológico y Cultural.

En términos generales, el concepto moderno de Turismo hace alusión al fenómeno de masas que surgió a partir de la segunda mitad del siglo XX, auspiciado por el crecimiento económico, las mejoras en las condiciones laborales de los trabajadores (que daban lugar a las vacaciones), la mejora en los medios de transporte y comunicación, el éxodo migratorio del campo a la ciudad y el establecimiento de relaciones comerciales que repercutían en más desplazamientos. En España, el desarrollo del turismo fue más tardío (a partir de la década de los 60) que en el resto de Europa, debido al retraso en el proceso de industrialización. Desde entonces, el Turismo “ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo de las décadas, aumentando en periodos de auge económico, moderando su crecimiento en periodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un periodo de crisis económica” (Sancho, 1998:12). El desarrollo del turismo en nuestro país supuso la transformación de nuestras costas, convirtiendo los centros tradicionales de actividades pesqueras o industriales en zonas masificadas por el Turismo de sol y playa.

Coincidiendo con todos los cambios socio-políticos que venían sucediendo en España desde 1975, en la década de los 80 surgió el interés de la sociedad por el respeto al medio ambiente y por participar en diferentes actividades culturales como la asistencia a fiestas tradicionales. Las motivaciones, gustos, deseos, etc., de los turistas —o lo que en términos económicos se refiere: la demanda—, variaron reflejo de múltiples

cambios en la sociedad. Dentro del turismo esto se vio reflejado con la aparición de un turismo más respetuoso, que emergió como reacción a la masificación que atestaba el litoral. El perfil del turista que encontramos hoy en día busca una forma de practicar turismo más sostenible y que supone “nuevas relaciones entre la actividad turística y el entorno natural y sociocultural de las comunidades receptoras” (Martín, 2003:158). Además, los nuevos turistas poseen por norma general un nivel cultural más alto, son más experimentados y también más exigentes. En la era de la globalización, nace la paradoja de la población receptora de turismo que necesita “fortalecer su identidad cultural” frente al fenómeno turístico y, por otro lado, la de los visitantes o turistas que se interesan cada vez más en dicha diversidad (Toselli, 2006:176). Así nace el Turismo Cultural, marco general del trabajo que nos ocupa, relacionado con otras tipologías de turismo que se irán desarrollando a lo largo de las últimas dos décadas, como, por ejemplo: el Turismo Rural, el Agroturismo, el Turismo Cinegético, el gastronómico o enológico, el Turismo de Ciudad y compras, el Turismo de Congresos y Convenciones, el Turismo de Salud y el Turismo de Cruceros o Trenes de lujo, entre otros.

“El Turismo Cultural es un concepto en permanente construcción” (Morère y Perelló, 2013:22) parejo al concepto de “Patrimonio”, el cual ha ido ampliando su objeto de interés desde una definición centrada en bienes muebles, inmuebles y naturales (tangibles), hasta la suma de elementos inmateriales o intangibles, como son la tradición oral, la música o la gastronomía. Por tanto, cuando hoy se habla de Turismo Cultural no sólo se hace referencia a la visita a los monumentos que se hallan en el centro histórico de una ciudad, sino que practicar Turismo Cultural es también ser espectadores de una Fiesta de Interés Turístico o una feria de artesanía.

Un informe de la Comisión de las Comunidades Europeas de 1993 señaló que para poder referirnos a Turismo Cultural era necesario que los paquetes u ofertas turísticas cumplieran con tres requisitos: un deseo por parte del turista de conocer el arte y la población local; el consumo de productos culturales (monumentos, obras de arte, espectáculos, intercambio de ideas, etc.); y la intervención de un profesional –guía o intérprete del patrimonio- o de medios auxiliares –como folletos explicativos, paneles informativos, etc.-, subrayando el valor de dicho producto cultural (Ballart y Juan i Tresserras, 2001).

En cuanto a cifras, el Anuario de Estadísticas Culturales de 2015 ² destaca que los viajes de residentes en España –realizados principalmente por motivos culturales– fueron en 2014 un total de 12081, repuntando una bajada que venía produciéndose desde 2011, año en el que alcanzó la cota más alta en cuanto a número de viajes (13197). En 2014, además, se superaron los porcentajes de viajes de residentes en España en los que se realizó alguna actividad cultural (60,7 %) –independientemente del motivo del viaje–, siendo, desde hace años, el porcentaje más alto. Lo mismo ocurrió con las entradas de turistas internacionales que realizaron algún tipo de actividad cultural en sus viajes (56%), superando años anteriores. Estos datos demuestran la buena situación del Turismo Cultural en España, si bien continuamos siendo un destino mayoritariamente de sol y playa –más aún teniendo en cuenta la actual inestabilidad de otros destinos del mediterráneo africano y oriental–, el hecho de ser un país rico en Patrimonio Cultural, gastronomía, buen clima e infraestructuras de calidad, debe ser aprovechado para potenciar la práctica del consumo cultural por parte de los visitantes nacionales e internacionales.

En cuanto al gasto total en viajes de residentes en España –realizados principalmente por motivos culturales–, los viajeros gastaron un total de 5131 millones de euros en 2014, cifra menor a la de los años 2011 o 2010 donde –en este caso– alcanzaron los 6761 millones de euros.

² Los datos extraídos pueden consultarse en el en PDF: Cuadro resumen de Anuario de estadísticas culturales 2015, pág. 2, punto 7, sobre Turismo Cultural:

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/serviciosalciudadanomecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/principales-resultados/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015_Cuadro_resumen.pdf

Así mismo, si se desea ampliar la información sobre las estadísticas desglosadas acerca del Turismo Cultural, hay que remitirse al: Anuario de estadísticas culturales 2015, el cual aparece completo en:

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015.pdf

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte:

<http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015.html>

Viajes de residentes en España realizados principalmente por motivos culturales (<i>En miles</i>)	11.449	12.930	12.201	12.202	12.668	12.633	13.197	11.908	9.920	12.081
<i>En porcentaje del total de viajes por ocio, recreo y vacaciones</i>	13,6	14,9	14,7	13,8	13,7	14,5	15,2	14,0	12,3	14,7
<i>En porcentaje del total de viajes</i>	6,7	7,8	7,7	7,2	7,4	8,0	8,2	7,4	6,4	8,0
Gasto total en viajes (<i>Millones de euros</i>)	4.500	5.448	6.253	6.427	6.118	6.761	6.274	5.224	4.242	5.131
Entradas de turistas internacionales realizadas principalmente por motivos culturales (<i>En miles</i>)	4.929	5.652	7.527	7.646	5.737	7.451	9.206	8.137	7.387	7.082
<i>En porcentaje del total de entradas por ocio, recreo y vacaciones</i>	11,2	12,3	15,8	16,4	13,5	17,2	19,5	16,6	14,0	12,6
<i>En porcentaje del total de entradas</i>	9,2	10,0	12,9	13,4	11,0	14,2	16,4	14,2	12,2	10,9
Gasto total en viajes (<i>Millones de euros</i>)	3.483	3.803	5.944	6.227	4.836	5.948	8.452	7.545	7.484	7.506
Viajes de residentes en España en los que se realiza algún tipo de actividad cultural										
<i>En porcentaje del total de viajes por ocio, recreo y vacaciones</i>	45,3	54,9	61,6	65,3	67,2	64,5	64,4	61,9	61,7	65,3
<i>En porcentaje del total de viajes</i>	32,3	38,5	41,9	44,3	48,5	47,4	51,2	54,8	57,5	60,7
Entradas de turistas internacionales que realizan algún tipo de actividad cultural										
<i>En porcentaje del total de entradas por ocio, recreo y vacaciones</i>	57,1	57,9	58,4	58,9	56,6	54,0	53,5	55,7	56,0	57,7
<i>En porcentaje del total de entradas</i>	54,1	53,8	54,1	55,0	53,5	51,3	51,3	53,6	53,9	56,0

TABLA 1: CUADRO-RESUMEN DEL ANUARIO ESTADÍSTICAS CULTURALES 2015.
FUENTE: MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE.

Otro dato que arroja el Anuario de Estadísticas Culturales de 2015 es que el 14,7% del total de viajes de ocio realizados por residentes en España en 2014, fueron principalmente debidos a motivos culturales. Respecto a la motivación de los turistas internacionales, la cultura suponía el 12,6 % del total de viajes realizados por ocio, recreo o vacaciones.

Cabe recordar que los recursos culturales ofrecen en muchas ocasiones una oferta complementaria a otros tipo de motivaciones no reflejadas en esta estadística, por lo que el consumo cultural es mayor de lo aparece en estos datos. Otras conclusiones a destacar de esta estadística son, en primer lugar, el aumento en cuanto a número de viajes y desplazamientos relacionados con la cultura y, en segundo lugar, el ligero crecimiento del gasto por turista, consecuencia de la de la relajación de la crisis económica y de la inestabilidad internacional que por un lado, ha aumentado el turismo doméstico, y por otro, deriva más turistas a España en detrimento de otros países. Sin embargo, considero oportuno reseñar que con la cantidad y calidad de recursos culturales que disponemos en el Estado español, el porcentaje de turistas que viajan por motivos culturales debería aumentar. Las medidas para conseguir este objetivo pasan por una mejora y adecuación de los recursos, el apoyo tanto institucional como privado, el diseño de planes de difusión para el Turismo Cultural y la creación de productos culturales de calidad, tal como recogía la revista Hosteltur en su artículo: “El Turismo Cultural innova en fórmulas de comercialización” (2012)³.

En el transcurso del tiempo, el Turismo Cultural se ha posicionado como una actividad económica que repercute favorablemente en la economía del lugar donde se

³ Véase el artículo completo del portal especializado de Hostelería y Turismo Hosteltur: http://static.hosteltur.com/web/uploads/2012/10/El_turismo_cultural_innova_en_formulas_de_comercializacion.pdf

emplazan los recursos de carácter cultural, y a su vez, en la puesta en valor, conservación y protección del Patrimonio Cultural. Esta tipología de turismo ha demostrado su capacidad de incrementar la competitividad, crear oportunidades de empleo, frenar el éxodo rural, generar ingresos para invertir en conservación y cultivar un sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades receptoras. Sin embargo, para promover y salvaguardar de manera efectiva el propio Patrimonio del que depende el Turismo Cultural, es crucial formular un enfoque sostenible y a múltiples bandas⁴.

Otros beneficios atribuibles a esta tipología de turismo son la poca dependencia de la estacionalidad –frente a otros tipos de turismo como el de “sol y playa” o el de nieve que dependen en exceso del clima–; el valor o imagen positiva que se desprende de todo aquello que tiene un matiz cultural (monumentos, creaciones artísticas, eventos culturales, música, tradiciones populares, etc.); también, el potencial que presenta el Turismo Cultural para atraer otros tipos de turistas –o segmentos de mercado– que viajan por otros motivos diferentes al cultural (como el turista urbano o el turista de congresos y convenciones); y el gran poder de diferenciación o “caracterización en el caso de los destinos maduros” (Ballart y Juan i Tresserras, 2001:204) que posee, aportando nuevos alicientes para reconvertir los destinos de larga tradición turística, tanto si los recursos culturales se sitúan en estos o en localidades próximas. Es por esto que muchas zonas de interior o cercanas a grandes centros receptores de turismo, ven en el Turismo Cultural una oportunidad de desarrollo socioeconómico.

Por otro lado, el Turismo Cultural, en general, supone un gasto superior⁵ al de otros tipos de turismo por el mayor número de desplazamientos que conlleva, el pago de entradas a determinados lugares y espectáculos, gastos de comida, pernoctación en Paradores u hoteles de categoría media-superior en el centro de las poblaciones, etc., lo que supone un atractivo interesante para los gestores y entes públicos y privados implicados en su desarrollo.

⁴ La Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la UNESCO acercó posturas de los Ministros de Turismo y Cultura, tal como recoge el artículo: [http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune-](http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune)

⁵ Como hemos visto en el apartado anterior, los indicadores de gasto total -2014- realizados por motivos culturales ascendieron 5131,4 millones de euros para los residentes en España y a 7505,9 millones de euros para las entradas de turistas internacionales: http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/principales-resultados/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015_Principales_resultados.pdf

Para el Turismo Cultural, y en caso de la visita a yacimientos especialmente, es de gran importancia la figura del “turista de proximidad” (Ballart y Juan i Tresserras, 2001), o también conocido como “excursionista”, según lo define la Organización Mundial del Turismo (OMT). El excursionista es aquella persona que reside en poblaciones más o menos próximas y que se permiten la visita de un día con la familia o los amigos⁶. Este aspecto es de suma importancia por la ruptura que plantea el Turismo Cultural con la estacionalidad, pues permite la programación de vacaciones o viajes de corta duración (un fin de semana, puentes, Navidad, etc.), reflejo de los cambios a nivel social que comentábamos anteriormente.

Con la información expuesta hasta el momento, parece que todo lo que envuelve al concepto de Turismo Cultural es una panacea para el territorio donde se desarrolla, pero igualmente hay que analizar los inconvenientes que pueden desprenderse de su práctica. En primer lugar, todo lo que es Patrimonio Cultural no se puede o no se tiene porqué transformar en producto turístico, ya que éste es una construcción social y simbólica, que depende del poder y los agentes sociales para otorgarle “nobleza patrimonial” (Grande, 2001: 16), decidiendo estos agentes qué ejemplos monumentales, paisajísticos, tradiciones, documentos, etc., deben prevalecer sobre otros en función de unos valores simbólicos que se atribuyen según un contexto social, político, cultural y temporal.

Actualmente existen bienes históricos y culturales que son –por sí mismos– capaces de atraer turismo (porque son percibidos como únicos por los visitantes, por la calidad del producto diseñado, porque existe soporte e implicación de la comunidad donde se sitúan los recursos, etc.). Otros bienes actualmente no atraen visitas pero los gestores del patrimonio desean conseguirlo, por tanto, son bienes “potenciales”. Por último, existen aquellos bienes que no sólo lo desean, sino que están “preparados” para comprometerse a reforzar sus productos y servicios (Camarero y Garrido, 2004:39). Por tanto, no todos los recursos culturales están en igualdad de condiciones a la hora de consolidarse como producto turístico. Para poner en valor el recurso patrimonial y convertirlo en producto, se necesita invertir en una serie de infraestructuras y en un proceso de adecuación apto para la visita y comprensión del turista. Para este fin, es

⁶ El turista es aquel que al menos pernocta una noche en el lugar donde se ha desplazado, distinto al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año (Jiménez, 2003:10). Cuando la visita no supera las 24 horas o no pernocta en el destino hablamos de “excursionista”.

necesario destinar partidas económicas que no siempre son asumibles por parte de las administraciones o los agentes sociales.

A la hora de emprender un Plan de Dinamización Turística hay que considerar los posibles efectos negativos que puede suponer el proceso de reconversión turística del entorno donde se halla los recursos. Como han destacado algunos autores: existe riesgo de “banalización o autenticidad escenificada” en el caso de las tradiciones y, en general, de todo el patrimonio inmaterial; puede producirse rechazo al turista por parte de la población local por no respetar los lugares de culto; también existe el riesgo de sobrecarga turística que modifique el hábitat local; el mal uso de las infraestructuras ocasionando deterioros y pérdidas económicas; además de problemas sociales, debido a que la población local puede sentirse molesta por no sentirse partícipes de los proyectos de planificación turística que llevan a cabo las administraciones⁷ (Toselli, 2006).

También surgen cuestiones en torno al mismo concepto de Turismo Cultural, realizando distinciones como las expuestas por Carmen Camarero y M^a José Garrido. El Turismo Cultural, mantiene una relación más distante con el territorio donde se practica, pues conlleva menos apego respecto al lugar, “responde a la curiosidad y deseo de las personas de aprender de otros y satisfacer su necesidad de explorar e intensificar las propias experiencias” pero sin inmiscuirse necesariamente en el terreno donde tiene lugar, mientras que el denominado “Turismo Patrimonial”, conlleva, según las autoras, una implicación más fuerte con el territorio, con sus gentes, los hechos históricos o las tradiciones de la población porque pretende “experimentar lugares, artefactos y actividades que representan de forma auténtica a las historias y la gente del pasado y el presente” (2008:36), es decir, tiene más en cuenta la asimilación de todo el contexto que circunda los recursos culturales.

En lo que coinciden muchos autores es en prestar atención al recurso patrimonial –muy delicado– ya que si no se planifica correctamente su explotación, con una buena gestión desde el principio, se corre el riesgo de poner en peligro su integridad y su conservación. Más cuidado si cabe se debe tener con el Patrimonio Inmaterial, pues una mala planificación turística puede transformar el valor simbólico del mismo. Como afirma Julio Grande: “el patrimonio es no renovable. El deterioro o la destrucción del mismo suponen su desaparición definitiva” (2001:19).

⁷ Véase cuadro comparativo de pros y contras en el artículo de Claudia Toselli: “Algunas reflexiones sobre el Turismo Cultural” (2006:179).

En resumen, el Turismo Cultural se presenta en la actualidad como una actividad económica potente y en expansión, aunando dos conceptos (turismo y cultura) anteriormente alejados, e insertados hoy en un mundo globalizado. Este desarrollo ha supuesto redefinir y ajustar su significado en los últimos años. Son muchos los autores que recogen diferentes definiciones –ampliadas con los años– del concepto de Turismo Cultural por la OMT (Organización Mundial del Turismo), el cual alude a los movimientos de personas que buscan satisfacer una necesidad humana de diversidad, de conocer, comprender y estudiar nuevas culturas (Morère y Perelló, 2013; Velasco, 2013). El cambio en el modelo turístico tradicional y la importancia que ha cobrado el Turismo Cultural supone una oportunidad de progreso económico y social para zonas de interior o menos desarrolladas, así como una mejora de la oferta y de la imagen en los destinos más maduros. Pero para que las relaciones entre turismo y cultura sean favorables y productivas debe existir una planificación consensuada con la participación de agentes públicos y privados, implicando –además– a la población local, las asociaciones culturales y los ecologistas (Vives-Ferrándiz y Ferrer, 2014).

En la actualidad queda trabajo por avanzar, sobre todo, en cuanto a las relaciones entre diferentes agentes se refiere, necesitándose de convenios, acuerdos y colaboraciones. Esta necesidad se puso de manifiesto el año pasado en la Primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT (Organización Mundial del Turismo) y la UNESCO⁸, para debatir la creación de un marco colaborador entre ambos ámbitos –turístico y cultural– con políticas transversales y el establecimiento de unos objetivos en pos del desarrollo sostenible y el desarrollo socioeconómico de las comunidades receptoras, involucrando agentes públicos y privados.

Analizada la evolución y algunos aspectos del concepto de Turismo Cultural hasta nuestros días, actualmente nos encontramos ante un amplio abanico de posibilidades a elegir y disfrutar dentro de esta modalidad de turismo, donde el componente “cultural”, concepto a su vez complejo y heterogéneo, “constituye la oferta agregada y especializada del producto, siendo el elemento de motivación fundamental que genera el desplazamiento turístico en el producto cultural” (Grande 2001:23).

⁸ Celebrada en Siem Reap (Camboya) del 4/02/15 al 6/02/15, se dieron cita más de 45 ministros y viceministros de Turismo y Cultura: <http://tourismandculture.cvent.com/events/world-conference-on-tourism-and-culture/event-summary-31e858760d0a4a5287d626b2b638cc8e.aspx#>

Este elemento cultural lo podemos hallar en multitud de recursos, clasificados en diferentes categorías:

- Monumentos, sitios históricos y yacimientos arqueológicos.
- Patrimonio paleontológico.
- Museos, colecciones de arte y centros culturales.
- Parajes naturales modificados por la mano del hombre.
- Obras de arte, de ingeniería o industriales.
- Documentos de archivo o filmaciones.
- Artesanía e indumentaria.
- Músicas y danzas.
- Creencias y ritos.
- Fiestas patronales, eventos tales como ferias, mercados, conciertos, etc.
- Alimentos y bebidas propios de un lugar. Denominaciones de Origen (D.O).

La cantidad de recursos culturales, sumado a una gran variedad de segmentos de mercado que se interesan por diferentes opciones; los cambios sociales antes mencionados (tendencia a la realización de vacaciones más cortas y distribuidas a lo largo del año); la multiplicidad de alternativas y precios más asequibles que existen hoy en los medios de transporte; la oferta complementaria de alojamientos y demás servicios turísticos; unida a la necesidad humana de aprender, divertirse y conocer lugares o entornos nuevos, posibilita la eclosión de diferentes formas de practicar Turismo Cultural.

Es importante reseñar, que además, todo aquel visitante o turista que practica el Turismo Cultural no se mueve por las mismas razones. Los hay que el motivo de su desplazamiento es *ex profeso* un recurso o producto cultural concreto, pero también los hay que disfrutan de éstos de forma complementaria a otros tipos de turismo, como por ejemplo: los turistas de sol y playa que aprovechan un día de lluvia para conocer la oferta cultural de la población donde veranean, los asistentes a congresos que dedican su tiempo de ocio a visitar la ciudad donde trabajan por unos días, o los turistas rurales que consumen la gastronomía y artesanía de la comarca donde pasan el fin de semana. A estos tipos de turistas, Greg Richards (2001) se refiere como “ocasionales”, que en contraste a los “específicos”, buscan la “edudistracción” disfrutando de los atractivos culturales como una experiencia complementaria unida a otras motivaciones principales.

Dentro del Turismo Cultural, y aproximándonos al objeto de este Trabajo de Fin de Máster, encontramos diferentes estrategias para poner en valor, difundir y promocionar los recursos culturales. Hablamos de la planificación de los eventos culturales, las recreaciones históricas, las ferias tradicionales y los mercados, las exposiciones itinerantes y las rutas culturales.

2.1 Productos dentro del Turismo Cultural: Las rutas culturales

El objeto de mi Trabajo de Fin de Máster se basa en el proyecto de la Ruta dels Ibers València, como forma de difundir la riqueza de los yacimientos íberos que se encuentran en la provincia de Valencia, fomentando su promoción en aras de un uso turístico y cultural, dentro del aumento del interés de la sociedad por el patrimonio local.

Las rutas culturales han protagonizado un gran crecimiento en los últimos años, posicionándose como una de las mejores estrategias para la dinamización socioeconómica de un territorio, sobre todo cuando una localidad por sí sola no puede asumir un plan de desarrollo turístico. Esta situación se produce por falta de iniciativas propias, o por poseer recursos insuficientes para atraer visitas, apoyándose entonces en otras poblaciones de carácter regional para establecer alianzas y crear una marca de destino conjunta a través de una ruta.

El germen de toda ruta son los recursos culturales (de diferentes categorías como hemos comentado en el apartado anterior) reforzados y combinados con otros elementos propios del territorio y unas infraestructuras adecuadas. Como apunta Julio Grande (2001), la oferta de recursos patrimoniales y culturales dentro del panorama turístico puede cumplir diferentes funciones a la hora de construir un producto turístico-cultural:

- Grandes atracciones o eventos ya consolidados por sus características únicas y que atraen a un gran número de visitantes. Como por ejemplo la Semana Santa de Sevilla o Zamora, el Museo Guggenheim de Bilbao o La Alhambra de Granada. El recurso es el producto en sí.
- Otros más especializados que atraen a un segmento muy específico de mercado, como pueden ser las rutas o visitas enológicas o el turismo ornitológico.

- Recursos culturales que van asociados a otros diferentes y que se combinan con servicios auxiliares. Como por ejemplo los circuitos que ofrecen los touroperadores y donde se combinan visitas a monumentos y compras.
- Recursos que tienen menor renombre y se consumen como productos complementarios o secundarios dentro de la oferta turística principal, añadiendo –eso sí– valor a la misma, como quien visita la Catedral de Santa María la Real de Pamplona en plenas fiestas de San Fermín.

Los recursos culturales se jerarquizan dentro del proyecto de creación de la oferta turístico-cultural según su relevancia o cantidad en el territorio, destacando unos recursos sobre otros y tematizando así las diferentes propuestas de productos turísticos, incluidos las rutas.

El diseño y planificación actual de las rutas culturales conjuga “elementos que individualmente no alcanzan el interés suficiente o se encuentran con problemas de promoción y comercialización” (Grande, 2001:33). Su construcción se basa –como hemos comentado– en recursos culturales, siendo los elegidos, en su mayoría, aquellos de carácter arquitectónico y monumental (castillos, palacios, yacimientos arqueológicos, monasterios y conventos, arquitectura popular o labriega, ejemplos de arquitectura industrial, etc.). Los elementos inmuebles tiene un poder de materialización y reflejo del patrimonio inmaterial o simbólico de los grupos humanos que subyace en determinadas rutas temáticas, como por ejemplo, las famosas casas–museo de personajes ilustres en las rutas literarias o los monasterios levantados bajo el amparo de una determinada Orden en las rutas de carácter religioso.

Pero la proyección de una ruta o itinerario supone también contar con una serie de servicios adaptados al visitante: oferta de restauración, alojamientos, oficina de información turística, servicios de intermediación para la comercialización y difusión del producto, aparcamientos, zonas de descanso y otros servicios públicos como los teléfonos de policía o guardia civil, centro de salud cercano y gasolineras. Como explica Julio Grande: “Una ruta es algo más que un título y una publicación. Necesita pues de una correcta planificación, un plan de inversiones, una estrategia de marketing y una cierta implicación de la población local y los agentes privados y turísticos” (2001: 33). Todo bien diseñado y gestionado bajo el paraguas de una marca.

Una característica que presenta la puesta en marcha de un proyecto de ruta turístico- cultural es que cuenta con “un carácter activo en contra de otros segmentos y

tipologías turísticas que son pasivas” (Torres, 2006: 91). La mayoría de las rutas presentan un consumo libre y espontáneo por parte del visitante o turista, no tiene porqué realizarse entera y puede subdividirse en varias jornadas o tiempos ya que muchas carecen de orden jerarquizado en los hitos de visita. Esta particularidad se amolda a diferentes tipos de demanda. El *target* principal del Turismo Cultural ha estado compuesto por personas adultas con estudios superiores y nivel cultural medio-alto, pero la variedad de las propuestas que hoy encontramos las hacen accesibles a grupos de *seniors*, jóvenes o incluso familias. Otra de las características de las rutas es que promueven el conocimiento y la estima por los recursos culturales en los cuales se basa su propuesta: un personaje literario, un hecho concreto de la historia, un estilo arquitectónico, etc., Por último, las rutas culturales ofrecen una oportunidad de desarrollo territorial en aquellas zonas donde la actividad industrial o agropecuaria ha mermado o desaparecido; ayudan a dinamizar la economía del territorio y permiten la creación de redes de participación entre agentes públicos y privados. Además, sirven como palanca de repunte a aquellos destinos que han alcanzado un ciclo de vida maduro y están al borde del declive. Por el contrario, las rutas una vez completadas, en general, son un tipo de producto que no fideliza al visitante, puesto que éste no va a volver a recorrer la misma ruta en sus próximas vacaciones –salvo en los casos de rutas religiosas, como por ejemplo el Camino de Santiago–. El turista querrá experimentar otras opciones.

Para conocer más sobre este fenómeno de las rutas culturales hay que profundizar en el concepto: itinerarios (o caminos históricos) y rutas. En múltiples ocasiones son empleados como sinónimos pero no lo son, por tanto, es importante discernir su clasificación para comprender mejor la esencia de cada uno de ellos. En primer lugar, los itinerarios responden a las antiguas rutas de carácter histórico, es decir, el trazado físico en el cual se sitúan hitos para su señalización. En cambio, la ruta representa el aspecto humano, la actividad en sí que se realiza sobre el espacio material y geográfico que conforma el itinerario (Morère, 2012).

Tanto las instituciones del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) como el Consejo de Europa, han puesto en marcha la creación de Itinerarios Culturales pero con diferencias de significado. El ICOMOS considera a éstos como caminos de carácter histórico, definidos por un trazado (o itinerario) físico. Están jalonados con soportes patrimoniales que marcan dicho camino y son fruto de las relaciones económicas, comerciales, religiosas y de supervivencia que se han ido

fraguando en un territorio. Por otro lado, el Consejo de Europa declara Itinerarios Culturales a las rutas de carácter temático o funcional, creadas en torno a un tema, a partir de recursos comunes y cuya prioridad es el vínculo que une el patrimonio a la comunidad (Hernández, 2011; Morère, 2012). Ejemplos de ambas definiciones son el Camino de Santiago como itinerario o camino histórico y el Itinerario del Legado Andaluz como ejemplo de ruta creada en base a esta temática patrimonial. Sea como fuere, las dos instituciones coinciden en desear impulsar la identidad europea y la cooperación, estableciendo lazos entre regiones y países a través de cultura y el desarrollo económico.

2.2 Clasificaciones de rutas culturales

Actualmente, a parte de la clasificación de los Itinerarios Culturales emanados por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) y el Consejo de Europa, no encontramos unanimidad a la hora de establecer criterios de ordenación y sistematización de las rutas turístico-culturales, suponemos que por encontrarnos en un momento de desarrollo y expansión de las mismas. De todos modos, recientemente algunos autores han establecido sus propias sistematizaciones⁹.

La clasificación establecida según la relación del patrimonio con el recorrido y el territorio fue formulada por Javier Hernández (2011):

- Rutas basadas en una sola categoría patrimonial, relacionadas directamente con el territorio (Rutas del Vino Utiel- Requena o la Ruta del Románico Palentino).
- Rutas de carácter temático, más alejadas de la evolución histórica real del territorio. Ejemplos son: las rutas literarias (Ruta de Jorge Manrique, en Castilla-La Mancha o La Ruta-Camino del Cid, por Castilla y León, Aragón y la Comunidad Valenciana); las cinematográficas (Almería y el Western por el desierto de Tabernas); de personajes (Ruta Huellas de Santa Teresa, por Castilla y León, Andalucía, Castilla-La Mancha y Región de Murcia) o incluso leyendas y magia negra (Ruta de la Brujería de Navarra).
- Rutas mixtas, que según el autor carecen de un eje temático definido. Estas mezclan “componentes que pueden ser sustituibles, diseñadas mediante una selección de hitos patrimoniales y recreativos, que son asociados bajo una

⁹ La mayoría de los ejemplos especificados dentro de las clasificaciones son de elaboración propia, con la intención de hacer más comprensibles las diferentes propuestas.

etiqueta o lema común en la que se mezclan propuestas de visita y actividades heterogéneas” (Hernández 2001:227). Esta tipología es la empleada por las empresas-mayoristas turísticas para elaborar sus folletos de circuitos culturales (Ruta de los Pueblos Blancos de Cádiz o la Ruta por las Capitales de Castilla, por ejemplo).

Por otro lado, otros autores sistematizan las rutas turístico-culturales según el contenido, relacionado directamente con las bases motivacionales del turista, aquello que desea ver o hacer. Esta clasificación atiende a segmentos muy genéricos, pues es muy difícil establecer las necesidades y deseos de todos los turistas (Torres, 2006):

- Rutas folclóricas o artesanales (Ruta del Flamenco, Andalucía).
- Rutas de carácter histórico y monumental (Ruta del Renacimiento Andaluz, Úbeda y Baeza).
- Rutas religiosas (Caminos a Santiago y las romerías).
- Rutas de memoria o recreación e interpretación histórica (Ruta de los Cátaros, Francia).
- Rutas de eventos culturales (veranos de música en Alemania).
- Rutas gastronómicas (Ruta del vino de la Ribera Sacra, Galicia).

Otra tipología de clasificación consiste en dividir las rutas según su ámbito geográfico. Los autores las clasifican en urbanas y territoriales (Arcila, López y Fernández, 2015), pero considero que pueden matizarse según divisiones políticas territoriales más específicas:

- Rutas urbanas (Ruta de Sorolla, en la ciudad de Valencia).
- Rutas comarcales (Ruta dels Monestirs, por las comarcas de La Ribera, La Safor y La Vall d’Albaida, en la provincia de Valencia).
- Rutas autonómicas (Ruta del Quijote, en Castilla-La Mancha).
- Rutas intercomunitarias (Ruta Vía de La Plata, por Andalucía, Extremadura, Castilla y León y Asturias).

Esta particularidad resulta de vital importancia a la hora de planificar su gestión, teniendo en cuenta la cantidad de entes públicos y privados implicados según el territorio.

Finalmente, y analizando las categorizaciones de varios autores como referencia, Manuel Arcila, José Antonio López y Alfredo Fernández (2015) han reubicado y establecido una tipificación resumen de rutas turístico-culturales, según el tipo de recurso predominante en las mismas. Estos recursos serán también la clave para establecer medidas de validación y control:

- Rutas de interés geográfico y natural. Pueden subdividirse en naturales, ecológicas o territoriales (Sendero turístico o Ruta del Agua en Chelva, Valencia).
- Rutas históricas. Subdivididas en etapas, personajes o hechos históricos y restos arqueológicos (Aquí entrarían las rutas íberas o la Rutas del Emperador Carlos V, dentro del Itinerario Cultural del Consejo de Europa).
- Rutas de carácter religioso o espiritual (Itinerario Cultural Europeo Ruta de los Cementerios).
- Rutas literarias, bien sobre autores u obras (Ruta Clariana –Alas Clarín– siguiendo los pasos de La Regenta, en Oviedo).
- Rutas de carácter etnográfico, englobando actividades económicas, patrimonio inmaterial o gastronomía (Ruta del Cristal de Hispania, en Castilla-La Mancha o el Itinerario Cultural Europeo Ruta de los Hierros, en los Pirineos).
- Rutas artísticas, según estilos arquitectónicos o artísticos (La Ruta del Císter y Ruta del Modernismo de Reus, ambas en Tarragona).

Como se puede comprobar, muchas son las clasificaciones, tantas como proyectos de rutas hay, pero insistimos, no hay unanimidad en una sistematización definitiva. Pese a que esta última clasificación es muy detallada nos surgen algunas dudas: ¿dónde ubicaríamos la Ruta de Huellas de Santa Teresa de Jesús? ¿Dentro de “históricas” por suponer el relato del modo de vida de la Santa? ¿En “religiosas” por ser la creadora de las Carmelitas Descalzas y mover a un segmento de demanda muy devoto? ¿O artística por recorrer los diferentes conventos que la Santa fundó? La Ruta Ibers València podría ubicarse dentro de aquellas de carácter histórico, aunque muchos yacimientos se integran en paisajes manipulados por sus moradores o son ejemplos de antiguas construcciones humanas, lo que le otorga un carácter etnológico.

Para la elaboración de este Trabajo de Fin de Máster, considero que la propuesta de clasificación de rutas turístico-culturales debe realizarse según el tema principal que

guía dicho proyecto y cuya razón de ser debe reflejarse en la marca y promoción de la ruta. En inevitable mezclar diferentes tipos de recursos y no centrarse solamente en uno, pues como se ha expuesto a lo largo de definiciones y ejemplos, el concepto “patrimonio cultural” y más aún, el de “cultura”, engloba un sinfín de posibilidades. Los recursos monumentales: como castillos, yacimientos arqueológicos y templos religiosos, están presente en diferentes clasificaciones de rutas, por tanto, considero que no es necesario introducir una categoría específica para este fin como hemos expuesto en otros ejemplos, pues esos monumentos se levantaron según un contexto histórico, religioso y social que finalmente será el que determinará la temática de la ruta. La propuesta de clasificación que he elaborado consta de:

- Rutas de interés paisajístico y etnológico (Ruta -Vía Verde de las Minas de Río Tinto, en Huelva; Ruta de los molinos manchegos).
- Rutas históricas (Itinerario Cultural -Camino del Sefarad o las rutas de los íberos).
- Rutas de carácter religioso o místico (Ruta Franciscana, en Italia; Ruta del Temple, en Cataluña y Comunidad Valenciana).
- Rutas literarias, artísticas y cinematográficas (Ruta de Washington Irving, en Andalucía; Ruta de Bécquer, en Sevilla; Ruta del Viaje a la Alcarria, en Guadalajara).
- Rutas de personajes históricos (Camino del Mío Cid, Ruta de Jaume I en la Comunidad Valenciana).
- Rutas gastronómicas y enológicas (Ruta por la Ribera del Duero).

A continuación, para facilitar al lector la clasificación de las rutas turístico-culturales, he elaborado un cuadro comparativo donde puede consultarse de forma más visual la información explicada:

Según la relación del patrimonio con el territorio	Según las motivaciones del turista	Según el ámbito geográfico de aplicación	Según el tipo de recurso predominante	Según el tema principal que guía la ruta
Rutas basadas en una sola categoría patrimonial	Rutas folclóricas o artesanales	Rutas urbanas	Rutas de interés geográfico y natural	Rutas de interés paisajístico y etnológico
Rutas de carácter temático	Rutas de carácter histórico y monumental	Rutas comarcales	Rutas históricas	Rutas históricas
Rutas mixtas que aúnan múltiples recursos y servicios	Rutas religiosas	Rutas autonómicas	Rutas de carácter religioso o espiritual	Rutas de carácter religioso y místico
	Rutas de memoria o recreación e interpretación histórica	Rutas intercomunitarias	Rutas literarias	Rutas literarias, artísticas y cinematográficas
	Rutas de eventos culturales		Rutas de carácter etnográfico	Rutas de personajes históricos
	Rutas gastronómicas		Rutas artísticas	Rutas gastronómicas y enológicas

TABLA 2: CUADRO COMPARATIVO DE CLASIFICACIÓN DE RUTAS CULTURALES. ELABORACIÓN PROPIA.

2.3 El Arqueoturismo

El Arqueoturismo es un concepto nuevo acuñado por el profesor de la Universidad de Barcelona y presidente de la Red IBERTUR (Red Internacional de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible), Jordi Juan i Tresserras. El Arqueoturismo –o Turismo Arqueológico– es aquel tipo de turismo que oferta como valor principal los elementos o vestigios arqueológicos, ya sean yacimientos, cuevas con arte rupestre, antiguas minas de explotación o necrópolis.

Según apunta el autor, este interés por los restos de las antiguas civilizaciones y los primeros pobladores está directamente relacionado con los diversos proyectos de excavación, puesta en valor, musealización e interpretación del Patrimonio Arqueológico; permitiendo su accesibilidad tanto al mercado interno como al internacional (Juan i Tresserras, 2004). El concepto de Arqueoturismo se enmarca dentro de la evolución sobre el Turismo Cultural que hemos desarrollado y el cambio en los

modelos de gestión del Patrimonio Cultural (sea arqueológico, etnológico o artístico-monumental), polarizándolo desde un enfoque social y de gestión pública (cuyo fin es la conservación y la investigación de los vestigios) hasta un enfoque a través del marketing, propio de la gestión privada, donde –además de la conservación del bien– se focaliza la atención en las necesidades de la demanda y la obtención de rendimientos económicos (Camarero y Garrido, 2008). Otros factores del auge de esta tipología turística, que enmarcamos dentro del Turismo Cultural, son el valor educativo que se desprende de las visitas a yacimientos o centros de interpretación y que explican la evolución del Hombre, convirtiéndose la visita a éstos en una actividad lúdica y complementaria a la educación de los más jóvenes, presentando los yacimientos como evidencias tangibles de lo explicado en un aula, siendo, por tanto, una buena opción para los grupos de estudiantes y turistas que viajan en familia (Pérez-Juez, 2006).

Como hemos visto en el apartado de las Rutas Culturales, los recursos de carácter monumental y arqueológico son algunos de los elementos principales sobre los que se construye este tipo de productos, y como también mencionamos, la puesta a punto y desarrollo de una ruta implica la adecuación de esos recursos de cara a los futuros visitantes. Otros productos y actividades, como las recreaciones históricas, las visitas teatralizadas, los festivales de Teatro Grecolatino o las jornadas (romanas, visigodas o íberas) que se dan en nuestros yacimientos arqueológicos, son un paso más hacia la interpretación y comunión con el visitante.

El Proyecto de Turismo Arqueológico: Red Arqueotur¹⁰, constituido en el año 2004, fue impulsado por profesionales de la Arqueología y del Turismo Cultural, entre ellos Jordi Juan i Tresserras, elaborando una web, que a su vez, es una extensa base de datos de todos los yacimientos, centros de interpretación y museos arqueológicos situados en diferentes países, para difundir y darle valor a los recursos arqueológicos.

¹⁰ Puede consultarse más información sobre las posibilidades que ofrece Arqueotur en su página web: <http://www.arqueotur.org/>

3. Los Íberos como proyecto turístico-cultural

En este apartado, se introduce una breve reseña histórica sobre los íberos, con la finalidad de contextualizar el objetivo y el desarrollo de este Trabajo de Fin de Máster. Los protagonistas de las rutas íberas fueron un conjunto de pueblos prerromanos que habitaron la parte levantina de la Península Ibérica y sur de Francia entre los siglos VII – I a.C. Los íberos fueron tribus autóctonas que compartían bastantes rasgos culturales estando abiertas a influjos externos, dando lugar a la “cultura íbera”. Según algunos historiadores, pudo ser el sur de la Península (entre el Valle del Guadalquivir y las costas levantinas) el territorio que mantuvo unas características más homogéneas (con las tribus de túrdulos y turdetanos). En cambio, la actual Cataluña se vio más influenciada por el comercio heleno dando lugar a múltiples tribus: laietanos, cerretanos, indicetes, etc. El Valle del Ebro vio crecer a los ilergetes y en el territorio valenciano habitaron edetanos y contestanos. Más al sur (en la actual Región de Murcia) ocuparon el territorio los deitanos, mastienos y bastetanos, estos últimos en las estribaciones de Sierra Morena y las cordilleras Bética y Penibética, en la actual Andalucía oriental (García y González, 2009).



FIGURA 1: MAPA GENERAL QUE MUESTRA EL TERRITORIO QUE HABITARON LOS ÍBEROS. FUENTE: BLOG DEL I.E.S EMILIO MANZANO: [HTTP://CIENCIASSOCIALESEMILIOMANZANO.BLOGSPOT.COM.ES/2013/05/COLONIZACIONES.HTML](http://cienciassocialesemiliomanzano.blogspot.com.es/2013/05/colonizaciones.html)

Los pueblos íberos ubicaban sus poblados y fortines en lo alto de cerros y mesetas, construyendo ciudades base que controlaban caminos naturales y estableciendo redes comerciales. El urbanismo responde a una calle principal donde desembocan las viviendas hechas de zócalo de piedra y paredes de adobe. En la planta baja podían

realizarse actividades de manufacturación de tejidos o molienda de cereal y olivo. En ocasiones, se han encontrado a las afueras de los poblados zonas específicas para este tipo de actividades, al igual que hornos para la transformación del metal.

La sociedad estaba jerarquizada en clases con una aristocracia a la cabeza. También se le otorgaba mucha importancia a los guerreros, cuyo estatus se simboliza en la cantidad de exvotos y figurillas que se han recuperado representándolos, como el conocido *Guerrero de Moixent*. Los iberos eran pueblos místicos, según Fernando García y José Manuel González: “la religión íbera se caracteriza por su sincretismo –la adopción de divinidades y cultos de los colonizadores– y su formidable pragmatismo” (2009:76) ya que practicaban ritos en espacios naturales, tales como cuevas o simas, ofreciendo exvotos a las divinidades. Realizaban la cremación y las cenizas de sus difuntos descansaban en urnas junto al ajuar personal y algunos exvotos, cubierto todo con un túmulo de tierra y piedras (este enterramiento, era un privilegio que solía realizarse en el caso de los guerreros o los miembros de la aristocracia). Uno de los misterios sin resolver de esta cultura es la escritura, pues no se ha conseguido descifrar. La escritura íbera muestra la unidad de estos pueblos, por compartir grafías y pudo conjugar la escritura tartésica y el abecedario fenicio.

El arte íbero que ha llegado hasta nuestros días recoge una gran variedad de exvotos, ajuares de metal y “esculturas de base orientalizante y fuerte componente griego con matices etruscos o cartaginenses, portadores a su vez de un lenguaje artístico helénico transformado”¹¹. A este estilo más clasicista pertenecen las conocidas “Damas” y las esfinges que coronaban los vanos. Otra gran herencia es la cerámica íbera, también de fuerte influencia fenicia y helena, de perfecta factura y con decoraciones de bandas y círculos que evolucionaron a figuras naturalistas con profusión de elementos vegetales y narración de rituales o combates.

Finalmente, la cultura íbera fue absorbida por los nuevos colonizadores, más organizados y potentes militarmente que estas tribus autóctonas: Roma.

¹¹ Más información sobre arte íbero en: <http://www.arteguias.com/iberico.htm>

3.1 El proyecto de las rutas íberas

En este apartado vamos a exponer cómo en la actualidad los vestigios íberos son puestos en valor y difundidos a través de diferentes rutas de carácter turístico y cultural. Analizado el desarrollo del Turismo Cultural y los beneficios que la creación de rutas otorgan a las zonas de interior menos desarrolladas, procedemos a realizar una investigación sobre el surgimiento de las diferentes rutas íberas que existen hoy en día, explicando sus peculiaridades en torno a la consolidación, puesta en valor y éxito de las mismas.

Como hemos visto en el apartado anterior, los íberos fueron pobladores autóctonos de la Península Ibérica, por tanto, nos encontramos ante unos vestigios arqueológicos y artísticos (yacimientos, exvotos, esculturas, cerámica, joyería, tesoros o plomos de escritura) únicos en el mundo, pues son propios de nuestro territorio y del conjunto de pueblos y civilizaciones que se establecieron en torno al Mar Mediterráneo. En otras ocasiones, el arte mueble denota la influencia de los pueblos con los que comerciaban, como griegos, tártesicos y romanos, dando lugar a elementos de transición y de importante valor. Por tanto, es necesario reconocer y difundir los yacimientos íberos y el arte que de ellos conservamos, y las iniciativas en torno a estos serán de gran ayuda.

La Ruta de los Íberos es un proyecto de ruta histórica a gran escala, fruto del trabajo en red promovido por el Ministerio de Cultura y la Universitat de Barcelona, cuya función es “coordinar la acción de los organismos responsables de la gestión de los yacimientos arqueológicos y museos de época ibérica en siete comunidades autónomas: Andalucía, Aragón, Cataluña, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Murcia, a la que se suma Madrid por la importancia de las colecciones del Museo Arqueológico Nacional, y de la región francesa de Languedoc-Rosellón”¹².

La página web de Arqueotur-Red de Turismo Arqueológico presenta un completo inventario de cada uno de los yacimientos íberos, así como museos arqueológicos y centros de visitantes relacionados con el proyecto de la gran ruta íbera, en el que pinchando en cada uno de ellos, accedemos a una pequeña descripción con información de cada recurso, horarios y datos prácticos o de interés como son la localización con mapa de situación y facilidades de acceso (si tiene aparcamiento, posibilidad de aproximarse en bus, etc.). También encontramos información sobre instalaciones y

¹² Véase más información en la página web del proyecto Arqueotur: <http://www.arqueotur.org/rutas/ruta-de-los-iberos.html>

servicios (aseos, punto de información, relación de visitas guiadas, etc.). Por último, recoge el número de teléfono para contactar, el e-mail y la página web (si los hubiere) de cada yacimiento, museo o centro de interpretación.



FIGURA 2: PORTAL ARQUEOTUR DONDE SE MUESTRAN LAS DIFERENTES RUTAS ÍBERAS.

Otra página web donde encontramos información general de la Ruta de los Íberos es el Portal de Promoción de la Cultura de España (dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte): España es Cultura- *Spain is Culture*¹³. En ella se presentan los antiguos asentamientos íberos y los museos monográficos de esta época que es posible encontrar en toda España. Se pueden visitar siguiendo varios recorridos repartidos por distintas zonas y regiones del país. Y, es que, esta gran ruta ibérica y mediterránea se subdivide a su vez en varias rutas geográficas según nuestras modernas fronteras políticas, encontrándonos en nuestro país con diferentes propuestas.

¹³ Véase más información en la Página web del Portal de Promoción de la Cultura de España: http://www.españaesultura.es/es/rutas_culturales/grandes-rutas/ruta_de_los_iberos.html



FIGURA 3: PORTAL DE PROMOCIÓN DE LA CULTURA DE ESPAÑA.

Las diferentes propuestas de rutas íberas que encontramos en la actualidad en nuestro país son:

- Ruta de los Íberos en el Bajo Aragón¹⁴, en las comarcas del sureste aragonés.
- Ruta Viaje al Tiempo de los Íberos¹⁵, en la provincia de Jaén y parte de la provincia de Córdoba y Granada.
- Ruta dels Ibers¹⁶, situada en Cataluña.
- Ruta de los Íberos del Sureste Albacete-Murcia¹⁷.
- Ruta de los Íberos Paisajes del Thader¹⁸, posicionada en la Región de Murcia.
- Ruta Ibérica Valencia o Ruta dels Ibers València¹⁹, en la provincia de Valencia, foco de nuestro Trabajo de Fin de Máster.

A continuación, exponemos la información recogida sobre cada una de estas rutas íberas, desde el punto de vista de la promoción, haciendo hincapié en todas aquellas actividades que se proyectan para la dinamización de los yacimientos arqueológicos y el análisis de las páginas web y redes sociales con las que trabajan para darse a conocer.

¹⁴ <http://www.iberosenaragon.net/>

¹⁵ <http://www.viajaltiempodelosiberos.com/>

¹⁶ <http://www.mac.cat/Rutes/Ruta-dels-Ibers>

¹⁷ <http://www.iberosalbacetemurcia.es/>

¹⁸ <http://paisajesdelthader.es/>

¹⁹ <http://www.rutadelsibersvalencia.es/>

Ruta de los Íberos en el Bajo Aragón

El proyecto Íberos en el Bajo Aragón aglutina diferentes productos turístico-culturales. Por un lado, recoge tres tipos de rutas guiadas con entrada a los centros de visitantes de las once poblaciones que cuentan con yacimientos. Por otro, actividades como jornadas íberas o fines de semana temáticos, concursos de fotografía, presentaciones de libros, así como la promoción (en colaboración con empresas de restauración de las zonas próximas a los yacimientos) de menús especiales basados en la alimentación íbera.

Todos los productos ofrecidos se gestionan a través del Consorcio de Patrimonio Ibérico de Aragón, entidad formada por el Gobierno autonómico la Diputación de Teruel, grupos de acción local y los gobiernos locales de cinco comarcas. La ruta se promociona y comercializa a través de la Oficina de Información Central Íberos en el Bajo Aragón. También apoyan esta labor las oficinas de turismo local y comarcal, los centros de interpretación, las empresas de servicios turísticos que son quienes realizan las visitas guiadas y los restaurantes adscritos. Todas las direcciones de correo electrónico y los teléfonos aparecen en la web. El proyecto cuenta también con una página de Facebook²⁰ y un canal de Youtube²¹.



FIGURA 4: PÁGINA WEB IBEROS EN EL BAJO ARAGÓN.

²⁰ <https://www.facebook.com/%C3%8Dberos-en-Arag%C3%B3n-425705060584/>

²¹ <https://www.youtube.com/user/iberosenaragon>

Ruta dels Ibers

La Ruta dels Ibers se trata de un proyecto coordinado por el Museu d'Arqueologia de Catalunya y está fragmentada en 7 recorridos que abarcan la visita a las 7 poblaciones que recogen un total de 17 yacimientos.

No existe una página web realizada *ex profeso* para la ruta y toda la información está dentro de la pestaña “Rutes” en la web del Museu d'Arqueologia de Catalunya²². Dentro de dicha pestaña encontramos una división por tribus –establecidas en áreas geográficas– e información de los yacimientos situados en cada una de ellas, con sugerencias de otros recursos patrimoniales a visitar (fuera del contexto íbero, como fiestas patronales o productos gastronómicos y enológicos como el cava catalán).

Tras el análisis de la difusión de la ruta en la web del Museu, consideramos que la información es poco visual y confusa. Existe un mapa con los diferentes yacimientos según las denominaciones de las tribus y una guía de recursos para escolares pero cuesta encontrar esta información ya que no aparece en la presentación de la ruta.



FIGURA 5: PÁGINA WEB DEL MUSEU D'ARQUEOLOGIA DE CATALUNYA DONDE FIGURA LA RUTA DELS IBERS CATALANA.

Dentro de las actividades que realizan, encontramos un fin de semana íbero, común a todos los yacimientos y para el que cada año se concreta en una temática diferente (ajuar, gastronomía, vestimenta, etc.). Para este evento, los asistentes pueden compartir su experiencia en las redes sociales, bien con un *hashtag* en Twitter ([#csi_ibers](https://twitter.com/csi_ibers)), o bien subiendo las fotos a la red social Instagram. En el canal de Youtube

²² <http://www.mac.cat/Rutes/Ruta-dels-Ibers>

del Museu hay algunos vídeos subidos de los fines de semana ibéricos de ediciones pasadas.



FIGURA 6: CARTEL DE FIN DE SEMANA ÍBERO PARA LA RUTA DELS IBERS.

Las actividades se realizan gracias a la colaboración existente entre El Museu d'Arqueologia de Catalunya y los gestores de cada yacimiento que integran la ruta²³. Otras actividades interesantes que se han desarrollado, han sido un taller infantil de maquetas sobre cómo hacer un poblado íbero (Museo y Poblado Íbero de Can'Oliver, año 2013).

La promoción de la ruta viene dada por parte de la Oficina de Información y Difusión de la Ruta dels Ibers. Como hemos mencionado, la gestión de la ruta recae en el Museu d'Arqueologia de Catalunya, y es sólo a través de su página web donde encontramos información de la ruta y los diferentes yacimientos, vídeos y anuncios de actividades.

Ruta Viaje al Tiempo de los Íberos

En Andalucía encontramos Viaje al Tiempo de los Íberos, un proyecto fruto de la Diputación de Jaén y la Conserjería de Turismo en colaboración con la Conserjería de Cultura y el Centro Andaluz de Arqueología Ibérica de la Universidad de Jaén. Surgió en 1999 con un ambicioso programa de puesta en valor y adecuación de yacimientos e infraestructuras, con el objetivo de crear una potente oferta de turismo cultural centrada en la temática de la cultura íbera. Como la propia página web de la ruta indica: "El

²³ Información sobre algunas actividades ofertadas en determinados yacimientos de la Ruta dels Ibers: <http://www.mac.cat/Rutes/Ruta-dels-Ibers/Cap-de-Setmana-Iberic>

proyecto promueve la recuperación y valorización de una serie de yacimientos arqueológicos, así como la mejora o la creación de una red de centros de visitantes, museos y centros de interpretación”²⁴.



FIGURA 7: CAPTURAS DE PANTALLA DE LA PÁGINA WEB RUTA VIAJE AL TIEMPO DE LOS ÍBEROS.

El proyecto Viaje al Tiempo de los Íberos se subdivide en dos rutas, siendo la primera o “básica” la que recorre ocho puntos (con sus respectivos yacimientos, centros de interpretación y museos), ordenada de forma cronológica, yendo de los asentamientos más antiguos al periodo de romanización. Existe un completo mapa para cada ruta que permite pinchar en cada una de las paradas o ítems, accediendo a una ficha con información de cómo llegar, horarios o fotografías. La segunda ruta es “temática” y se subdivide en cinco grupos según acontecimientos históricos o características que unifican los recursos (Segunda Guerra Púnica, Fortificaciones Íberas, La frontera de Tartessos, etc.). También dispone de un mapa que explica la razón de cada una de las cinco temáticas.

La página web cuenta con bastantes recursos para facilitar la información y difusión de la ruta. También dispone de un mail general y un teléfono de información y reservas de actividades, sea cuál sea el yacimiento donde se desarrolla dicha actividad. Viaje al Tiempo de los Íberos propone diferentes actividades—taller temáticas según yacimientos. Aunque no vemos información sobre estos talleres realizados en el último año, sí está más actualizada la página de Facebook²⁵, donde se promocionan visitas teatralizadas o la iniciativa del bus-íbero desde determinadas poblaciones a los yacimientos para atraer a los visitantes de la zona.

²⁴ <http://www.viajealtempodelosiberos.com/>

²⁵ <https://www.facebook.com/pages/Viaje-al-Tiempo-de-los-Iberos-Jaen/111288518932771?ref=ts>

Otras facilidades de la página web son la posibilidad de descargar los recursos didácticos e información para completar el viaje (listado de alojamientos, restaurantes o museos).



FIGURA 8: CARTEL DE ANUNCIO DE ACTIVIDADES EN EL YACIMIENTO DE CÁSTULO (JAÉN).

Ruta de los Íberos del Sureste Albacete-Murcia

Otra iniciativa para conocer el pasado íbero de la Península se da con el proyecto Ruta de los Íberos del Sureste Albacete-Murcia²⁶. Se trata de un proyecto de ruta virtual emanado por el Ministerio Educación, Cultura y Deporte, el gobierno de la Región de Murcia y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en colaboración con la empresa ArqueoWeb y la Asociación de Amigos del Museo de Albacete. En el proyecto participan el Museo de Arte Ibérico del Cigarralejo (Mula, Murcia), la Universidad de Murcia y el Museo de Albacete.

La ruta se presentó en 2012 y dispone de una completa y sencilla página web con un mapa que aglutina dos propuestas de ruta: desde Qart- Hadasht (la actual Cartagena, Murcia) a Cástulo (Jaén); recorriendo museos, centros de interpretación y yacimientos de una antigua ruta comercial que unía los puntos costeros con las minas de plata de la Alta Andalucía. La segunda ruta se llama Vía Heráclea, por situarse próxima a éste itinerario y vía de comunicación que unía todo el este peninsular desde Cádiz.

²⁶ <http://www.iberosalbacetemurcia.es/>

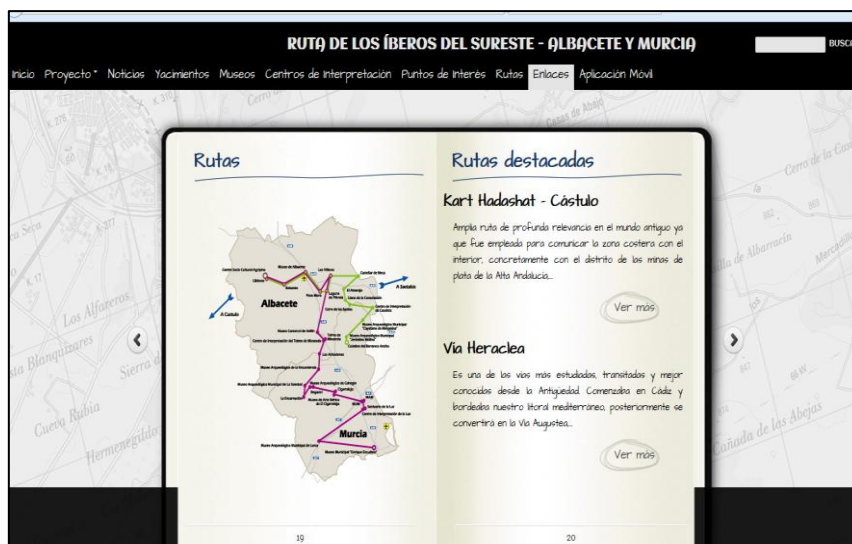


FIGURA 9: PÁGINA WEB DE LA RUTA DE LOS ÍBEROS DEL SURESTE ALBACETE-MURCIA.

La ruta de los Íberos del Sureste Albacete-Murcia permite la descarga de una App a través de Layar (aplicación móvil de realidad aumentada). En total propone la visita a 16 yacimientos, museos arqueológicos y comarcales, y centros de interpretación.

Como oferta complementaria destaca un listado de alojamientos y restaurantes. Entre los objetivos del proyecto destacan la difusión de la cultura íbera, la atracción del Turismo Cultural y la pretensión de convertirse en “lugar de encuentro entre el público interesado e investigadores, propiciando foros que reviertan en el avance científico del proyecto”²⁷, aunque no encontramos nada más que haga referencia a posibles jornadas o encuentros científicos. Tampoco encontramos un número de teléfono o mail para consultar cualquier duda, sólo un formulario de contacto. Otro inconveniente es que no podemos visualizar los mapas con más tamaño y detalle ni descargarlos.

Ruta de los Íberos Paisajes del Thader

En la Región de Murcia encontramos, además, la Ruta de los Íberos Paisajes del Thader, una propuesta por los yacimientos y museos enclavados en los términos municipales de diez ciudades murcianas en torno al río Segura (río Thader para los romanos). El objetivo, como en todas las demás, es poner en valor y difundir la riqueza arqueológica íbera del territorio, a través de un Proyecto de Cooperación Intrarregional, promovido por los Grupos de Acción Local de la Región de Murcia en el marco del Programa de Desarrollo Rural 2007-2013 de la Consejería de Agricultura y Agua²⁸.

²⁷ Véase más información en: <http://www.iberosalbacetemurcia.es/>

²⁸ Véase más información en: <http://paisajesdelthader.es/proyecto/>

El proyecto está subdividido en un total de seis rutas divididas en tres rutas geográficas (Ruta del Noroeste, Ruta del Valle Ricote y Ruta del Nordeste) y otras tres rutas temáticas: *oppidum* (o poblados), necrópolis y santuarios. Como novedad promocional, Paisajes del Thader incluye un pasaporte que es sellado en los diferentes museos arqueológicos u oficinas de turismo, para incentivar la visita a más de un yacimiento. Otra de las novedades en cuanto a promoción de estas rutas es que destacan “tesoros” (esculturas, exvotos o vasos/*skyphos*) incluidos en algunos de los museos arqueológicos. Cada yacimiento, cada tesoro y cada museo incluyen una ficha con mapa, horarios, descripción y fotos. Una página de Facebook²⁹, Google +³⁰, canal de Youtube³¹ y cuenta de Twitter³² completan la promoción, aunque con apenas difusión de contenidos.



FIGURA 10: PÁGINA WEB DE LA RUTA DE LOS IBEROS PAISAJES DEL THADER.

²⁹ <https://www.facebook.com/larutadelosiberos>

³⁰ <https://plus.google.com/112710251572988227222>

³¹ <https://www.youtube.com/channel/UCncHCvdL4t3aV1V8CwjnpPw>

³² <https://twitter.com/RutadelosIberos>

En el siguiente cuadro comparativo, se recogen las características principales de las diferentes rutas íberas, incluyendo la Ruta dels Ibers València, la cual introduciremos en el siguiente apartado para analizarla con más detalle:

Nombre	Gestión	Recursos	Actividades	Promoción	Agentes
Ruta Íberos en el Bajo Aragón	Consortio de Patrimonio Ibérico de Aragón.	-Yacimientos. -Centros de Visitantes.	-3 recorridos. -Visitas guiadas. -Concursos fotografía. -Jornadas íberas.	-Oficina de Información Central Íberos en el Bajo Aragón. -Oficinas de turismo local. - Web y redes sociales.	-Empresas de turismo local. -Restaurantes. -Consortio. -Gestores de los yacimientos.
Ruta dels Ibers	Museu d'Arqueologia de Catalunya	-Yacimientos.	- 7 recorridos. -Fin de semana íbero. -Talleres y actividades para escolares.	-Oficina de Información y Difusión de la Ruta dels Ibers -Web y Redes Sociales propias del Museu.	- Museu d'Arqueologia de Catalunya. -Gestores de los yacimientos.
Ruta Viaje al Tiempo de los Íberos	-Diputación de Jaén. -Conserjería de Turismo. -Conserjería de Cultura. -Centro Andaluz de Arqueología Ibérica de la Universidad de Jaén.	-Yacimientos. -Centros de interpretación.	2 recorridos. -Bus íbero desde poblaciones. -Vistas teatralizadas. -Jornadas.	-Web y Redes Sociales.	-Entes encargados de la gestión. -Gestores de los yacimientos.
Ruta de los Íberos del Sureste Albacete-Murcia	-Ministerio Educación, Cultura y Deporte -Gobierno de la Región de Murcia -Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.	-Yacimientos - Museos -Centros de Interpretación	2 recorridos	-Web -App	-Entes públicos de gestión. -Universidad de Murcia. -Asociación de Amigos del Museo de Albacete. - Museo de Arte Ibérico del Cigarralejo
Ruta de los Íberos Paisajes del Thader	Grupos de Acción Local de la Región de Murcia	-Yacimientos -Museos -Centros de Interpretación.	6 recorridos subdivididos en: 3 según área geográfica 3- según temática	-Oficinas de turismo locales. -Museos de la Ruta. -Web y Redes Sociales.	-Entes públicos de gestión. - Gestores de los yacimientos.
Ruta dels Ibers València	-Museu de Prehistòria de València. -Diputació de València	-Yacimientos. -Museos y colecciones museográficas - Museu de Prehistòria de València	-3 recorridos -Jornadas íberas. -Visitas guiadas. -Concurso de fotografía.	-Web del Museu de Prehistòria de València. -Folletos individuales en las <i>Tourist Info</i> .	-Entes de gestión. -Ayuntamientos -Algunas <i>Tourist Info</i> - Gestores de los yacimientos.

TABLA 3: CUADRO COMPARATIVO DE LAS DIFERENTES RUTAS IBERAS. ELABORACIÓN PROPIA.

4. La Ruta dels Ibers València o Ruta Ibérica Valenciana

Después de enumerar y analizar las diferentes rutas íberas que se dan en otras comunidades autónomas, en el presente apartado se expone la información obtenida sobre la ruta objeto de este Trabajo de Fin de Máster, para conocer mejor la evolución y el estado actual de su planificación, así como las características de los yacimientos que la integran.

La Ruta dels Ibers València –o Ruta Ibérica Valenciana– es un proyecto de difusión cultural que permite recorrer nueve yacimientos arqueológicos de origen íbero situados en la provincia de Valencia, para conocer los vestigios de los pueblos prerromanos que habitaron la parte más oriental de la Península Ibérica entre los siglos VI- I a.C. Es por tanto una ruta de carácter histórico que materializa su propuesta de valor en los recursos arqueológicos de origen íbero, tematizándola de esta manera en la herencia de estos pobladores.

El proyecto tiene su origen en 2006, a partir de la labor del Servicio de Investigación Prehistórica del Museu de Prehistòria de la Diputació de València, con gran experiencia en la investigación de la cultura ibérica desde hace más de 80 años y trabajos de excavación y consolidación de yacimientos (Vives-Ferrándiz y Ferrer, 2014:182). El Museu, centro de referencia en cuanto al estudio del patrimonio de origen íbero en España, es el ente emisor de información de la ruta y por ende, distribuidor de los flujos de visitantes hacia las comarcas valencianas, gracias a las exposiciones permanentes y a las temporales que se organizan en el Museu (Bonet, Ferrer, Mata, Vives-Ferrándiz, 2007). En 2013 se proyectó la constitución de la Asociación Ruta dels Ibers, la cual pretendía englobar los ayuntamientos de los municipios donde se sitúan los yacimientos y la Diputación de Valencia, con la finalidad de convertirse en el ente gestor de la ruta. Ésta estaría dividida en dos órganos de trabajo: uno técnico-científico y otro técnico-turístico, desde donde se emanarían las líneas de trabajo marcadas por los objetivos del proyecto. Desgraciadamente, por problemas administrativos y burocráticos no se llegó a constituir la anunciada Asociación y la tarea de gestión recayó en manos del Museu de Prehistòria de València.

En cuanto a su estructura, la Ruta dels Ibers València está formada por tres sub-rutas que recorren los nueve yacimientos esparcidos en tres comarcas del interior de la provincia de Valencia, sumando –además– actividades recreativas turístico-culturales en los propios yacimientos. El proyecto está destinado a un segmento de mercado formado, en su mayoría, por familias que dedican parte de su ocio a escapadas en un

entorno natural y cultural, integrando también la oferta gastronómica del lugar (Bonet, Ferrer, Mata, Vives-Ferrándiz, 2007).

Los objetivos principales del proyecto Ruta dels Ibers València son los siguientes:

1. Puesta en valor y promoción de los yacimientos arqueológicos de origen íbero situados en la provincia de Valencia, con la intención de facilitar el acceso a la sociedad, estimulando el conocimiento e inculcando el respeto por el Patrimonio Cultural valenciano, en este caso arqueológico.
2. Creación de una oferta de Turismo Cultural, respetuosa y sostenible con las comarcas de interior (territorios tradicionalmente vinculados a las actividades agropecuarias y con carencia de infraestructuras y pérdida de población activa) como alternativa de desarrollo local y motor económico. Y reducir así la dicotomía entre la oferta de Turismo de Sol y Playa de nuestras costas y el Turismo de Interior, con menos protagonismo en la Comunidad Valenciana.
3. Establecimiento de redes colaborativas y de trabajo entre asociaciones, instituciones, colectivos y empresas locales, a fin de favorecer el enriquecimiento económico y cultural de cada territorio. El reto que se plantean los gestores de la ruta es el de habilitar fórmulas participativas que permitan la gestión, uso y control de los recursos materiales y simbólicos por las comunidades locales, los legítimos herederos del Patrimonio. En palabras de los conservadores del Museo de Prehistoria de Valencia, Carles Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz: “la ruta es un conjunto de itinerarios y actividades recreativas turísticas basado en el Patrimonio Arqueológico de época ibérica. Un proyecto que ha nacido con la voluntad de favorecer la gestión participativa y el uso compartido de este patrimonio arqueológico en territorio valenciano una oferta sostenible en el mundo rural” (2014:182).
4. La investigación y la difusión del legado íbero, dentro de la red de yacimientos y de las piezas expuestas en los museos, tanto el Museu de Prehistòria de València como los museos arqueológicos locales

Estos objetivos debían ser dirigidos desde el ente asociativo, pero actualmente la gestión de la ruta recae, como se ha mencionado, en el Museu de Prehistòria de València y concretamente en los conservadores del mismo, Carles Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz, quienes han propuesto la creación de un Grupo de Trabajo específico para llevar a cabo correctamente la gestión de la Ruta Ibers València. Los conservadores

también señalan que “desde el Área de Cultura de la Diputación se ha diseñado un plan de subvenciones para servicios de visita a yacimientos de época ibérica musealizados con el objetivo de ir mejorando la oferta”³³, avanzando así en la concreción de una ruta homogénea, aunque de momento, “las partidas económicas desde la Diputación sostienen las Jornadas de Puertas Abiertas y las intervenciones de mejora de la consolidación de los yacimientos”³⁴.

4.1 Los yacimientos de la ruta

Los poblados, ciudades y fortines de la Ruta dels Ibers València se hallan diseminados por diferentes comarcas valencianas, confirmando gran protagonismo al entorno paisajístico en el cual se ubican, ya que nos muestran la importancia de la orografía en cuestiones defensivas y los recursos que los íberos podían extraer de la tierra para la subsistencia, fabricación de artesanía, joyas y siderurgia. Para poder planificar este proyecto de ruta, se han llevado a cabo intervenciones centradas en el ámbito de la investigación, conservación, puesta en valor y difusión del Patrimonio Arqueológico (Bonet, Ferrer, Mata, Vives-Ferrándiz, 2007).

Hemos comentado antes que los nueve yacimientos adscritos a la ruta se subdividen a su vez en tres sub-rutas según el área geográfica donde se establecieron las tribus que los habitaron³⁵:

1. **La Ruta Edetana.** Aglutina los yacimientos que se establecieron en torno a la antigua capital del territorio edetano: Edeta (actual Lliria), hoy el yacimiento de Tossal de Sant Miquel, junto con los yacimientos del Castellet de Bernabé (en Llíria), Puntal dels Llops (en Olocau), Tòs Pelat (en Montcada) y La Seña (en Villar del Arzobispo). Estos pertenecían a los límites de control de la capital edetana.
2. **La Ruta Kelin.** Situada en la zona más occidental de la provincia de Valencia. La componen los yacimientos de Kelin- Los Villares (en Caudete de las

³³ Estas ayudas se podrán otorgar independientemente de si los yacimientos forman parte o no de la Ruta dels Ibers València.

³⁴ Detalles aportados por Carles Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz, tras la entrevista realizada el 12/04/16 sobre la gestión de la Ruta dels Ibers València.

³⁵ La propuesta de las sub-rutas aparece en la ponencia realizada por los conservadores del Museu de Prehistòria de València en el IV Congreso Internacional sobre Musealización de Yacimientos Arqueológicos en Santiago de Compostela, noviembre 2006. En la Ruta Edetana, no figuraba entonces el yacimiento de Tòs Pelat (Montcada). Su adhesión a la Ruta fue posterior.

Fuentes) y El Molón (en Camporrobles). Además, y aunque no forman parte de la ruta oficial, en el término municipal de Requena pueden visitarse La Solana de las Pilillas y Rambla de la Alcantarilla. Se trata de un conjunto de cubetas excavadas en la roca para la elaboración del vino y del aceite (Bonet, Ferrer, Mata, Vives-Ferrándiz, 2007:339).

3. **Ruta Contestana.** Los asentamientos de esta sub-ruta no formaron parte de la misma área de influencia geográfica y política, sin embargo, se caracterizan por ser ciudades elevadas y fortificadas conocidas como *oppidum*³⁶: la Bastida de les Alcusses (en Moixent) y Castellar de Meca (en Ayora).

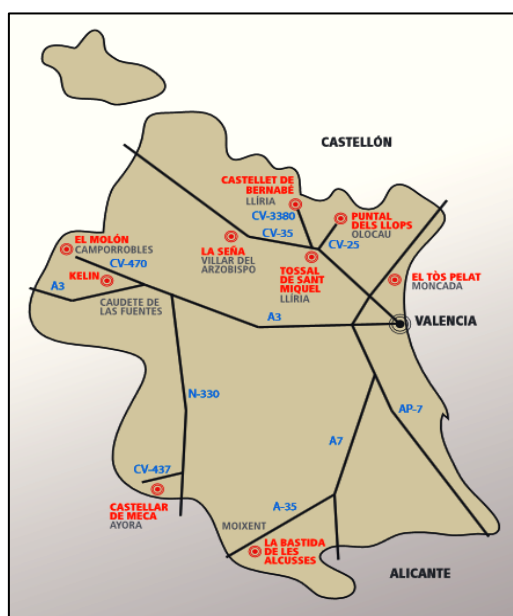


FIGURA 11: MAPA DE SITUACIÓN DE YACIMIENTOS EXTRAÍDO DEL FOLLETO RUTA DELS IBERS VALÈNCIA.

A continuación, vamos a exponer algunos aspectos generales de cada yacimiento, así como el estado de accesibilidad y dinamismo en el cual se encuentran actualmente para conocer el grado de implantación de la ruta íbera y poder concretar propuestas de actividades y productos turístico-culturales en los yacimientos que ocupan el objeto de nuestro Trabajo de Fin de Máster: Tòs Pelat (Moncada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria). Uno de los métodos más eficaces para dinamizar los poblados son las actividades que se desarrollan en torno a ellos. Estas propuestas pueden ir desde recorridos guiados hasta visitas teatralizadas:

³⁶ Los *oppidum* eran ciudades amuralladas enclavadas en puntos estratégicos de vigilancia: http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/ruta_ibers/?q=es

Tossal de Sant Miquel (Llíria). La antigua Edeta se halla a las afueras de Llíria y al costado del Monasterio de San Miguel, lo que permite su visita sin necesidad de coger transporte privado. El yacimiento se encuentra vallado por lo que hay que solicitar la llave de entrada en la *Tourist Info* de la localidad. El equipo de técnicos de turismo son los encargados de aconsejarnos e informarnos sobre su visita.

El Tossal de Sant Miquel ha sido excavado y consolidado parcialmente, y aunque la ciudad ocupaba todas las laderas del Tossal, la zona visitable permite apreciar su trazado urbanístico, con calles dispuestas a lo largo de terrazas muy escalonadas y casas de dos pisos, techo plano y acceso desde dos niveles de calle³⁷. Unas indicaciones nos guían por un sendero y dentro del yacimiento unos paneles nos dan información acerca de cómo era la vida en los tiempos de Edeta.

Castellet de Bernabé (Llíria). Se encuentra más alejado de Llíria, en dirección a Alcublas siguiendo la CV-339 y como en el caso anterior, hay que remitirse a la *Tourist Info* para concertar la visita. Se trata de un caserío amurallado destinado a la explotación agraria y ganadera dependiente de Edeta y situado en los límites comerciales de la capital. El poblado, totalmente excavado, ocupa un pequeño relieve poco prominente al norte de los promontorios de los Tres Pics, separados de los relieves principales de la Serra Calderona por sendos corredores que comunican Llíria y Casinos con el Pla de Bernabé³⁸.

Al igual que el Tossal de Sant Miquel, no se realizan actividades paralelas aparte de la visita independiente. Sí aparece información de ambos en la página web del Ayuntamiento de Llíria³⁹ y en la guía turística: *Llíria, Ciudad de la Música*, que edita la *Tourist Info* de la localidad. Así mismo, desde esta oficina editan dos trípticos (uno para Castellet de Bernabé y otro para el Tossal de Sant Miquel), con una breve reseña histórica y plano con leyendas que clarifican su visita.

Puntal dels Llops (Olocau). Se trata de un fortín pequeño que defendía los límites de la antigua Edeta. No se encuentra vallado por lo que no dispone de horario de apertura. Se encuentra enclavado en un entorno de gran valor paisajístico, en el Parque Natural de la Sierra Calderona. El Puntal dels Llops es uno de los yacimientos que cuenta con mayor actividad gracias al trabajo de los dos guías-arqueólogos de la *Tourist*

³⁷ Más información sobre Tossal de Sant Miquel:

http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/yacimientos/?q=es&id=1857

³⁸ Más información sobre Castellet de Bernabé:

http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/yacimientos/?q=es&id=1753

³⁹ Página web del Ayuntamiento de Llíria: <http://www.lliria.es/es/content/lugares-de-interes-turistico-1>

Info de Olocau que promueven las diferentes actividades, entre ellas: visitas guiadas (además de la posibilidad de un recorrido autoguiado gracias a los paneles informativos); visitas teatralizadas varias veces al año, como *La memòria del Guerrer*; y la actividad estival *A la lluna del Puntal*, una visita nocturna. La *Iberfesta* es una jornada de puertas abiertas, organizada gracias al Museu de Prehistòria de València y la colaboración del Ayuntamiento de Olocau y la *Tourist Info*. Cuenta con diferentes actos en Olocau para atraer visitantes (celebrada en el mes de junio). Todas las actividades se producen gracias al trabajo en equipo y a la colaboración de diferentes agentes públicos y privados, lo que ayuda en el éxito de las propuestas.

En lo que a promoción online se refiere, El Puntal les Llops tiene una gran difusión gracias a la página de Facebook⁴⁰ en la cual se cuelgan fotografías de las actividades y se interactúa con el público.

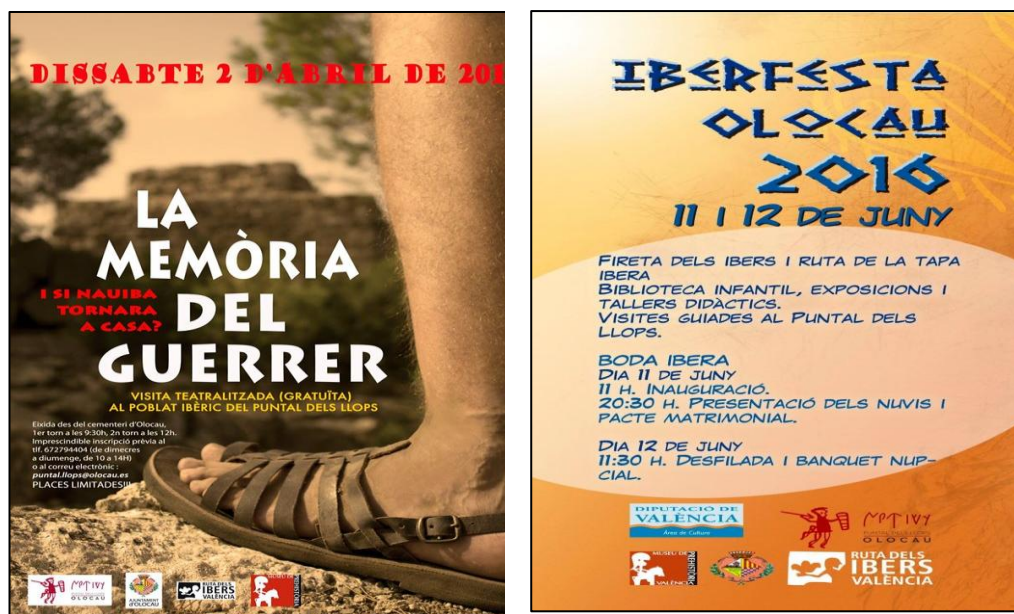


FIGURA 12 Y 13: CARTEL DE VISITA TEATRALIZADA Y DE LA IBERFESTA, JORNADAS ÍBERAS EN PUNTAL DELS LLOPS.

Tòs Pelat (Montcada). Se trata del yacimiento más próximo a la ciudad de Valencia. Esta ciudad íbera se alza sobre una pequeña loma y en origen estaba amurallada, por lo que pertenece a la categoría de los *oppidum* (ciudades amuralladas). Desde Tòs Pelat se visualiza toda la comarca de l’Horta Nord con una perfecta visión sobre la línea de costa, lo que le confería una situación de defensa, vigilancia y punto comercial estratégico dentro de los lindes políticos de Edeta, ciudad de la que dependió.

⁴⁰ <https://www.facebook.com/ElPuntalDelsLlopsOlocau/>

Además, Tòs Pelat estaba en la encrucijada de dos caminos de importancia comercial. Por un lado, se situaba próximo a la Vía Heraclea (o Hercúlea), a 17 Km. al sur del Tossal del Castell (Arse–Saguntum, actual Sagunto) y a 16 Km al sur-este del Tossal de Sant Miquel (Edeta–Llíria)⁴¹.

El yacimiento arqueológico de Tòs Pelat conserva restos de una torre de vigilancia levantada en el siglo XVI para controlar a los piratas bereberes. Los trabajos de excavación y consolidación han dejado un yacimiento apropiado para la visita autoguiada mediante cartelas en muy buenas condiciones. Se puede acceder en coche hasta un terreno apto para aparcar o incluso existe un sendero local (SL) para acceder desde Montcada a Tòs Pelat. El yacimiento se encuentra vallado y los terrenos pertenecen a una propiedad privada, pero puede visitarse gracias a la labor y conocimiento de Josep Burriel, el arqueólogo municipal de la localidad. La visita puede completarse con la entrada al Museo Arqueológico de Montcada. Pese a su buen estado de presentación y su cercanía a la Valencia, no se realizan otro tipo de actividades paralelas.

La Seña (Villar del Arzobispo). La Seña o Aceña es una pequeña aldea amurallada dependiente de Edeta. Situada en una llanura, en ella se realizaban actividades agrícolas y siderúrgicas. El yacimiento se encuentra abierto, por lo que no dispone de horario. Sí puede realizarse una visita guiada contactando con el Ayuntamiento de Villar del Arzobispo. Actualmente no se realizan otras actividades paralelas al pertenecer a un término municipal de pocos habitantes, escasas infraestructuras y, por tanto, recursos económicos menores. No dispone de página web propia y las únicas referencias que encontramos para su difusión se hallan dentro de la página web del ayuntamiento, dentro de la pestaña “turismo” y accediendo después a “naturaleza”, con una pequeña reseña⁴².

Kelin-Los Villares (Caudete de las Fuentes). Kelin fue la capital de un territorio que ocupaba parte de la actual comarca de La Plana de Utiel-Requena incorporando asentamientos más pequeños en sus dominios, por ello, los expertos consideran que se trata de una ciudad, ya que se conservan restos de muralla, lo que le confería importancia estratégica. Su extensión ocupaba 10 hectáreas y estaba situada en una

⁴¹ Más información de Tòs Pelat en la página web del Ayuntamiento de Montcada: http://www.moncada.es/contents/serviciosmunicipales/arqueologia/PatrimonioArqueologico/TosPelat_Iberos/

⁴² Más información de La Seña en: <http://www.villardelarzobispo.es/es/page/naturaleza>

encrucijada de caminos que unían Andalucía con el Bajo Aragón y la meseta con la costa.

A partir de la rehabilitación de 2004, la ciudad cuenta con paneles explicativos que estructuran el recorrido por los dos sectores excavados. La Colección Museográfica Luis García de Fuentes (en Caudete de las Fuentes) exhibe algunos de los materiales arqueológicos recuperados junto con los apreciados vasos de decoración figurada⁴³.

Kelin cuenta con una página web no actualizada en estos momentos, aún así, figura información sobre el poblado y Caudete de las Fuentes, un mapa de situación y el teléfono del ayuntamiento. Actualmente, su actividad promocional se dirige desde Facebook⁴⁴ donde se publican noticias de arqueología, curiosidades e información de las Jornadas íberas que realizan todos los años, celebrando ya la XI edición. Las Jornadas de Puertas Abiertas son organizadas gracias a la colaboración del Museu de Prehistòria de València, el Ayuntamiento de Caudete de las Fuentes y la Universitat de València. Estas tienen una temática diferente cada año y constan de actividades de gastronomía ibérica, recreaciones históricas y visitas guiadas al yacimiento. Paralelamente también se desarrollan talleres didácticos diseñados desde el Museu de Prehistòria de València. Además, se editan trípticos con información del yacimiento.



FIGURA 14: CARTEL DE LAS JORNADAS ÍBERAS DE KELIN.

⁴³ Más información de Kelin en:

http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/yacimientos/?q=es&id=2646

⁴⁴ <https://es-la.facebook.com/KelinRecintoArqueologico>

El Molón (Camporrobles) Se trata de un ejemplo de *oppidum* fortificado. En El Molón destaca el complejo sistema defensivo que protege la parte oriental del recinto y del que se conservan restos de muralla, de un torreón o la puerta principal. También algunas estancias abiertas a un espacio central donde hay una gran cisterna⁴⁵.

Recomendamos que la visita se inicie en el Centro de Interpretación para el que hay que concertar cita previa llamando al Ayuntamiento de Camporrobles. Una persona nos acompañará en el recorrido para guiarnos. El Centro dispone de instalaciones museográficas que rememoran la vida y evolución del poblado hasta el periodo islámico. Asimismo, podemos observar algunos restos conservados en La Colección Museográfica Raúl Gómez⁴⁶ complementando de esta manera la visita a Camporrobles. Un camino asfaltado se dirige a la "Fuente del Molón", donde se encuentra un manantial, una zona de recreo con refugio y un *arboretum*. Todo ello se sitúa en la base del cerro en cuya cima se alza el poblado. Junto a ella se levanta el moderno edificio que alberga el Centro de Interpretación del Parque Temático Arqueológico⁴⁷, por lo que los accesos son claros y aptos.

A parte del Centro, El Molón no ofrece otras actividades paralelas. Existe la posibilidad de realizar un recorrido-sendero circular (PR-CV 293) partiendo de Camporrobles al yacimiento. El Camino de Santiago de Levante y el de Veracruz se dan también paso por estas tierras.

Castellar de Meca (Ayora). Es un poblado elevado situado en el puntal de la sierra del Mugrón, a 1050 metros de altura sobre el nivel del mar. Cuenta con unas vías de acceso únicas que datan de época ibérica: una red de caminos de más de dos kilómetros de longitud tallados en la roca y preparados para la circulación de carros. Esto facilitaba la subida de la pendiente a los animales para que no se quedaran encajonados en el terreno.

Castellar de Meca apenas conserva elementos constructivos visibles, por tanto, lo interesante son el complejo conjunto de restos excavados en la roca, los antiguos silos y cisternas y bases para muros y vigas, que permiten intuir la importancia que la

⁴⁵Más información sobre el Molón:

http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/yacimientos/?q=es&id=2626

⁴⁶ Información sobre las instalaciones en torno al yacimiento:

<http://www.camporrobles.es/camporrobles.php?id=34&m=41>

⁴⁷ Información del Centro de Interpretación:

<http://web.ua.es/es/elmolon/el-parque/como-llegar.html>

población tuvo en época ibérica⁴⁸. El camino que da acceso al yacimiento pasa por una propiedad privada, por lo que existe la posibilidad de visitarlo sólo los domingos de 9 a 14 horas, con posibilidad de un terreno apropiado para aparcar los coches. La visita puede realizarse también a pie por un sendero de 10 km.

En Castellar de Meca actualmente no se realizan actividades paralelas ni de difusión.

La Bastida de les Alcusses (Moixent). Es el yacimiento piloto y paradigma de gestión turístico-cultural del patrimonio íbero dentro de la Ruta dels Ibers a València. Su proyecto de puesta en valor se gestó a partir de 1990, después de los trabajos de restauración, consolidación y sumando, además, un centro investigación y difusión (Bonet y Vives-Ferrándiz, 2011). La Bastida posee su propia página web donde podemos informarnos de las partes que componen este gran *oppidum*, el proceso de excavaciones arqueológicas, el horario y las actividades previstas para su visita.

En este momento, el yacimiento cuenta con un servicio de guías gratuitos y recorridos autoguiados con paneles explicativos y maquetas táctiles. Los talleres para grupos de escolares se realizan en una casa íbera reconstruida a escala natural utilizando las técnicas y materiales que usaban los moradores hace 2400 años y donde se puede experimentar cómo se vivía en aquella época⁴⁹. Otro de los alicientes son las Jornadas íberas *Viu un cap de setmana amb els ibers* que se realizan una vez al año gracias a la organización del Museu de Prehistòria de València y el Ayuntamiento de Moixent.

Es interesante destacar la relación que se ha establecido de cara a la promoción turística entre el yacimiento íbero y los vinos y bodegas de les Terres de Alforins (La Font de La Figuera, Fontanars dels Alforins y Moixent) como incentivo a la visita, además de otros recursos culturales y naturales propuestos para conocer la comarca de La Costera. Asimismo, puede completarse la visita a la Bastida con la entrada al Museu Arqueològic Municipal de Moixent donde se exponen algunas de las piezas procedentes de las excavaciones.

En resumen, desde la sucesiva consolidación de los diferentes yacimientos, actualmente sólo La Bastida de les Alcusses (Moixent), El Puntal dels Llops (Olocau) y Kelin (Caudete de las Fuentes) cuentan con una propuesta de actividades consolidada y de éxito en torno a la difusión de los yacimientos y la cultura íbera cumpliendo algunos

⁴⁸ Más información sobre Castellar de Meca:

http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/yacimientos/?q=es&id=3157

⁴⁹ Más información sobre La Bastida de les Alcusses:

<http://www.bastidaalcusses.es/web/?q=es/bastida/presentacion>

de los objetivos que enumeramos en el apartado anterior sobre la puesta en marcha de la Ruta dels Ibers a València. Las Jornadas íberas cuentan con la participación de empresas, asociaciones y ayuntamientos que permiten la realización de múltiples actividades en los yacimientos y en los cascos urbanos de las poblaciones donde se ubican, ofertando degustaciones de gastronomía ibérica, exhibiciones de danzas y representaciones dramatizadas (Bonet, Ferrer, Mata, Vives-Ferrándiz, 2007). En cambio, el resto de yacimientos arqueológicos funcionan con menos medios y propuestas, ofreciendo en su mayoría –además del recorrido autónomo– la visita acompañada previo contacto telefónico con personas que colaboran en la medida de lo posible con el proyecto de dinamización: cronistas locales, miembros de los ayuntamientos de las respectivas poblaciones, apasionados de la historia o Agencias de Empleo y Desarrollo Local.

4.2 Estado de la cuestión

Tras introducir al lector en la Ruta dels Ibers València, sus objetivos y análisis de cada yacimiento respecto a la accesibilidad y difusión para su visita, continuamos, en este apartado, para examinar la situación en la cual se encuentra el establecimiento de la propia ruta y las acciones promocionales que se han diseñado al respecto.

La Ruta dels Ibers a València se encuentra en estos momentos en proceso de puesta en valor. Los nueve yacimientos adscritos no tienen en estos momentos –como hemos analizado en el apartado anterior– los mismos niveles de accesibilidad, programa de actividades y facilidades para la visita. El Museu de Prehistòria de València, actual entidad gestora de la Ruta dels Ibers València, gracias a las subvenciones del Área de Cultura de la Diputación de Valencia, ha invertido desde 2012 en medidas de consolidación de los yacimientos de La Bastida de les Alcusses (Moixent), El Puntal dels Llops (Olocau) y Kelin (Caudete de las Fuentes), algo necesario para la puesta en marcha de la ruta. A lo largo de 2016, están previstas mejoras en Tossal de Sant Miquel (Llíria)⁵⁰. Además de las campañas de excavación e investigación de los vestigios hallados y de la consolidación de los yacimientos, de cara a la preparación de la Ruta dels Ibers València, en lo que a señalización se refiere, no encontramos carteles explicativos en todos los yacimientos o bien algunos necesitan de

⁵⁰ Previamente ya se realizaban actividades como las Jornadas íberas de Kelin, que llevan celebrándose desde hace doce años. Datos facilitados gracias a la entrevista realizada a Carles Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz (12/04/16).

renovación. Desde el Museu de Prehistòria de València se pretendía aplicar un código de colores tanto en la señalética como en los folletos previstos pero es algo que de momento no ha sido llevado a cabo.

Por otro lado, en 2012 se presentó un Plan de Producto Turístico elaborado por la empresa de consultoría Ienece⁵¹ con el fin de dinamizar turísticamente los yacimientos. Este Plan es el instrumento en el que se ha basado hasta el momento el Museu de Prehistòria de València para generar “las propuestas de difusión de la ruta y del patrimonio ibérico de bajo o nulo coste”⁵². Hasta el momento, las acciones de difusión y promoción que se ha llevado a cabo por parte del Museu para dar a conocer la Ruta dels Ibers a València son:

- Folleto de la Ruta dels Ibers a València, incluyendo información de cada yacimiento, cómo llegar, mapa de situación de la ruta y museos o colecciones para completar la visita. Está escrita en castellano y es un folleto temporal a la espera de editar uno nuevo.

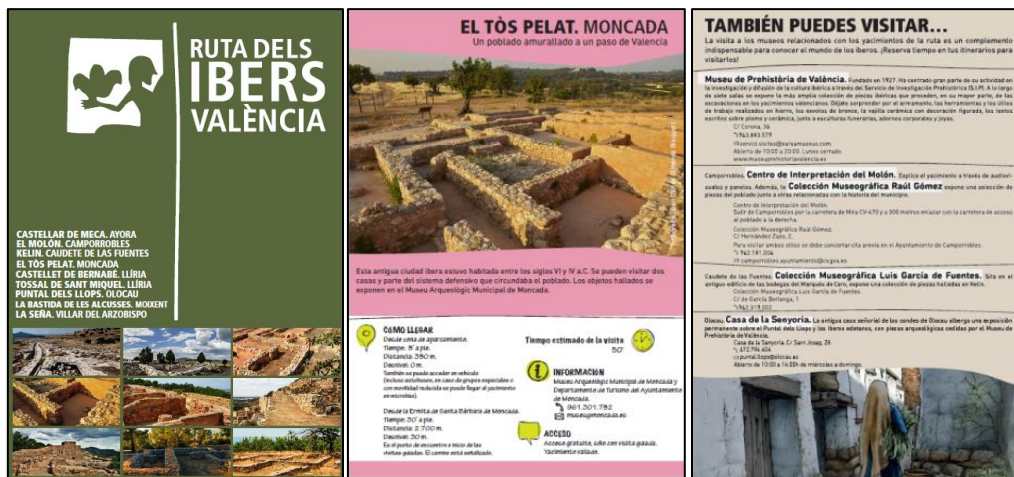


FIGURA 15: FOLLETO RUTA IBERS VALÈNCIA.

- Abanicos de *merchandising* con información de la ruta.

⁵¹ El acto tuvo lugar en noviembre de 2012, en La Bastida de les Alcusses. Fue presidido por la entonces diputada de Cultura de la diputación provincial, María Jesús Puchalt y acudieron el director general de Turismo en aquellos momentos, Sebastián Fernández, la directora del Museu de Prehistòria, Helena Bonet y el director de Ienece, Jordi Llobregat, encargado del desarrollo del Plan, entre otros. Numerosos medios de comunicación recogieron la noticia de la presentación del Plan de Producto Turístico Ruta de los Iberos Valencia, como laredcomarcal.com, Las Provincias o las páginas web de los consistorios implicados:

<http://www.lasprovincias.es/videos/valencia/ciudad/2000462845001-presentacion-ruta-iberos.html>

<http://www.liria.es/es/content/la-ruta-dels-ibers-se-presenta-como-la-nueva-oferta-turistica-de-la-provincia>

<http://laredcomarcal.com/not/8453/ayora-liria-villar-del-arzobispo-caudete-olcau-y-camporrobles-en-la-ruta-de-los-iberos/>

⁵² Según entrevista realizada a Carles Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz (12/04/16).

- La I Edición del Concurso Fotoibers⁵³, un concurso de fotografía realizado gracias a la colaboración de la Agrupación Fotográfica Valenciana, la Asociación Valenciana de Fotografía Digital y Fotoclub Valencia. Este concurso fotográfico fue una propuesta de actividad aplicada a todos los yacimientos de la ruta y tuvo su repercusión en una exposición en diciembre de 2013 emplazada en el Centre Cultural de la Beneficència, en Valencia. En 2014 y 2015 la exposición recorrió los yacimientos implicados y en 2016 visitará otros municipios con patrimonio íbero.
- Edición de un libro de rutas senderistas en torno a los diferentes yacimientos de la ruta: Por los senderos de la historia: Ruta dels Ibers València (Senderismo y algo más) presentado en la 51 Edición de Fira del Llibre de València que tuvo lugar del 20/04/16 al 02/01/16.

Además de las acciones promocionales emanadas desde el Museu de Prehistòria de València, las poblaciones que cuentan con oficinas de la red *Tourist Info* (Llíria, Olocau y Ayora) editan con sus propios folletos-guía con información de los recursos turísticos de la población, incluyendo los yacimientos íberos de Tossal de Sant Miquel y Castellet de Bernabé (en el caso de Llíria), el Puntal dels Llops (en el caso de Olocau) y Castellar de Meca (en el de Ayora). Por su parte, Montcada y Camporrobles poseen información de sus propios yacimientos (Tòs Pelat y El Molón) editada por los propios ayuntamientos y lo difunden gracias a sus respectivos museos. El yacimiento de la Seña, en Villar del Arzobispo, es el menos promocionado.

Otra característica desigual de la dinamización de los yacimientos es el vallado perimetral que no se da en todos los casos, encontrando algunos de libre paso como el poblado de Castellar de Meca (Ayora) o La Seña (Villar del Arzobispo). El vallado representa una medida de seguridad frente a la expoliación y el vandalismo –por supuesto–, pero también, como apunta Antonio Vizcaíno, la malla solitaria “no sólo actúa como frontera física, sino también como simbólica, y más aún cuando esa valla no va acompañada de un cartel que informe qué hay detrás y a qué se debe esa protección” (2015:123), como ocurre en el caso de Castellet de Bernabé (Llíria), dando sensación de abandono y de barrera, pues ni el vallado perimetral, ni los candados, ni los dos carteles (corroídos), incentivan visualmente su visita.

⁵³ Concurso Fotoibers: <http://www.dival.es/es/cultura/content/fotoibers-2013>

Como hemos visto en otros ejemplos de rutas íberas, un aspecto muy importante hoy en día es la promoción y difusión *online* mediante una página web y redes sociales que aporten cercanía al proyecto. Respecto a este tipo de promoción, existe un diseño piloto de página web del año 2015⁵⁴ que alberga detalles técnicos de cada uno de los yacimientos con posibilidad de ordenarlos por las 3 sub-rutas (Ruta Edetana, Ruta Kelin y Ruta Contestana) indicando el término municipal donde se sitúa cada yacimiento, cómo llegar, si existe aparcamiento o senderos de acceso, horario de visitas y si se encuentra o no vallado. La página web piloto contiene, además, una introducción histórica sobre los íberos y la posibilidad de descargar un folleto en PDF con información general de la ruta. Por último, un formulario de contacto, los datos del Museu de Prehistòria de València y los botones de acceso a la página de Facebook y Twitter (inactivos) completan la web.



FIGURA 16: PROYECTO DE PÁGINA WEB PILOTO DE LA RUTA DELS IBERS VALÈNCIA.

La propia página web del Museu de Prehistòria de València recoge información de la ruta⁵⁵ con una descripción de los diferentes yacimientos con fotografías, fichas detalladas e información de accesos. También aparece en la página web la marca-logo de la ruta. Se accede a ella a través de la pestaña superior “museos” y clicando después en la pestaña desplegable “yacimientos”.

⁵⁴ La página web piloto realizada por la empresa Andrade Asociados: <http://www.andradeasociados.es/rutadelsibers/va/index.html>

⁵⁵ Acceso al apartado Ruta desl Ibers a València a través de la web del Museu de Prehistòria de València: http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/ruta_ibers/?q=es

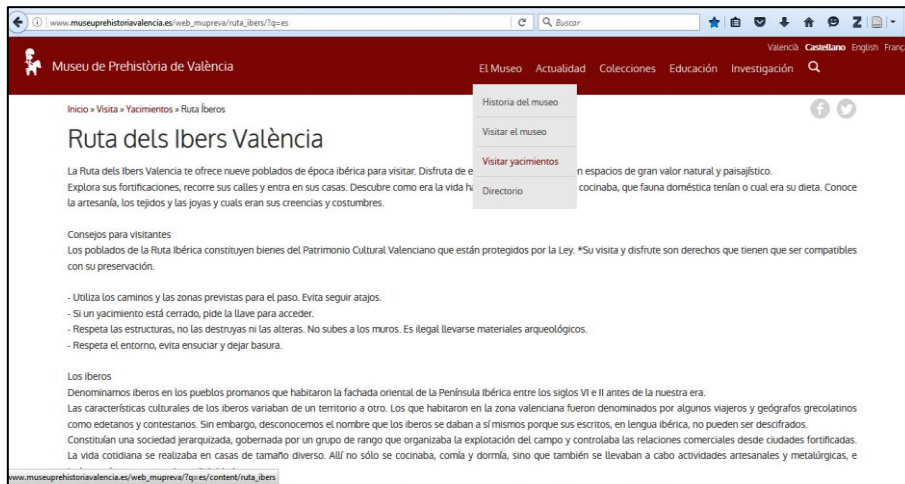


FIGURA 17: INFORMACIÓN DE LA RUTA DELS IBERS VALÈNCIA EN LA PÁGINA WEB DEL MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA.

Aparte del proyecto de página web piloto y la información que podemos consultar dentro de la propia web del Museu de Prehistòria de València, existen diferentes portales de turismo donde también podemos encontrar información sobre la ruta, como, por ejemplo, el Portal de Promoción de la Cultura de España: España es Cultura /*Spain is Culture* (que ya citamos en el apartado sobre los proyectos de rutas íberas), permitiendo enlazar a su vez con las otras rutas íberas diseminadas por diferentes Comunidades Autónomas⁵⁶.



FIGURA 18: APARTADO REFERENTE A LA RUTA DELS IBERS VALÈNCIA DENTRO DEL PORTAL WEB ESPAÑA ES CULTURA.

⁵⁶ Más información en: http://www.españaescultura.es/es/rutas_culturales/ruta_iberica_valenciana.html
 En este Portal no figura el yacimiento de Tòs Pelat (Montcada), suponemos por no estar actualizado desde hace tiempo.

También aparecía información de la Ruta dels Ibers València en la página web del anterior Patronato Provincial de Turismo València Terra i Mar⁵⁷. Con la llegada del nuevo gobierno valenciano, se ha creado la nueva marca turística de la Diputación de Valencia: València Turisme. En ella no encontramos –de momento– referencias explícitas a la ruta ibérica, pero sí nombra los yacimientos a visitar en alguna de las poblaciones como Lliria, Camporrobles, Olocau, Moixent, Caudete de las Fuentes y Villar del Arzobispo. Esta página es de reciente creación y confiamos que con el tiempo se haga eco del proyecto⁵⁸.

Otro portal de gran importancia es el de Arqueotur (Proyecto de Turismo Arqueológico Internacional para la Promoción y Comercialización del mismo) que también hemos mencionado en el apartado de introducción a las rutas ibéricas. En él, podemos encontrar información de la Ruta Ibérica Valenciana integrada dentro de una gran Ruta Ibérica a nivel intercomunitario, incluyendo los yacimientos de Aragón, Castilla-La Mancha, Cataluña y Andalucía. En un mapa interactivo podemos obtener información sobre cada yacimiento como ya explicamos en el apartado correspondiente⁵⁹.

Estos son los sitios web que recopilan información de la Ruta dels Ibers València –o Ruta Ibérica Valenciana para los portales a nivel nacional–. A modo de conclusión, el futuro de la Ruta dels Ibers València se plantea con propuestas de mejora, como la Creación de un Grupo de Trabajo específico, dentro del Museu de Prehistòria de València que y que ya mencionamos al principio del apartado, más una nueva línea de subvenciones por parte de la Diputación de Valencia que llegue a todos los municipios que cuenten con legado íbero musealizado. Mientras que estas propuestas llegan, algunas de las medidas en las que trabaja actualmente el Museu, recordemos, gestor de la ruta en estos momentos, son:

- Continuación del éxito de las Jornadas íberas que se realizan año tras año en los yacimientos de La Bastida de les Alcusses, Kelin y El Puntal dels Llops.
- Continuación de la actividad participativa Fotoibers.
- Edición de nuevos folletos (generales y específicos para cada yacimiento).

⁵⁷ El enlace: http://www.valenciaterraimar.org/es_vista.html?cnt_id=3017& ya no está disponible, por haberse sustituido completamente por la nueva marca (corroborado el 17/05/16).

⁵⁸ Dentro del pestaña “¿qué hacer?” aparecen el Camino del Cid o la Ruta de los Monasterios, en cambio no hay referencia a la Ruta dels Ibers (corroborado el 17/05/16). Página web: <http://www.valenciaturisme.org/es/>

⁵⁹ Véase información detallada en: <http://www.arqueotur.org/rutas/ruta-de-los-iberos.html>

- Acciones de apoyo al legado íbero, como la actividad de divulgación realizada el 12/05/16 en la Facultad de Geografía e Historia de la Universitat de València.

La intención no es otra que la de avanzar en un proyecto de recorrido homogéneo bajo la marca de Ruta dels Ibers València. Debido a los retrasos y problemas burocráticos que paralizaron el nacimiento de la Asociación de Ruta dels Ibers y el escalonamiento que existe a la hora de invertir y dinamizar los yacimientos, el presente trabajo pretende concretar propuestas y medidas en tres de los yacimientos pendientes de recibir estas ayudas: Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria).

5. Gestión del Producto Turístico-Cultural

La planificación y gestión de Productos Turístico-Culturales para los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria) es el objetivo principal de este Trabajo de Fin de Máster. Las razones que nos llevan a la realización de este proyecto se hallan relacionadas con los objetivos generales de la Ruta dels Ibers València, y que mencionamos en el capítulo 4 de este trabajo, resumidos en la puesta en valor de los yacimientos y la creación de una oferta de Turismo Cultural sostenible que permita la revitalización de las poblaciones de interior. Por tanto, el Producto Turístico-Cultural pretende:

1. Dar a conocer los yacimientos y difundir su valor patrimonial, promoviendo su conocimiento y estima por parte de la población local, las instituciones, los agentes privados y el público en general.
2. Atraer visitantes a los yacimientos íberos y a su entorno.
3. Dinamizar económica, social y culturalmente el territorio donde se sitúan los yacimientos.
4. Crear sinergias entre diferentes agentes institucionales, sociales y empresariales.

Los objetivos enumerados se llevarán a cabo gracias al diseño y promoción de una serie de productos de carácter turístico-cultural gestionados en base a las oportunidades que ofrecen los recursos territoriales y orientados a unos segmentos de población determinados que desarrollaremos en los siguientes apartados. La planificación de los productos abarca las siguientes fases:



FIGURA 19: ESQUEMA PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL. ELABORACIÓN PROPIA.

5.1 Definición y características del Producto Turístico-Cultural

La definición de un Producto Cultural difiere de la de cualquier producto tangible habitual, pues está formada por uno o varios recursos culturales, más unos servicios adicionales y unos valores intrínsecos al bien que se transmiten al visitante (Camarero y Garrido, 2008:109). A ello también hay que añadir una serie de infraestructuras que sustenten y faciliten el acceso al producto. Por último, un Producto Cultural ordenará todos estos aspectos de tal forma que ofrezcan unos beneficios a los consumidores, consiguiendo satisfacer sus motivaciones y expectativas previas (Milio, 2004).

Los productos culturales están compuestos por una parte tangible y otra intangible, de igual o más valor si cabe que la tangible. Con el desarrollo del Turismo Cultural y las rutas turístico-culturales, expusimos en el apartado correspondiente las diferentes clasificaciones que existen de rutas y descubrimos que en algunos ejemplos, la propuesta de valor, formada por recursos intangibles, se sustentaba en otros tangibles, como era el caso de las rutas literarias o de personajes históricos, donde –por ejemplo–, en el caso de la Ruta del Quijote, los molinos, la propia localidad de El Toboso o la Cueva de Montesinos, son los hitos donde se apoya la ruta para hilvanar la narración literaria, motivo de la misma.

Los componentes de un Producto Turístico-Cultural quedan resumidos en:

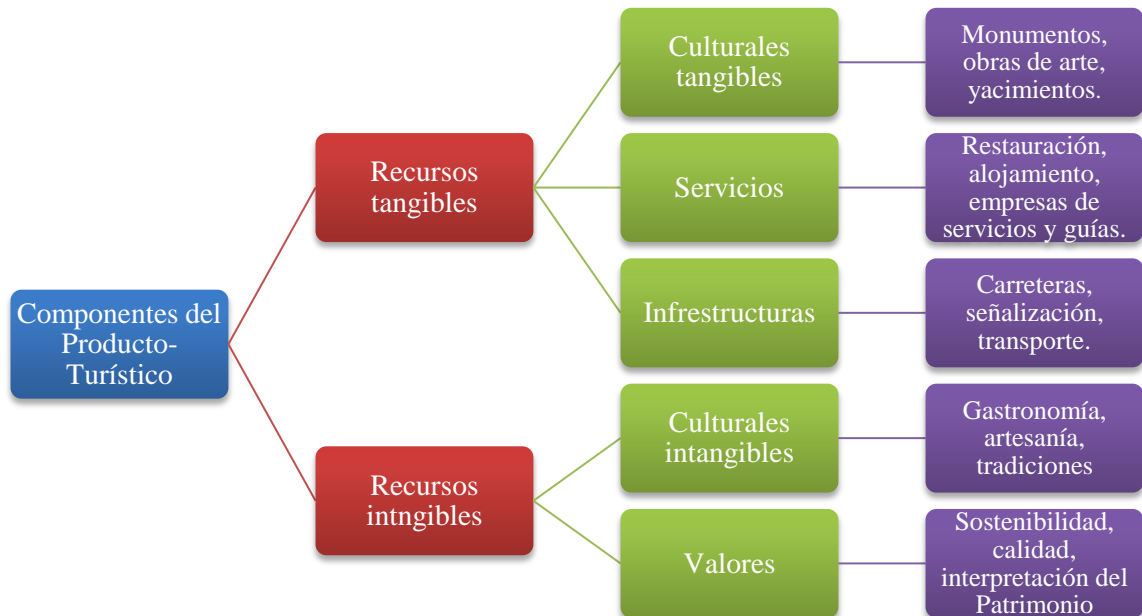


FIGURA 20: COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL. ELABORACIÓN PROPIA.

Los productos de índole cultural y turística se diferencian del resto de productos del mercado por las siguientes características:

Intangibilidad: Esta tipología de producto en la que una parte esencial del mismo no se puede cuantificar –formada por recursos intangibles– la puede hacer difícil de comprender para algunas personas e incluso crear una especie de desconfianza previa que impida a una parte de los posibles consumidores acceder al producto turístico-cultural.

Caducidad: Los productos turísticos y culturales no pueden almacenarse y por tanto deben consumirse para el momento programado. Si planificamos una visita teatralizada para un día concreto, todas aquellas personas que no hayan podido acudir, no podrán consumirlo en otro momento puesto que no se pueden almacenar.

Heterogeneidad: El producto es una suma de elementos de diferente índole (tal como hemos definido) y no todas las partes del mismo pueden agradar por igual a todos los consumidores.

Subjetividad: El hecho de reunir características intangibles y heterogéneas destinadas a diferentes segmentos de consumidores puede producir que no todos los consumidores valoren o tengan en cuenta los mismos elementos.

Gestión mixta⁶⁰: La diversidad de recursos y necesidad de infraestructuras y equipamientos hacen del diseño de un producto turístico-cultural un proyecto en el que convergen diferentes agentes, pues son las instituciones públicas las encargadas de conservar y proteger el Patrimonio Cultural, bienes que nos pertenecen a todos habitantes, así como de adecuar los accesos y disponer de los servicios básicos en una localidad (alcantarillado, agua, servicio médico, etc.). Por otro lado, la gestión de los recursos culturales puede ser pública, privada o mixta. En último lugar, los servicios (restaurantes, alojamientos y otras ofertas) y gestores que diseñan el producto suelen provenir de la empresa privada.

5.2 La importancia de la propuesta de valor

La evolución del fenómeno turístico ha propiciado que en la actualidad se destaquen una serie de valores que antes no eran tan importantes. Esta tendencia es fruto del comportamiento del consumidor turístico, que, debido a su mayor experiencia y nivel cultural (tal como analizamos en el capítulo de Marco Teórico), requiere y solicita

⁶⁰ Considero importante añadir esta característica no reflejada en la definición de Producto Turístico dentro del libro *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales* (Milio, 2004).

unos productos de mayor calidad, donde el detalle los convierte en especiales. Reyes Ávila y Diego Barrado (2005) analizaron las nuevas tendencias que se han desarrollado en Turismo: por un lado –respecto a la planificación de los productos turísticos– una mayor exigencia, es decir, más calidad en sus componentes y un diseño de productos novedosos y diversificados, adaptados a diferentes segmentos de demanda. Por otro lado –respecto al comportamiento del turista– mayor implicación, participación y una mayor preocupación por la sostenibilidad del lugar donde tiene cabida la acción turística.

En la actualidad, valores como: la calidad en los procesos de gestión del producto y su resultado, la sostenibilidad, la personificación del producto, o el valor que se le otorga a la experiencia vivida durante su consumo, son las tendencias actuales del fenómeno turístico. En concreto, para nuestro objeto de trabajo, los Productos Turístico-Culturales deberán ser⁶¹:

Productos con parámetros de calidad: Atañe a toda la gestión de planificación y consecución del producto. La calidad se refleja en aspectos como la eficiencia en la prestación del servicio para obtener la satisfacción del cliente, el uso de instalaciones o equipamientos adecuados y en buen estado de conservación, la variedad de propuestas y la profesionalidad de los trabajadores.

Productos sostenibles: La sostenibilidad es un punto importante teniendo en cuenta la situación de los yacimientos, en los que no hay que transgredir en cuestiones de conservación del patrimonio, educando a los visitantes en el respeto por el territorio que visitan y estableciendo medidas de control, como la capacidad de carga de los yacimientos o las actividades con medios no contaminantes como, por ejemplo, la bicicleta o los caballos.

Productos que animen a la participación y la autonomía: En la actualidad, el Turismo es una actividad compleja y participativa, desde la elección del destino hasta el final del consumo de los productos, donde los visitantes pueden convertirse en prescriptores y emitir un juicio de valor. La tendencia hoy en día es la de turistas que se desplazan con la intención de realizar una actividad diferente a su rutina diaria en lugar de –simplemente– contemplar los recursos.

⁶¹ Para esta clasificación nos hemos basado en algunas de las propuestas del artículo “Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión” (Ávila y Barrado, 2005), y en las ideas expuestas por la profesora M^a José Viñals en el taller: Diseño de rutas turísticas experienciales, dentro de *I Jornades de Turisme Cultural i Patrimoni*, celebradas en el Museo de Bellas Artes San Pío V, en Valencia, del 14/04/16 al 16/04/16.

Productos experienciales: La clave de la experiencia está ligada a las necesidades que tienen los visitantes. Se trata de conectar con ellos, estimulándolos emocional y cognitivamente.

Productos educativos: Los productos se construyen en torno al recurso del yacimiento arqueológico, por tanto, es necesario transmitir una conducta de respeto hacia el mismo y su entorno, gracias a una buena interpretación del mismo, dando a conocer los rasgos de la cultura íbera y la importancia en nuestro territorio.

5.3 Análisis del territorio: recursos, infraestructuras y servicios

A la hora de investigar sobre qué medidas tomar para dinamizar turísticamente un territorio es necesario elaborar un Plan de Gestión dotado de unas herramientas que nos faciliten el conocimiento del medio, el análisis de la situación actual y la concreción de unos objetivos para llevarlos a cabo. Los Planes de Dinamización Turística (PDT), surgieron a finales de la década de los 90 para paliar, por un lado, la decadencia de los destinos maduros y, por otro, facilitar la participación de los destinos de interior en el fenómeno turístico. Los PDT cumplen esta función gracias a que son instrumentos que reúnen la visión estratégica empresarial, conceptos de marketing y los principios de sostenibilidad económica, social y ambiental, coordinando esfuerzos para favorecer una oferta turística de calidad (Brunet, Almeida, Coll y Montserín, 2005) y respetuosa con el entorno donde se ofrece. El objeto de este Trabajo de Fin de Máster no es elaborar un Plan de Dinamización Turística global de Lliria y Montcada, pero sí nos vamos a servir de algunas de sus herramientas de gestión para la concreción e implementación de los Productos Turístico-Culturales en torno a los yacimientos íberos. Siguiendo las pautas que aconsejan algunos manuales sobre Planificación Turística⁶², es necesario conocer aspectos de la geografía donde se asientan los municipios de Lliria y Montcada, las infraestructuras que poseen, los diferentes accesos y medios de transporte que los comunican con otras localidades, los servicios al ciudadano de los que disponen como: policía, centro de salud, etc., y los servicios turísticos y recursos que tiene cada población, es decir, “aquellos atractivos con los que cuenta un determinado destino y representan el elemento básico de atracción y motivación que originan los

⁶² Han sido consultadas la *Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio* (Blanco, 2008); *Manual para el diagnóstico Turístico-Local* (Ricarte, 2009) y el libro de texto referente al módulo: *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales* de FP Superior en Información y Comercialización Turísticas (Milio, 2004).

desplazamientos del turista hasta el destino” (Milio, 2004:88) y que suponen la base de los productos y actividades turísticas. La búsqueda de información proviene de fuentes primarias de carácter local como son propios ayuntamientos, las oficinas de turismo, las webs turísticas y los folletos. También es útil el manejo de las fuentes secundarias como bibliografía especializada, estadísticas de la Agencia Valenciana de Turismo o el Instituto Nacional de Estadística. Todos los datos recogidos deben ser ordenados para analizarlos correctamente.

La implementación de actividades y productos basados en los yacimientos íberos deben completar la oferta diseñada por la propia Planificación Territorial y Turística de cada localidad. Por tanto, es necesario estudiar qué productos turísticos y culturales hay ya establecidos en cada municipio: rutas culturales, acontecimientos festivos, talleres, etc.

Llíria

La ciudad de Llíria se sitúa en la comarca del Camp del Túria y limita con los municipios de Andilla, Alcuébar y Altura (por el norte), Olocau y Marines (por el este), Benaguacil, Pedralba y Bugarra (por el sur) y Villar del Arzobispo y Casinos (por el oeste). Además, dista de 25 km de la ciudad de Valencia, con la que se tiene buenas comunicaciones mediante red de carreteras y metro. Llíria tiene con una población de 23 289 según el Censo de 2011⁶³ y en cuanto a infraestructuras, cuenta con centros de salud, policía local, farmacias, cajeros y tiendas de diversa tipología.

A continuación procedemos a detallar los recursos de índole turística que encontramos en Llíria y que aparecen esquematizados en un cuadro-resumen (Anexo 1).

Respecto a los accesos, Llíria está muy bien comunicada con las poblaciones vecinas. Las carreteras que nos permiten llegar a la ciudad o tienen paso por ella son:

- CV-25 Enlaza Llíria con Segorbe.
- CV-35 Enlaza Valencia con el Rincón de Ademuz.
- CV-50 Enlaza Tavernes de la Valldigna con Llíria.
- CV-245 Enlaza Casinos con Altura.
- CV-339 Enlaza Llíria con la CV-245.
- CV-376 Enlaza Llíria con Pedralba.

⁶³ Según el Censo de Población y Viviendas realizado en 2011:
<http://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e244/avance/p02/10/&file=1mun00.px&type=pcaxis>

- CV-380 Enlaza Pedralba con Villar del Arzobispo.

Además, encontramos en las proximidades:

- A-23 Autovía Mudéjar, une Sagunto y Teruel, conecta con la CV-25 para llegar a Lliria, en la salida 31 Altura-Segorbe.
- AP-7 Autovía del Mediterráneo, conecta con Lliria a través de la salida 497, uniéndose con la CV-35.
- A-3 Autovía del Este, conecta con Lliria a través de la salida 327, Cheste, Chiva, Godella.

Por otro lado, las opciones de transporte público que llegan hasta Lliria son:

- Edetania Bus: une Valencia con Lliria a través de la línea 145, pasando por las poblaciones de San Antonio de Benagéber, L'Elia, La Pobla de Vallbona, Benissanó, Villamarxant y Gestalgar.
- Hispano Chelvana: conecta Valencia con Lliria en algunas de sus rutas.
- La línea 1 de Metro Valencia tiene parada en Lliria.

El territorio liriano presenta un paisaje muy contrastado, debido a que se encuentra entre las últimas estribaciones de la Sierra Calderona y la llanura que forma la huerta situada al margen izquierdo del río Turia, creando una pendiente en descenso del Noroeste al Sudeste. En su orografía sobresalen el cerro de las Umbrías (881 m) y el cerro Agudo (668 m)⁶⁴.

Lliria es una ciudad que tiene con una larga trayectoria histórica pues diferentes civilizaciones y acontecimientos marcaron su devenir. Todo ello se refleja en un rico Patrimonio Histórico y cultural que a día de hoy puede disfrutarse gracias al trabajo de las instituciones que han invertido en él. Lliria cuenta con una oficina de la Red *Tourist Info*, cuya labor es recibir e informar a todos los visitantes que arriban a la ciudad. Esta oficina edita una completa guía turística con información sobre su Patrimonio Histórico, sus fiestas, información sobre rutas senderistas, eventos culturales, listado de alojamientos, restaurantes y servicios⁶⁵. La ciudad cuenta con una oferta de servicios turísticos muy variados, una buena red de infraestructuras y cercanía a la ciudad de Valencia, lo que hace más fácil su promoción turística. La calidad de sus recursos

⁶⁴ Más información sobre Lliria en la página web de su ayuntamiento: <http://www.lliria.es/es/content/localizacion>

⁶⁵ La guía turística *Lliria, Ciudad de la Música*, está disponible en la *Tourist Info*.

históricos y la afluencia de visitantes posibilitaron que Lliria fuese nombrada en 2006 Municipio Turístico. A continuación mostramos los diferentes recursos⁶⁶ y servicios ofertados:

Recursos monumentales y yacimientos arqueológicos:

- Yacimiento íbero de Tossal de Sant Miquel. Antigua ciudad íbera de Edeta.
- Yacimiento íbero Castellet de Bernabé, a unos 15 km de Lliria en dirección a Alcuéblas.
- Yacimiento íbero de Mont-Ravana, a 8 km de Lliria en dirección a Alcuéblas.
- Termas romanas de Mura y Templo oracular.
- Barrio medieval de la Vila Vella con su conjunto de casas de arcos pétreos en diafragma, el Forn de la Vila, parte de la muralla y restos de torres medievales.
- Los Baños Árabes situados en la antigua medina, en la Vila Vella.
- Iglesia de la Sangre (s.XIII). Ejemplo de las primeras iglesias de Conquista, con un artesonado mudéjar sobre arcos de diafragma.
- Iglesia del Buen Pastor (s. XIV).
- Edificio Ca la Vila (s. XVI), sede del Ayuntamiento y situado en la Plaza Mayor.
- Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción (s. XVII), en la Plaza Mayor. Cuenta con una impresionante fachada-retablo barroca.
- Plaza Mayor.
- Ermita de Santa Bárbara, a las afueras de la ciudad (s. XVII).
- Iglesia de la Mare de Déu, en la Vila Vella (s XVIII).
- Iglesia y Convento del Remedio, en el Barrio de Reixuixena (s XVIII).
- Iglesia de San Francisco en el barrio del Raval (s. XVIII).
- Molino hidráulico de la Parra (s. XVIII).
- Monasterio de San Miguel (s. XIV-XVIII).
- Iglesia de María Madre (s. XX).

⁶⁶ La jerarquización de los recursos se ha hecho basándonos en la clasificación que hicimos en el capítulo 2, Marco Teórico, de este Trabajo de Fin de Máster.

Recursos museísticos, colecciones de arte y centros culturales:

- Museo Arqueológico de Lliria (MALL): exhibe en su mayoría vestigios de la Edeta romana, como un conjunto numismático llamado *El Tressor de Lliria*, esculturas e inscripciones honoríficas. El conjunto de cerámica pintada íbera, de gran importancia, se encuentra actualmente en el Museu de Prehistòria de València.
- Museo Silvestre de Edeta. Situado en el barrio de la Vila Vella, en el edificio Ca la Vila Vella y dedicado al escultor Silvestre de Edeta.
- Sede Social de la Banda Primitiva, teatro auditorio.
- Sede Social Unión Musical, junto con la anterior, el origen de la importancia musical de Lliria (s. XIX).
- Museo de San Miguel, en el Monasterio homónimo.
- Museo de la Cofradía de la Corte de María, en la Iglesia de San Francisco.

Recursos naturales y parajes.

- Parque de San Vicente, ubicado a 3 km de Lliria, al costado de la CV-25 cuenta con zonas recreativas. En el mismo Parque se sitúa la Ermita de San Vicente (s. XVIII).
- Paraje de la Concordia, ubicado a 15 km de Lliria en dirección a Alcublas y con cuatro redes de senderos señalizados. En él se ubica el yacimiento de Castellet de Bernabé.
- Bosques de La Buitrera, Coto de Català y Coto de Izquierdo, próximos al casco urbano de Lliria.
- L'Horta Vella, en la parte llana del sur de Lliria.

Fiestas patronales y ferias:

- Fiesta de San Antonio Abad, el 17 de enero.
- Fallas de Lliria.
- Semana Santa Liriana, cuenta con la participación de diferentes Cofradías, entre ellas La Cofradía de la Sangre, una de las más antiguas de la Comunidad Valenciana.
- Fiestas en honor al Patrón San Vicente Ferrer, destacando el traslado del Santo hasta su Ermita, en el Parque de San Vicente.
- Fiesta de San Miguel de Mayo.

- Fiestas de la Purísima, a finales de agosto.
- Fiestas del Remedio, a principios de septiembre.
- Feria agroalimentaria *A mos redò, productes de Lliria*, en septiembre.
- Festival de Bandas de Música, en septiembre.
- Feria de San Miguel, fiesta mayor de Lliria, a finales de septiembre.
- Semana Taurina, en octubre.
- Concurso *Arròs amb bledes de Lliria*. En noviembre.
- Desenjazz: Festival Internacional que aúna música, gastronomía local y monumentos⁶⁷. En noviembre.

Servicios turísticos y de aventura:

Diferentes empresas de Turismo de Aventura y de actividades en el medio natural ofrecen sus servicios para todos aquellos que deseen conocer el paisaje que circunda Lliria, próxima a la Sierra Calderona. Encontramos empresas que realizan paseos a caballo, vuelos en globo, alquiler de bicicletas y empresas de guías turísticos que trabajan en la población. Los datos de contacto de cada una de ellas aparecen en la Guía turística *Lliria, Ciudad de la Música* o nos los facilitan en la propia oficina de información turística.

- *Tourist Info* Lliria, en la Plaza Mayor.
- *Tourist Info* Camp del Túria, a las afueras de Lliria.
- Restaurantes con menú tradicional Iliriano: Tapes i Arròs, La Taula de Lliria, Más que Arròs, Siglo XXI, El Mosset y Porta de l'Agiua.
- Tiendas de alimentación artesanal. Marca Aliments Tradicionals de Lliria.
- Servicios de visitas guiadas (aparte de la *Tourist Info*): Arqueodidáctica, Ara Turístic, guías turísticos autónomos. Viajes Cemo y Fil per Randa para grupos.
- Hoteles, hostales, pensiones.

⁶⁷ En noviembre de 2015 tuvo lugar la I Edición de Desenjazz; visto el éxito que cosechó volverá a repetirse. El evento se promocionó en la pasada edición de Fitur, enero de 2016.

Respecto al número de plazas de alojamiento, adjuntamos un cuadro ordenado según las categorías en las que están distribuidas, basado en los datos registrados por la Agència Valenciana de Turisme⁶⁸. Esta información nos permite visibilizar la posibilidad de pernoctar en la localidad y en la comarca, una infraestructura necesaria para aquellas personas que puedan dedicar unos días en el destino.

Plazas según alojamiento	LLíria	Plazas según alojamiento	Camp del Túria
Plazas Hoteles 3*	36	Hoteles	411
Plazas Hostal	24	Hostales	42
Plazas Pensión	8	Pensiones	70
Total	68	Apartamentos	247
		Campings	120
		Casas rurales	106
		Albergues	26
		Total	1022

TABLA 4 Y 5: ELABORACIÓN PROPIA SEGÚN DATOS EXTRAÍDOS DEL INFORME OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL Y COMARCAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2015.

Como podemos comprobar, muchos son los recursos, servicios y tradiciones de los que disfrutar en esta ciudad tan histórica. La *Tourist Info* de Lliria ha diseñado una serie de itinerarios para hilvanar algunos de estos recursos y hacerlos más atractivos de cara a su promoción turística. Vicente Sesé-Aloy, director de la oficina, presentó en *las I Jornades de Turisme Cultural i Patrimoni*⁶⁹ la oferta y los Productos Turístico-Culturales gestionados por su equipo⁷⁰, destacando la importancia del diseño de recorridos, pues “las rutas son escenarios para crear acontecimientos”⁷¹ y completarlos con otro tipo de actividades (creando así los productos turísticos) para así trasladar al visitante a un contexto más atractivo y asimilar el Patrimonio Cultural al que se expone.

Rutas genéricas:

- Lliria histórica: Ruta urbana y cronológica de un día por los principales monumentos y donde se intenta impulsar, además, la gastronomía local a partir de la degustación.

⁶⁸ Fuente: Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Comunitat Valenciana, año 2015. Agència Valenciana de Turisme. Véase informe completo dentro de:

http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/oferta_turistica/oferta_turistica_municipal_comarcal.html

⁶⁹ Las Jornades tuvieron lugar del 14 al 16 de abril de 2016 en el Museo de Bellas Artes San Pío V, Valencia. En ellas se analizó el panorama turístico valenciano y las posibilidades para convertir la ciudad y la provincia en un destino de Turismo Cultural, ofreciendo productos complementarios al modelo de sol y playa.

⁷⁰ La información detallada referente a los diferentes recorridos aparece recogida en la guía turística *Lliria, Ciudad de la Música*, en el apartado Itinerarios turístico-culturales.

⁷¹ Vicente Sesé-Aloy en su ponencia dentro de *I Jornades de Turisme Cultural i Patrimoni* (15/04/16).

- Ruta de las Ermitas: Recorriendo el Monasterio de San Miguel, Ermita de Santa Bárbara y Ermita de San Vicente. En esta predomina el componente paisajístico y monumental.

Rutas temáticas:

- Ruta Iberoedetana: Recorre los yacimientos íberos antes expuestos.
- Ruta Edeta romana: Recorre los vestigios romanos de la ciudad.
- Ruta Lyria medieval: Recorre los edificios del barrio de la Vila Vella.
- Ruta renacimiento y barroco: Recorre los edificios situados en torno a la Plaza Mayor.
- Ruta de los Museos: Recorre el Museo Arqueológico (MALL) y el Museo Silvestre de Edeta, integrándolos en el contexto histórico de la ciudad.

Las actividades con las que podemos completar estos recorridos son, entre otras:

- Llíria Art: Talleres para completar las diferentes rutas: cerámica íbera la Ruta Iberoedetana, de mosaico para la Ruta Edeta romana y de techados medievales para completar la Ruta Lyria medieval.
- *Menudes històries: Miquelet, l'arqueòleg articulat*. Relacionado con el pasado más incipiente de la ciudad, esta actividad guía a los más pequeños por el Museo Arqueológico de Llíria (MALL) para hacer más comprensible las piezas expuestas.
- *Històries nocturnes*. Recorrido temático por la Llíria romana descubriendo personajes, piezas musicales y gastronomía (se realiza en julio).

Montcada

Montcada se encuentra en la comarca de l'Horta Nord, al norte de la ciudad de Valencia y muy próxima a esta, pues las separan 8 km. Limita al norte con los términos municipales de Bétera y Náquera, al este con Museros, Albalat dels Sorells, Foios y Alfara del Patriarca, al sur con Benifaraig y al oeste con Massarrojos. Montcada tiene 21 972 habitantes⁷² y cuenta con farmacias, centro de salud, hotel, biblioteca pública, tiendas y policía local.

⁷² Según el Censo de Población y Vivienda realizado en 2011:
<http://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e244/avance/p02/10/&file=1mun46.px>

A continuación procedemos a detallar todos los recursos de índole turística que encontramos en Montcada. Todos ellos aparecen esquematizados en un cuadro-resumen (Anexo 2).

Respecto a los accesos, por Montcada se dan paso las siguientes carreteras:

- CV-315 que une Moncada con Valencia al sur y Náquera al norte.
- CV-304 que une Meliana con Montcada.
- CV-307 desde Massarrojos.

En las proximidades encontramos:

- By-Pass de Valencia, en la salida 486 hacia Masamagrell, Náquera, Montcada, Museros y Massalfassar. Enlazando con la CV-32.

En cuanto a transporte público, se puede llegar gracias a:

- Línea 1 del Metro con dos paradas: Moncada-Alfara y Seminari-CEU.
- Línea 26 EMT desde Valencia. El municipio cuenta, además, con una línea de autobús urbano.

Montcada se sitúa entre la huerta en su parte de más llana y baja, el monte mediterráneo en su parte más alta (alcanzando los 90 m de altitud en el noroeste con la loma de Tòs Pelat) y el mar, del cual dista a sólo 7 km. Esta orografía le confiere una variedad paisajística, mezclando por un lado el cultivo de secano (olivos, almendros y vid), junto con la huerta y los cultivos de regadío, lo que refleja la transformación que ha sufrido el territorio por las personas que lo han habitado durante siglos. El municipio carece de una trayectoria turística ya que se ha dedicado a la industria, pero sí tiene recursos que pueden orientarse, sobre todo, a la visita del excursionista de proximidad.

La clasificación de los recursos y servicios moncadenses son:

Recursos monumentales y yacimientos arqueológicos:

- Yacimiento Íbero de Tòs Pelat.
- Yacimiento Paredetes dels Moros. Antigua villa romana.
- Casa Andalusí, restos de una antigua alquería islámica.
- Iglesia de San Jaime (s. XVII).
- Ermita de Santa Bárbara (s. XVIII), Patrona de Montcada y situada a las afueras del municipio.
- Convento de las Hermanas Franciscanas de la Inmaculada (s.XIX).
- Ayuntamiento, situado en el Palacio de los Condes de Rótova (s. XVIII).

- Casa de la Comuna de los Regantes de la Acequia Real de Montcada.
- Seminario Metropolitano La Inmaculada (s.XX).
- Conservatorio de Música Ciutat de Montcada.
- *Catxerulos moncadenses*. Construcciones de piedra seca utilizados como refugios para campesinos. Ejemplos de arquitectura popular.
- Mercat Vell (s.XX).

Recursos museísticos, colecciones de arte y centros culturales:

- Museo Arqueológico Municipal de Montcada.
- Sala de Exposiciones del Antiguo Ayuntamiento.
- Museu de la Seda. Antigua Fábrica Garín (s.XIX).
- Ciutat de la Pilota, complejo deportivo enfocado a la práctica de la Pilota Valenciana.

Recursos naturales y parajes:

- Paraje y canteras de Tòs Pelat y Les Vinyetes. La loma de Tòs Pelat es un frágil ecosistema en el que conviven diversas especies vegetales (algunas endémicas y raras⁷³).
- Barranco del Carraixet. Atraviesa el término municipal dividiéndolo en dos partes. Nace en la Sierra Calderona y desagua en Alboraya. En los últimos años se ha maltratado este ecosistema.
- Huerta de Montcada. Regada por la Acequia Real de Montcada.
- Azud y Acequia Real de Montcada.

Fiestas patronales y ferias:

- Fallas de Montcada.
- Fiestas Patronales, desde finales de agosto hasta mitad de septiembre.
- Porrat de Santa Bárbara, el 4 de septiembre, dentro de las Fiestas Patronales.

Servicios turísticos y de aventura:

- Oficina de turismo de Montcada, en el Ayuntamiento.
- Diferentes restaurantes de comida tradicional.
- Hospedería El Convent. Cuenta con 25 plazas.

⁷³ http://www.moncada.es/contents/serviciosmunicipales/arqueologia/PatrimonioNatural/TosPelat_Vinyetes/index.html

- Centros Hípicos en las poblaciones cercanas como Benifaraig y Godella.
- Visitas guiadas en l’Horta Nord realizadas por la empresa Horta Viva.

Según los datos aportados por la Agència Valenciana de Turisme, las plazas de alojamiento de toda la comarca de l’Horta Nord son las siguientes⁷⁴:

Plazas según alojamiento	<i>Horta Nord</i>
Hoteles	1469
Hostales	30
Pensiones	68
Apartamentos	1593
Campings	1810
Casas rurales	0
Albergues	0
Total	4970

TABLA 6: ELABORACIÓN PROPIA SEGÚN DATOS EXTRAÍDOS DEL INFORME OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL Y COMARCAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2015.

El Museo Arqueológico de Montcada puso en valor dos rutas (senderos locales) de carácter natural y etnográfico para descubrir el entorno y el pasado del municipio⁷⁵. Las rutas diseñadas bajo dos temáticas concretas son:

- Moncada y las Observaciones del botánico Cavanilles. Un paisaje histórico a tu alcance: Trata de un recorrido circular de 6.12 km que se adentra en las antiguas formas de explotación y gestión de los recursos naturales por parte de la población local. En esta ruta se incluyen norias, abrevaderos, molinos, hornos de cal y construcciones de piedra seca –o *catxerulos*– distribuidos por un entorno que todavía conserva flora mediterránea. El recorrido se completa con paneles indicativos que incluyen extractos de las explicaciones del botánico.
- Moncada y la Huerta de Temple: Recorre los caminos del agua, las infraestructuras y cultivos propios de la Huerta valenciana. Se trata de un recorrido circular de 4.68 km. Estas dos rutas pretenden dar a conocer los recursos naturales y el patrimonio cultural de Moncada a vecinos y visitantes.

Además, la página web de Moncada Turística incluye una tercera ruta⁷⁶:

⁷⁴ Fuente: Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Comunitat Valenciana, año 2015. Agència Valenciana de Turisme. Véase informe completo dentro de: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/oferta_turistica/oferta_turistica_municipal_comarcal.html

⁷⁵ Puede consultarse información detallada de la Ruta en la pág. Web del Ayuntamiento de Montcada: <http://www.moncada.es/contents/serviciosmunicipales/arqueologia/PatrimonioNatural/DosRutas/index.html>

- Ruta Paretetes dels Moros-Barranc de Carraixet: Se trata de un recorrido circular de 4 km en torno al barranco y el camino que conduce al yacimiento de origen romano, donde son visibles la estructura de los baños.

Las tres rutas aparecen especificadas en la página web turística del municipio: Moncada Turística⁷⁷, dentro de la pestaña “Senderismo” y con su correspondiente enlace a la web de rutas senderistas Wikiloc⁷⁸. La web de difusión turística está creada por Bárbara Sales, técnica de la concejalía de Turismo y Patrimonio del Ayuntamiento de Montcada.

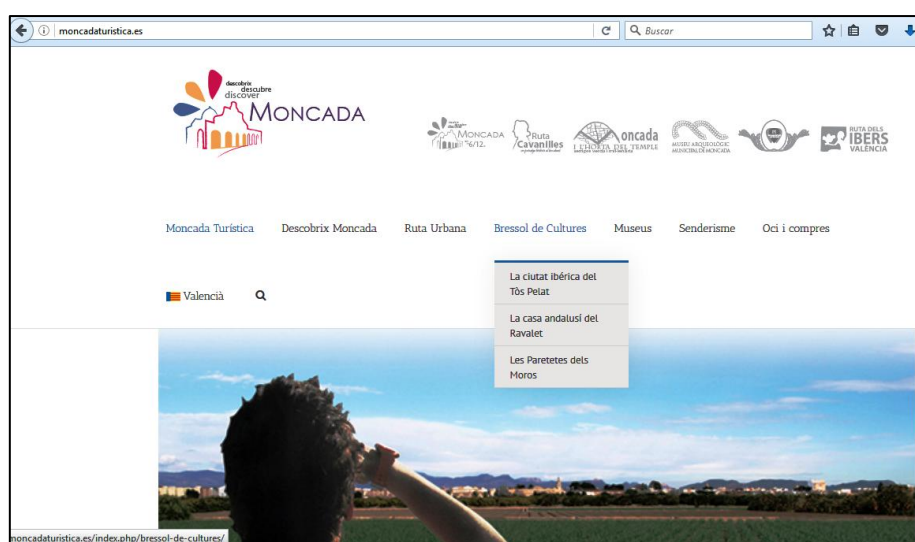


FIGURA 21: PÁGINA WEB MONCADA TURÍSTICA.

Valoración

Una vez analizados y clasificados los diferentes recursos y servicios turísticos con los que cuentan Lliria y Montcada podemos establecer conclusiones. Ambas comparten rasgos comunes como son una buena red de accesos por carretera, metro y autobús que permiten el desplazamiento desde distintas localidades –incluyendo Valencia–, lo que facilita el flujo de excursionistas de un día y turistas que pueden alargar su estancia en nuestra provincia, combinando la pernoctación en otras localidades con tradición turística como Valencia, Sagunto y las localidades próximas a la playa: Puerto de

⁷⁶ <http://moncadaturistica.es/index.php/senderismo/el-barranco-del-carraixet/?lang=es>

⁷⁷ <http://moncadaturistica.es/>

⁷⁸ Ruta Montcada y la Huerta de Temple: <http://es.wikiloc.com/wikiloc/view.do?id=5434218>

Ruta Montcada y las Observaciones del botánico Cavanilles. Un paisaje histórico a tu alcance: <http://es.wikiloc.com/wikiloc/view.do?id=5433855>

Ruta Paretetes dels Moros- Barranc de Carraixet:

<http://moncadaturistica.es/index.php/senderisme/el-barranc-del-carraixet/>

Sagunto y Canet d'en Berenguer; también Alboraya, Bétera y los municipios turísticos del área del Parque Natural de la Sierra Calderona como Náquera, Serra y Olocau; o Buñol y los municipios del vino como Utiel y Requena.

Otro rasgo común que comparten Lliria y Montcada son las diferencias paisajísticas que se contemplan en su territorio, combinando el paisaje mediterráneo de pinos, carrascas, lentiscos y arbustos, junto con cultivo de secano como almendros u olivos y cultivo de regadío típico de la huerta valenciana.

En lo que respecta a la Ruta dels Ibers València, los dos municipios cuentan con sendos museos arqueológicos, el Museo Arqueológico de Lliria (MALL) y el Museo Arqueológico Municipal de Montcada, que narran a través de los vestigios hallados en sus yacimientos, el pasado íbero, romano e islámico de ambos, completando de esta manera la visita a las ciudades y poblados íberos.

En cuanto a cantidad de recursos, difusión y promoción de los mismos, Lliria tiene una mayor trayectoria turística y ofrece diferentes y originales productos como las rutas temáticas o el Festival *Desenjazz*. Montcada, dispone también de recursos de diversa tipología, su cercanía a Valencia y las zonas de costa (próxima a las playas de Puzol, Pobla de Farnals y Alboraya) le facilita un mayor flujo de visitantes procedentes de estas zonas “más turísticas”, al menos en temporada alta. Otro aliciente para su visita es la inauguración del segundo museo, el Museo de la Seda Fábrica Garín, incorporando el municipio dentro de la Ruta de la Seda⁷⁹.

5.4 Análisis de los yacimientos

Después de clasificar y analizar los diferentes parámetros que condicionan la oferta turística y cultural de Lliria y Montcada, es necesario estudiar en profundidad los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Lliria) y los recursos base sobre los que van a asentarse los Productos Turístico-Culturales. Para ello se ha diseñado una Ficha de Evaluación para cada yacimiento, la cual hemos rellenado durante la visita a los mismos. Estas fichas son de gran ayuda para recoger datos cualitativos como el tipo de accesos al los yacimientos, la señalización, la conservación del entorno, y para comprobar en primera persona el estado de conservación que presentan, evaluando los aspectos negativos y positivos, con el fin de proponer medidas de mejora en aquellos puntos que lo necesiten.

⁷⁹ Pendiente de declaración por la UNESCO: <http://www.unescovalencia.org/>

FICHA DE EVALUACIÓN DE YACIMIENTOS

NOMBRE: **Tòs Pelat (Montcada), S. VI- IV a.C**

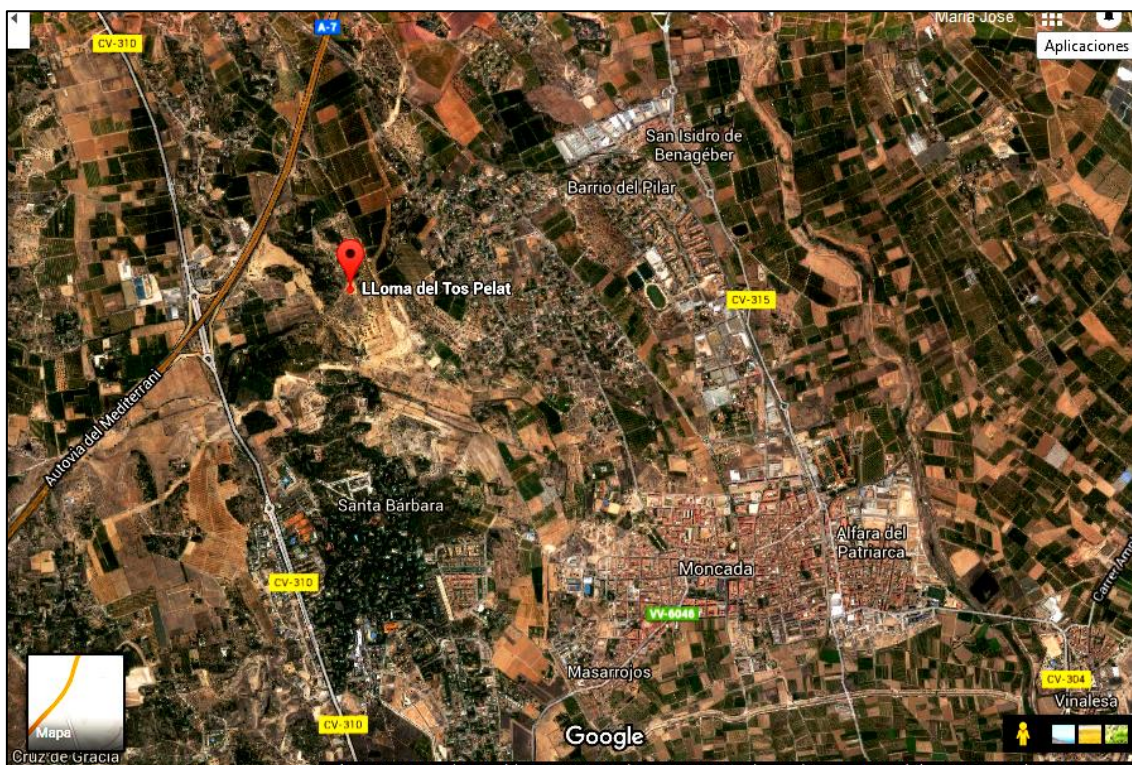
FECHA VISITA: 20/02/16

UBICACIÓN: 39°33'35. 0°25'15

MAPA SITUACIÓN:

VALORACIÓN/LEYENDA

- 1 – MALA / NO EXISTE
- 2 – NECESITAN MEJORAS
- 3 – EN BUENAS CONDICIONES



ENTORNO

DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Situado en la loma Tòs Pelat que rompe con el paisaje de l'Horta. Entorno paisajístico muy diverso, en buen estado y limpio. El yacimiento está en perfectas condiciones para la visita y es accesible casi hasta la entrada con bus o furgonetas. Las personas con movilidad reducida pueden acceder. Muy próximo y comunicado con poblaciones vecinas.	3

INFRAESTRUCTURAS

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Vallado	Valla perimetral en buen estado.	3
Aparcamiento	Posibilidad de aparcar en la base de la loma donde está el yacimiento. Un espacio entre los árboles de cultivos.	2 Falta hacerlo más delimitado con postes de madera para no estropear los cultivos.
Accesibilidad del yacimiento	Muy buena. El terreno está apisonado y el recorrido se hace sin problemas.	3

ACCESOS

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Por carretera	Carretera que sube desde el norte de Montcada.	3
A pie.	Sendero Cavanilles. Ruta Circular de 5.84 km.	3
Metro	Línea 1 Paradas Montcada y Seminari CEU (más próxima a Tòs Pelat).	3

SEÑALÉTICA

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
De acceso por carretera	Sí .	3
Por la pista Cavanilles	Hay señales de acceso.	3
En el yacimiento	Panel grande en la entrada de Tòs Pelat y dentro paneles con información sobre el yacimiento.	2 Se puede completar con otros carteles sobre la orografía.

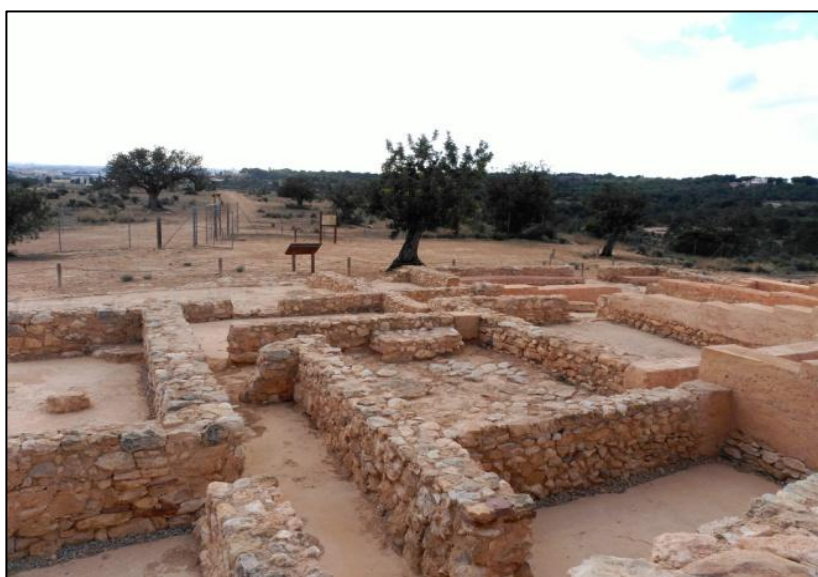
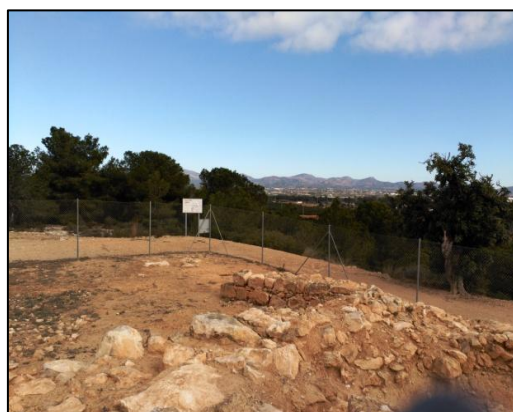
OBSEVACIONES:

- Se podría completar la señalización con cartel panorámico que posicione otros poblados íberos y accidentes geográficos.
- Carteles con reconstrucción de cómo eran las viviendas.
- Accesible para personas con movilidad reducida pero no aparece indicado. Debería destacarse este aspecto.

FOTOS: Detalles de la señalética del yacimiento y vallado de la entrada al yacimiento.



Detalles del interior del yacimiento, su entorno y vallado.



FICHA DE EVALUACIÓN DE YACIMIENTOS

NOMBRE: **Castellet de Bernabé (LLíria). S.V-III a.C**

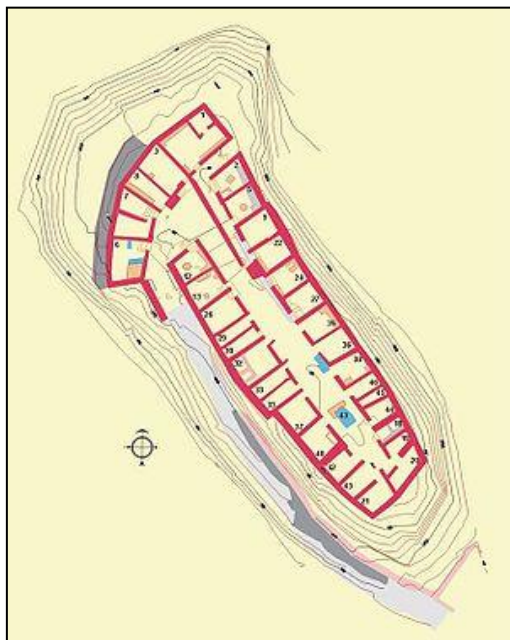
FECHA VISITA: 03/04/16

UBICACIÓN: 39.741206, -0.684792

MAPA SITUACIÓN:

VALORACIÓN/LEYENDA

- 1 – MALA / NO EXISTE
- 2 – NECESITAN MEJORAS
- 3 – EN BUENAS CONDICIONES



ENTORNO

DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Situado en un montículo en el Paraje de la Concordia, al norte de los promontorios dels Tres Pics, rodeado de monte mediterráneo y campos de almendros. Desde lo alto se aprecian los cultivos de vid y los caseríos de las bodegas.	3

ACCESOS

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Por carretera	Carretera CV-339 próxima al yacimiento. Km 14.	3
Por pista no asfaltada	Desde la salida 14 CV-339 al yacimiento hay 15 minutos a pie por sendero señalizado.	2 (Necesita mejoras en el último tramo pues hay mucha piedra suelta que puede dar lugar a tropiezos).
A pie. Sendero PR CV 258 Ruta del Cavalló de l'Olivera	Sendero de pequeño recorrido que discurre por el yacimiento. Circular. 18,25 km. Desde Casa de Campo.	2 (Necesita repintar y eliminar hierbas que dificultan la visibilidad de algunas señales).
Metro	Línea 1 Parada Lliria Sólo hasta ciudad.	3

INFRAESTRUCTURAS

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Vallado	Valla perimetral y en cordón en torno al aljibe y en el acceso (dentro del Castellet)	1: Hierros oxidados, cordones rotos y sueltos. Cordón del aljibe no protege de una caída dentro del aljibe.
Aparcamiento	Hay algunos claros en torno a la pista. En total capacidad para 6 automóviles. En la zona de entrada al yacimiento hay más sitio pero el acceso inviable con turismo normal.	1: Falta limpiar de piedras grandes y desbrozar algunas zonas para delimitar un espacio más apropiado.
Accesibilidad del yacimiento	Algunas estancias se encuentran con maleza y piedras sueltas. Las zonas de recorrido no están bien delimitadas.	1: Falta desbrozado en algunas zonas y retirada de gravilla y piedras grandes sueltas que pueden provocar caídas.

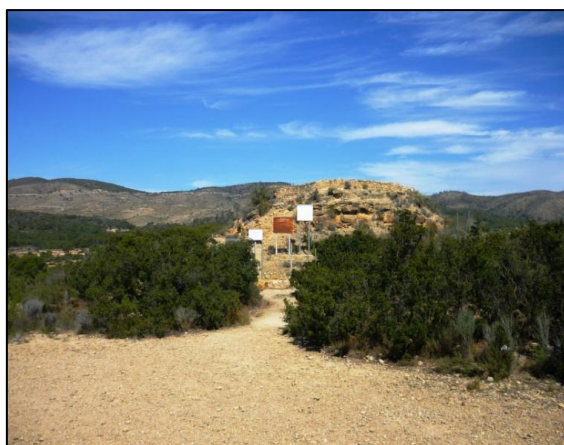
SEÑALÉTICA

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
De acceso por carretera	Ninguna.	1
Por pista	Señales del PR CV-258 que indica "Castellet de Bernabé".	3
En el yacimiento	Sólo 2 citando el nombre y siglo.	1 (Oxidados y las letras comidas por el sol, casi ininteligibles)

OBSEVACIONES:

- Falta señalización desde la carretera, señales y nuevo vallado. Falta desbrozar.
- El entorno es muy bonito pese a los montes quemados al norte.
- El PR CV-258 puede realizarse en bici y caballo en algunos tramos.
- En el claro de enfrente del yacimiento pueden ponerse mesas y bancos de madera para pic-nic.
- Posibilidad de añadir cartel panorámico donde se representen los poblados dependientes de Edeta, así como accidentes geográficos visibles.
- No apto para personas con movilidad reducida.

FOTOS: Acceso por pista y detalles del estado del vallado.



Detalles del interior del yacimiento, aljibe y molino de aceite en una de las estancias.



FICHA DE EVALUACIÓN DE YACIMIENTOS

NOMBRE: **Tossal de Sant Miquel (LLíria). S.V –II a.C**

FECHA VISITA: 06/03/16

UBICACIÓN: 39°37'13.9"N 0°35'51.1"W

MAPA SITUACIÓN:

VALORACIÓN/ LEYENDA

- 1 – MALA / NO EXISTE
- 2 – NECESITAN MEJORAS
- 3 – EN BUENAS CONDICIONES



ENTORNO

DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Situado en un montículo al lado de Llíria. La ciudad se sitúa en pendiente pronunciada, hay que caminar con cuidado. El entorno está modificado, situado al lado del Monasterio de Sant Miquel, donde hay un restaurante. Bosque mediterráneo y la huerta bajo la pendiente del Tossal. Por su cercanía permite visitas cortas y a personas no aficionadas al deporte.	3

INFRAESTRUCTURAS

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Vallado	Valla perimetral y escaleras metálicas con pasamanos (dentro)	3
Aparcamiento	Existe una zona asfaltada frente al Monasterio de Sant Miquel. Desde ahí se puede ir andando.	3
Accesibilidad del yacimiento	Algunas zonas de recorrido no están bien delimitadas, tienen gravilla y piedras grandes sueltas que pueden provocar caídas.	2: Falta desbrozado en algunas zonas y retirada de gravilla y piedras grandes sueltas que pueden provocar caídas.

ACCESOS

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
Por carretera	El acceso es sólo posible hasta el aparcamiento del Monasterio. Desde ahí 5' a pie.	3
Sendero PR CV 365 Senda dels Tossals de Lliria.	Circular 8 km. Parte de la Plaza Mayor de Lliria y enlaza la visita al Tossal con otras localizaciones.	2 Falta repintar marcas amarillas y blancas.
A pie por la Costa Revesa o por la cuesta de Sant Miquel desde Lliria.	Puede irse andando desde el centro de Lliria. 25 minutos aprox.	3 La cuesta es muy pronunciada.
Metro	Línea 1 Parada Lliria.	3

SEÑALÉTICA

TIPO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
De acceso por carretera desde Lliria	Ninguna.	1
Desde el aparcamiento del Monasterio de Sant Miquel.	Sí, un panel grande con una introducción de Edeta.	3
En el yacimiento.	Hay paneles con descripciones de algunas estancias.	2 Haría falta alguno más.

OBSEVACIONES:

- Falta señalización en Lliria para acceder por las cuestas que parten del núcleo urbano. Las señales del yacimiento están en buen estado.
- Posibilidad de añadir cartel panorámico donde se representen los poblados dependientes de Edeta, así como accidentes geográficos visibles y flora del lugar.
- No apto para personas con movilidad reducida.

FOTOS: Acceso al yacimiento desde el Monasterio de San Miguel.



Detalles del interior del yacimiento y vistas desde sus estancias.



5.5 Análisis de la demanda

Para proceder al diseño de los Productos Turístico-Culturales es muy importante estudiar cuál es la demanda real que se da en estos momentos tanto en los yacimientos de Lliria como en Montcada, así como la demanda potencial⁸⁰, para poder enfocar los productos correctamente. Por otro lado, existe la posibilidad de una demanda latente que no se ha manifestado porque no ha habido una oferta adecuada en ese territorio anteriormente (Milio, 2004).

No disponemos de datos exhaustivos acerca de la demanda de los yacimientos íberos que nos permita establecer un perfil de visitante. Los datos recogidos por la *Tourist Info* de Lliria sólo monitorizan la procedencia y el número de visitantes que acude al año. En el caso de Montcada, los datos recogidos por el arqueólogo municipal encargado de las visitas son la procedencia y si se trata de un grupo o personas a nivel particular. En el primer caso, dada la tradición turística de Lliria, el perfil de personas que visita el yacimiento de Tossal de Sant Miquel es el de aquellos turistas que acuden a pasar una jornada a la ciudad y que provienen de Valencia o poblaciones de alrededor en su mayoría⁸¹. Las personas que visitan Castellet de Bernabé podrían ser grupos reducidos de senderistas. El caso de Montcada es bastante llamativo, puesto que no dispone de promoción turística propia y fue el último yacimiento en incluirse dentro de la Ruta dels Ibers València. Según los datos aportados por Josep Burriel, el arqueólogo-guía, el pasado año 2015 unas 1000 personas visitaron Tòs Pelat. De estas: “El 90% de las personas son grupos de escolares e institutos. El 10% restante está formado por asociaciones de vecinos, asociaciones culturales y grupos reducidos de adultos que desean visitar el yacimiento”⁸². Estos datos construyen un perfil de excursionista de un día, formado por niños y adolescentes dentro de un grupo, estudiantes, y residentes en Valencia y poblaciones cercanas. El motivo de la visita es, por tanto, educativo.

Dada la escasa información obtenida, contamos con una serie de herramientas que nos pueden ser ventajosas a la hora de completar los perfiles de visitantes. En primer lugar, son muy útiles las observaciones personales –no monitorizadas– de los técnicos de turismo de Lliria sobre el perfil de turista que visita habitualmente el resto de recursos del municipio y que puede solicitar información sobre los yacimientos. En este

⁸⁰ Definimos el concepto “demanda” como el número de personas que desea viajar y disfrutar de los servicios y productos en lugares diferentes a los de su residencia.

⁸¹ Datos facilitados gracias a las preguntas realizadas a los técnicos de la *Tourist Info* de Lliria.

⁸² Datos facilitados y a la entrevista realizada a Josep Burriel (Arqueólogo municipal de Montcada). Extraído de la entrevista realizada el pasado 20/02/16.

caso, contamos con la ventaja de disponer de la *Tourist Info* como centro de recepción de visitantes. En el caso de Montcada, pese a que no existe un ente similar, las observaciones no monitorizadas aportadas por el arqueólogo municipal nos pueden dar más datos para construir un perfil de visitante. En segundo lugar, otras herramientas recomendables son las encuestas e informes emitidos por organismos oficiales, donde encontramos algunos datos interesantes para construir el perfil de demanda real. Una de ellas es la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015)⁸³, la cual desvela una tipología de perfil según edad, estado civil y nivel de estudios de personas que visitaron los yacimientos arqueológicos en el último año. Por otro lado, el Informe del Turista que visita la Comunidad Valenciana (año 2014)⁸⁴ nos aporta datos sobre la demanda nacional e internacional que visita nuestro territorio, así como el Informe de Turismo Activo y de Naturaleza en la Comunidad Valenciana (año 2015)⁸⁵ sobre la práctica deportiva en relación con el turismo. Por último, no debemos dejar de observar las tendencias turísticas que se dan en la actualidad, atendiendo a la evolución y auge de la práctica de deportes en la naturaleza, como senderismo o bicicleta de montañas. Los yacimientos se sitúan en entornos naturales fuera de la trama urbana y forman parte de los alicientes de los senderos que recorren nuestros parajes, por tanto, es importante tener en cuenta el perfil de excursionista-senderista en dichas comarcas. También es importante atender a la evolución y auge del Turismo Cultural y del producto rutas culturales y Arqueoturismo que ya vimos en el apartado Marco Teórico de este Trabajo de Fin de Máster.

Los motivos por los que las personas realizan turismo, deciden visitar tal monumento o elegir entre un determinado destino han sido en muchas ocasiones analizados según los manuales de turismo siguiendo la clasificación establecida por

⁸³ Elaborado por la Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Aporta datos sobre las personas que visitaron museos, exposiciones, galerías de arte, monumentos, yacimientos arqueológicos y archivos en el último año, valorando el interés por los yacimientos arqueológicos en tercera posición por debajo de monumentos y museos, y por delante de galerías y archivos. Más información en: http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/Encuesta_de_Habitos_y_Practicas_Culturales_2014-2015.pdf

⁸⁴ Análisis anual, elaborado por la Agència Valenciana del Turisme, del perfil del turista que visita la Comunidad Valenciana, pernoctando en todo tipo de alojamientos: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Perfil_turista_visitaCV2014.pdf

⁸⁵ Elaborado por la Agència Valenciana del Turisme. Destaca el senderismo y la bicicleta de montaña como los deportes más practicados en el interior de la Comunidad Valenciana, elaborando, además un perfil de turista: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Turismo_Activo-Naturaleza_mayo2015.pdf

Abraham Maslow (1943), o más conocida como la Pirámide de Maslow, en la cual, una vez satisfechas las necesidades fisiológicas básicas para la supervivencia, se escala hasta el enriquecimiento y plenitud personal. El fenómeno turístico necesita de varias de estas escalas, desde calmar el hambre y facilitar el descanso (necesidades fisiológicas), encontrarnos en un territorio sin conflictos (necesidades de seguridad), realizando actividades junto con nuestros familiares, amigos, o personas desconocidas pero que comparten gustos con nosotros (necesidades de afiliación y reconocimiento) para disfrutar de la experiencia que supone descubrir un destino nuevo –o redescubrir uno conocido–, disfrutando y aprendiendo del arte, la historia, participando a su vez en actividades culturales o degustando la gastronomía típica del lugar (necesidades de autorrealización).

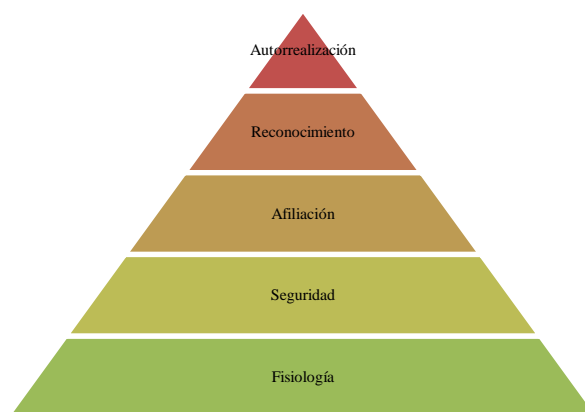


FIGURA 32: ELABORACIÓN PROPIA DE LA PIRÁMIDE DE MASLOW.

Isabel Milio definió las motivaciones de los turistas como “los estados mentales que preparan y mueven para la acción” (2014:75) estableciendo diferentes tipos, fruto del carácter de cada individuo, su personalidad, pero también por la influencia de los condicionantes externos:

- Motivaciones de descanso físico.
- Motivaciones para descubrir manifestaciones culturales.
- Motivaciones sociales para visitar a familiares y amigos.
- Motivaciones de status y desarrollo, como la asistencia a Congresos.
- Motivaciones de diversión y esparcimiento.

Las motivaciones que mueven a las personas a visitar los yacimientos íberos responden al deseo cultural, enfocado en el interés por descubrir los vestigios

arqueológicos y disfrutar de una actividad de esparcimiento y aprendizaje en un “paisaje cultural”, concepto que define aquel entorno modificado por la mano del hombre a lo largo de los siglos, lo que le confiere una combinación de aspectos naturales y etnológicos propios, adquiriendo un valor simbólico y subjetivo (Hernández, 2009) que aprecian los agentes que lo gestionan y la población que lo habita. Además de la motivación principal que lleva a los excursionistas a visitar los yacimientos, debemos tener en cuenta otros condicionantes que afectarán en la decisión de la visita o en cómo ésta se desarrollará: como los intereses personales según el ciclo de vida en el que nos encontremos; factores sociales como la educación recibida, el prestigio o la presión del grupo social que nos acompaña; factores socioeconómicos como el presupuesto de gasto que tenemos; factores físicos –por ejemplo–, si disponemos o no de vehículo privado, el grado de movilidad o el tiempo que le podremos dedicar.

Con los datos aportados gracias al equipo humano de Tòs Pelat, Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel, más el resto de fuentes secundarias citadas, podemos establecer una segmentación de la demanda basada en factores demográficos⁸⁶, tanto real como potencial. Huelga decir que las características propias de cada yacimiento que hemos visto en el apartado anterior han propiciado un perfil determinado. La demanda real (la que existe en estos momentos) responde a un excursionista que hace el viaje en el día y que se traslada desde localidades próximas a los yacimientos. En el caso de Montcada, los grupos ocupan el grueso de la demanda, encabezando las visitas los estudiantes que hacen uso del yacimiento como un recurso didáctico real. Otros grupos y visitantes individuales acuden a Tòs Pelat por motivos de ocio y cultural. Uno de los segmentos que visita el yacimiento –no de una forma tan habitual– es el de jóvenes universitarios que desean conocer el yacimiento para ampliar su conocimiento sobre los íberos y la metodología arqueológica, completando así su *curriculum* académico. Por norma general, visitan el yacimiento los días laborables⁸⁷.

⁸⁶ La segmentación por variables demográficas es la más empleada en las estadísticas e informes turísticos y de hábitos culturales. Su análisis responde ítems fácilmente medibles, como son la franja de edad, el nivel educativo, el tamaño del grupo o unidad familiar, o el origen del desplazamiento.

⁸⁷ Información aportada por Josep Burriel, arqueólogo municipal de Montcada.

A continuación, adjuntamos unos cuadros-resumen del análisis de la demanda real según variables demográficas y psicográficas.

Yacimiento	Perfil	Motivación	Cuándo	Procedencia
Tòs Pelat	Grupos de escolares y alumnos de Bachillerato	Educación	Lunes a viernes	Localidades próximas Valencia
	Grupos de universitarios o alumnos de máster especializados en Historia y Máster en Arqueología.	Educación Cultura Formación profesional	Lunes a viernes	Universitat de València
	Grupos de amas de casa	Ocio Educación	Lunes a viernes	Localidades próximas Valencia
	Grupos de Terapia Ocupacional	Ocio Educación	Lunes a viernes	Localidades próximas Valencia
	Turistas individuales	Ocio Cultura	Fines de semana	Localidades próximas Valencia
Castellet de Bernabé	Turistas individuales	Ocio Cultura	Fines de semana	Valencia y comarcas adyacentes.
	Senderistas	Naturaleza Deporte	Fines de semana	Valencia Otras poblaciones de la comarca y comarcas adyacentes.
Tossal de Sant Miquel	Turistas individuales	Ocio Cultura	Fines de semana	Valencia y comarcas adyacentes.

TABLA 7: CUADRO-RESUMEN DE LA DEMANDA REAL. ELABORACIÓN PROPIA.

Una vez analizada la demanda real completamos este apartado con la búsqueda de los perfiles de turistas –o excursionistas– futuros que conformarán la demanda potencial, aquella que no existe en estos momentos pero que podemos llegar a acoger diseñando unos productos adecuados para ella y cuyos perfiles debemos establecer teniendo en cuenta, por un lado, la segmentación de la demanda existente (la cual deseamos mantener), además del estudio de las fuentes de información primaria y secundaria que hemos mencionado antes (informes, estadísticas oficiales, análisis de la evolución del Turismo Cultural en la Comunidad Valenciana, etc.) y que nos puede aportar características demográficas de posibles visitantes potenciales no existentes en la demanda real. Así mismo, es también interesante el manejo de nuevos métodos como

el Mapa de la Empatía (*Empathy Map*)⁸⁸, una herramienta empleada en la planificación estratégica de la empresa que sirve para profundizar en el diagnóstico de los clientes potenciales. Su innovación radica en que permite la creación de perfiles con un alto grado de personalidad, atendiendo más a las emociones y deseos que a factores puramente demográficos.

El marketing aplicado a los productos culturales difiere del enfocado a otros productos en cuanto a la relación que se establece con la demanda. En el producto cultural, no se puede modificar el recurso para adaptarse a un segmento específico de demanda, sino que la relación se produce a la inversa, hay que buscar aquellos segmentos que estén dispuestos a participar en nuestro producto cultural (Pérez, 2014⁸⁹). Para segmentar la demanda potencial hemos preferido elegir otro método diferente al expuesto hasta el momento, basado en factores demográficos, geográficos y psicográficos (los más comunes en los resultados que aportan los informes y estadísticas sobre perfiles de demanda). Teniendo en cuenta la peculiaridad de los productos basados en el Patrimonio Cultural, consideramos que la herramienta de segmentación más apropiada es la conocida como “segmentación por ventajas buscadas”⁹⁰, la cual consiste en establecer diferentes perfiles de demanda según los beneficios y valores que esperan encontrar en el producto (Camarero y Garrido, 2008:104). Adaptado a los recursos arqueológicos, hemos establecido diferentes perfiles según este tipo de segmentación:

El contemplativo: Se trata de una persona que disfruta paseando y contemplando el yacimiento y el entorno natural en el que se encuentra. Le gusta realizar las visitas de forma pausada, a su ritmo. Este tipo de turista valora su tiempo de ocio y no quiere presiones ni prisas. No necesita demasiados datos o explicaciones porque considera que no son necesarios. Aficionado a la fotografía, se recrea en el valor estético y simbólico del yacimiento, le gusta pasear por el núcleo urbano de la población, asistir a un evento cultural y degustar la gastronomía local, lo que puede suponer el broche perfecto a la jornada. Visitará el yacimiento en fin de semana y si hay más alicientes cabe la

⁸⁸ Véase información sobre esta herramienta de elaboración de perfiles de clientes en: <http://www.eoi.es/fdi/oviedo/el-mapa-de-empat%C3%ADa-una-poderosa-herramienta-para-realizar-una-adecuada-segmentaci%C3%B3n-de-la>

⁸⁹ El comportamiento del consumidor cultural, clase impartida por Carmen Pérez en la asignatura del Máster Interuniversitario de Gestión Cultural: Marketing aplicado a las Artes y la Cultura UV-UPV, noviembre 2014.

⁹⁰ Según Carmen Camarero y M^a José Garrido “los mercados pueden segmentarse de diversas maneras, introduciendo diferentes variables y examinando cuales de ellas arrojan más luz sobre las oportunidades del mercado del Patrimonio Cultural” (2008:99).

posibilidad de pernoctar. El perfil contemplativo podrá ir acompañado por su pareja, un grupo de familiares y es muy probable que tenga hijos.

El curioso: Para sentirse satisfecho necesitará averiguar los porqués del yacimiento. Le gusta aprender y necesita ser estimulado con preguntas y acertijos. Valora, por tanto, la información de tipo mecánico y práctica: cómo molían el grano, por qué los poblados íberos estaban situados encima de una loma, cómo practicaban los enterramientos, etc. Necesita conocer maquetas, valorará especialmente el uso de realidad aumentada y otras aplicaciones tecnológicas en la Interpretación del Patrimonio Cultural. La visita al museo es, por tanto, imprescindible. Se muestra dispuesto a participar en talleres y jornadas formativas. Recopilará folletos, mapas y comprará guías o libros sobre los íberos. Si cumplimos sus expectativas, recorrerá el resto de yacimientos de la Ruta Ibers València y será un excelente prescriptor.

El entendido: Por su formación o profesión, realiza la visita al yacimiento para completar su *currículum* o confirmar lo que ya sabe. Busca ampliar sus conocimientos sobre la arqueología, la cultura íbera y la historia en general. La visita al museo se hace también imprescindible en este caso. Valorará la conexión con otros yacimientos, la evolución histórica del lugar, que los equipamientos estén en perfectas condiciones para la visita y la profesionalidad del guía. Acudirá a charlas y talleres para continuar con su aprendizaje. Comprará guías y catálogos. Puede visitar el yacimiento entre semana o en fin de semana.

El ecolo-deportista: Aficionado al deporte y la naturaleza, el motivo principal de su visita no es el yacimiento en sí, sino el entorno medioambiental donde se ubica. Los yacimientos los valorará como hitos que narran la historia de un paisaje cultural, por tanto, deseará encontrar información sobre la evolución de la fauna y la flora, y los aspectos etnológicos del territorio. Puede llegar a desplazarse desde lejos para conocer el lugar, por lo que, si se ofrecen actividades complementarias de Turismo de Naturaleza y Aventuras puede pernoctar. Su visita se realizará los fines de semana y viajará con un pequeño grupo de amigos.

Estos son los perfiles de demanda potencial establecidos según la información y herramientas que hemos apuntado antes. Los Productos Turístico-Culturales se diseñarán en base a esta segmentación.

5.6 Diagnóstico DAFO

El Museu de Prehistòria de València presentó en el IV Congreso Internacional sobre Musealización de Yacimientos Arqueológicos. Conservación y presentación de Yacimientos Arqueológicos en el medio rural. Impacto social en el territorio (Santiago de Compostela, noviembre 2006) la propuesta inicial de la Ruta dels Ibers València. En la comunicación, se mostró un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) en el que convergían aspectos positivos y negativos relativos a la situación general de los yacimientos íberos y su entorno para la preparación de la ruta, estableciendo un diagnóstico general (Bonet, Ferrer, Mata y Vives-Ferrándiz, 2007).

La evaluación general del análisis DAFO presentado en el Congreso, unida a la información específica que hemos recogido y analizado a lo largo de este capítulo, nos aporta una visión global de la situación turística y cultural en el que se hallan las poblaciones de Lliria y Montcada y las posibilidades de futuro que ofrece la difusión de los yacimientos íberos, adaptando las propuestas de Productos Turísticos y Culturales según las particularidades de cada caso, complementando la oferta ya existente, aprovechando sinergias y cubriendo las carencias. El diagnóstico DAFO final que hemos realizado sobre la situación de los yacimientos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Lliria) para la futura implementación de los productos es el siguiente:

Debilidades (factores internos):

En general, la cultura íbera (y la del resto de pueblos prerromanos) ha estado denostada en el Estado español. Salvo hitos aislados como la polémica que alcanzó a la Dama de Elche respecto a su gerencia, la educación reglada pasa muy por encima otorgando mucha más importancia a la ocupación romana en nuestro país. Esto puede suponer una falta de interés de la población, de ahí la importancia de la difusión de la cultura íbera.

Respecto a Montcada, encontramos varias “debilidades”: la primera es que carece de tradición turística y esto hace necesario una promoción más fuerte de sus recursos. Recientemente (abril 2016) se ha lanzado la App Moncada Turística, por lo que estas acciones dan cuenta del trabajo de su equipo municipal. La segunda, la necesidad de invertir en profesionales en materia de cultura y turismo. Actualmente sólo una persona, –el arqueólogo municipal– se encarga de las visitas guiadas y del Museo Arqueológico. Si pretendemos promocionar una serie de Productos Turístico-Cultuales en torno a Tòs Pelat será necesaria la contratación de nuevo personal para atender la demanda, así

como la negociación con los propietarios del yacimiento (se trata de una propiedad privada), para establecer una serie de permisos de uso del mismo.

Respecto a Lliria, los yacimientos de Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel no cuentan con la suficiente señalización, limpieza de accesos y vallado apropiado (tal como advertimos en las fichas de evaluación de yacimientos). Si no disponemos de unas instalaciones seguras, limpias, y un equipamiento de apoyo como paneles informativos sobre la historia y cultura íbera, la flora, accesos señalizados desde carreteras y pistas, es decir, si no contamos con un lugar atractivo a la visita, parte de la demanda potencial se perderá.

Amenazas (factores externos):

En general, las amenazas pueden afectar por igual a todos los yacimientos:

- Falta de subvenciones para excavación, consolidación y mantenimiento de infraestructuras.
- Falta de apoyo institucional y social a los yacimientos locales.
- Incendios y desastres naturales que perjudiquen el entorno en el que se levantan los yacimientos.
- Vandalismo y delitos contra el Patrimonio Cultural.

En el caso de Montcada, la amenaza reside, además, en la negativa de los propietarios a facilitar determinadas actividades en el mismo, no así los yacimientos lirianos, que pertenecen al municipio.

Fortalezas (factores internos):

En general, encontramos una serie de fortalezas presentes en cada uno de los tres ejemplos:

- La situación de los yacimientos, en entorno naturales, suponen un atractivo añadido.
- La cultura íbera es propia del este peninsular, y este es un rasgo a potenciar, la unicidad.
- La visita a los yacimientos íberos donde lo conservado son apenas los cimientos, ofrece múltiples oportunidades de interpretación, contando la historia desde diferentes perspectivas y temáticas, construyendo narraciones adaptadas a diferentes perfiles de demanda y conectando con otros aspectos culturales y naturales.

Respecto al Montcada, cabe destacar que el yacimiento de Tòs Pelat es accesible para personas con movilidad reducida desde su entrada.

Respecto a Lliria, la localidad cuenta con una excelente oferta turística que ayuda a posicionar la ciudad en la mente de los futuros visitantes como destino a visitar. Por otro lado, quienes ya la hayan visitado y hayan quedado contentos pueden volver a ella aprovechando los nuevos productos.

Oportunidades (factores externos):

En general, para todos los yacimientos, encontramos como una oportunidad el auge del Turismo Cultural, de las rutas culturales –en general– y de las rutas íberas –en particular– que analizamos en los primeros capítulos de este Trabajo de Fin de Máster. La importancia que cobra el Turismo Cultural supone un empuje a las localidades donde hay vestigios íberos.

Otra oportunidad para todos los yacimientos es el interés por los paisajes culturales, las construcciones populares y las actividades de esparcimiento en la naturaleza. Para este fin es recomendable la instalación de paneles con información de la flora y la fauna del lugar, así como repintar las señales de los senderos locales (SL).

5.7 Propuesta de mejoras

Con el diagnóstico facilitado gracias al análisis DAFO, hemos concretado una serie de propuestas de mejoras como paso previo al desarrollo de los Productos Turístico-Culturales y que consideramos facilitan el diseño y el buen desarrollo de los mismos.

Respecto a la preparación de los yacimientos íberos destacamos:

Adecuación y limpieza de los yacimientos: Como se ha analizado en las Fichas de Evaluación de Yacimientos, es necesario en los yacimientos lirianos –en especial en Castellet de Bernabé– el desbrozado de algunas zonas, la adecuación de los accesos y la sustitución de aquellos pasamanos oxidados por otros materiales que se integren a la perfección en el medio, como por ejemplo, la madera.

Adecuación de la señalética: Otra de las observaciones destacadas de los yacimientos es la importancia de una buena señalética, tanto en los accesos para indicarnos cómo llegar hasta el lugar, como en los mismos yacimientos. Dado que los vestigios íberos se encuentran en entornos naturales, una forma de revalorizarlos y

aumentar la calidad de su interpretación sería la de añadir carteles relacionados con el medio que se habitaba.

Creación de códigos de barras bidimensionales (QR): Es un sistema muy económico que permite almacenar información codificada dentro de un pequeño cuadrado y que necesita de un teléfono móvil para escanearlo y acceder a la información. Estos códigos QR pueden distribuirse en los yacimientos para facilitar la interpretación por diferentes estancias, descubriendo poco a poco aspectos de los yacimientos a modo de pistas y son complementarios a la señalética tradicional.

Elaboración de un programa de Interpretación del patrimonio: La Interpretación del patrimonio facilita el uso social del mismo a través de diferentes estrategias para ofrecer diferentes lecturas a los segmentos de público que lo visiten. La interpretación es la base de un producto turístico de calidad y experiencial, pues conecta con las personas satisfaciendo sus necesidades y motivaciones a la vez que respeta el territorio, es decir, es sostenible con el uso de los recursos patrimoniales y la población local del lugar (Ballart y Juan i Tresserras, 2010). Será necesario diseñar un programa de interpretación adaptado a cada segmento de demanda.

Medidas de control: Es necesario establecer algunas medidas de control para la conservación del patrimonio como un estudio de la capacidad de carga, número de personas máximo permitidos, para que ni el yacimiento ni su entorno puedan verse afectados. No debemos olvidar que trabajamos con un recurso único y delicado como es un yacimiento arqueológico y es importante conservar no solo su importancia histórica, sino también la cultural y simbólica (Velasco, 2009), por ello, se debe educar a todos los visitantes en el valor y respeto por el patrimonio, incluyendo en la interpretación aspectos de la cultura ibera ligándolos a nuestro presente, además de aspectos más físicos, como indicar por dónde y no debemos transitar, el no tirar desperdicios o no arrancar flores o plantas de los alrededores.

Respecto a planificación de los Productos Turístico-Culturales:

Elaboración de un acuerdo con la Asociación de Comerciantes de Moncada: Es necesario un acuerdo en el cual se incluyan los negocios de restauración para diseñar menús tradicionales como ocurre en Llíria con el “Menú Llíriano”. Consideramos, en general para Llíria y Montcada, que es importante la elaboración de un “Menú íbero”, tal como se ofrece en las Jornadas íberas que ofertan los yacimientos de La Bastida de

les Alcusses, El Puntal dels Llops y Kelin. También es importante la degustación de otros productos típicos provenientes –en el caso moncadense– de la huerta.

Elaboración de acuerdos con las empresas de servicios y actividades turísticas y de naturaleza: En los alrededores de Lliria y Montcada existe la posibilidad de descubrir el entorno paisajístico gracias a empresas de actividades deportivas y culturales en el medio ambiente. Es necesario establecer lazos con ellas para la creación de los Productos Turístico-Culturales y que nos ofrezcan precios especiales para empaquetar los diferentes recursos y servicios.

Elaboración y edición de guías-trípticos: En concreto para el yacimiento de Tòs Pelat (Montcada). Este es el formato que trabajan los yacimientos íberos lirianos, Aparecen escritos en valenciano, castellano e inglés. Incluyen una reseña y una planta del recinto con leyendas. Es una buena opción para acompañar la visita, promocionar el yacimiento en oficinas de turismo o *stands* de ferias y su costo es reducido. Los trípticos deberían contar con la imagen-logo de la Ruta Ibers València (ésta no figura en los trípticos lirianos). En el caso de los yacimiento del Puntal dels Llops (Olocau) y La Bastida de les Alcusses (Moixent) hay una propuesta de folleto diseñada, con mapa de situación, breve reseña histórica con fotografías e información del entorno natural. Éste sería el formato perfecto.

Inversión en tecnología, la realidad aumentada: Aconsejamos invertir en un futuro en esta herramienta tecnológica, apta para espacios expositivos como el Museo Arqueológico de Montcada o el Museo Arqueológico de Lliria (MALL), y que permite la reconstrucción virtual y la obtención de modelos tridimensionales de esculturas y objetos capaces de mostrar al visitante unos contenidos de enfoque lúdico y racional (Ruiz, 2013). Estas herramientas son bienvenidas por el público más joven –al ser una generación de nacidos digitales– y por las personas menos entendidas en la materia, y a las que el prejuicio de no comprender lo que van a ver les impide visitar un yacimiento.

Creación de una página web y un perfil en redes sociales: La puesta a punto de un página de Facebook y una cuenta de Twitter a nivel general de la Ruta dels Ibers València para difundir los Productos Turístico-Culturales, los talleres para escolares y las Jornadas íberas son un método eficaz y económico de promoción.

Medidas de evaluación: Las medidas de evaluación nos informarán de la satisfacción de las personas que nos visitan. Para ello es necesario diseñar un documento que nos permita recoger la percepción del público tras la visita estimando la respuesta del público (si han demostrado interés), realizando encuestas de opinión al

finalizar la actividad o un cuestionario de contenidos, el cual nos ayuda a averiguar si el mensaje interpretativo ha sido percibido de forma adecuada (Morales, 2001). El uso de redes sociales, es –en la actualidad– uno de los mejores métodos de evaluación de la actividad y prescripción del producto por parte de los visitantes.

Algunas de estas propuestas de mejoras son perfectamente recomendables para todos los yacimientos que conforman la Ruta Ibers València, más aun teniendo en cuenta que se necesitan unas características identificativas mínimas bajo el paraguas de la marca-logo. En concreto, éstas son las medidas referentes a la aplicación tecnológica y códigos QR, las medidas de control y evaluación tras la consecución de las actividades que proponen los productos, la elaboración de acuerdos con las empresas de servicios y actividades turísticas o de naturaleza, y la adecuación de la señalética.

5.8 Diseño de Productos Turístico-Culturales

Para diseñar la propuesta de Productos Turístico-Culturales en los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria) se han tenido en cuenta todos los aspectos desarrollados a lo largo de este Trabajo de Fin de Máster. Tanto la base teórica (evolución y auge del Turismo Cultural y las características del producto) como el análisis de los datos más prácticos (evaluación de los yacimientos y la concreción de unos perfiles de demanda), han supuesto los cimientos de los mismos.

Los Productos Turístico-Culturales están pensados para grupos, desde los más reducidos (familias o grupos de amigos desde 5-6 personas), hasta grupos más numerosos. Para que puedan participar las personas de modo individual sin necesidad de ir acompañadas de unos cuantos familiares o amigos, se establecerá un calendario de fechas específicas, una vez al mes, para que todos aquellos que lo deseen puedan concertar cita con el yacimiento correspondiente y apuntarse, garantizando la formación de un grupo. Esta previsión resultará muy útil al equipo de trabajo, pues permitirá la preparación de los materiales y el discurso interpretativo según edad y segmento de visitantes.

Los diferentes Productos se han diseñado según un formato de fichas, lo que facilita su comprensión esquematizando la información según una serie de ítems.

FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL

YACIMIENTO: Tòs Pelat (Montcada)

NOMBRE DE PRODUCTO: Tòs Pelat, historia y ecosistema

PLANIFICACIÓN

DURACIÓN	TEMPORADA
1 día	Recomendable en primavera, verano y otoño.

SEGMENTO DE MERCADO AL QUE SE DIRIGE
<p>El eco-deportivo* / El curioso/ El entendido.</p> <p>Esta ruta está pensada para personas con inquietudes y que desean aprender aspectos prácticos del lugar que visitan y en cierto modo, tener cierta autonomía en el aprendizaje.</p> <p>*El recorrido podría realizarse también en bici.</p>

DESCRIPCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
<p>La ciudad íbera de Tòs Pelat se halla en la loma del mismo nombre y representa un hábitat de alto valor ecológico muy diferente al característico de la comarca en la cual nos situamos: l'Horta Nord.</p> <p>El paraje del Tòs Pelat conserva un frágil ecosistema conformado por cultivo se secano y plantas aromáticas, diversas especies vegetales (algunas endémicas y raras) y fauna salvaje como pequeños vertebrados y zorros.</p> <p>Adéntrate en el territorio donde se asentaron los íberos en el s. VI a.C y descubre los usos y almacenamientos de algunas de las especies con las que se alimentaban y comerciaba.</p>	<p>Descubrir el ecosistema de Tòs Pelat apenas transformado por la mano del hombre</p> <p>Conocer el uso de plantas y frutos por parte de los íberos que habitaron este territorio.</p> <p>Conocer métodos de extracción y transformación de frutos y semillas en época íbera.</p>

PROPUESTA
<p>Mañana:</p> <p>Salida a la 10:00 h (9:00 en verano) desde Moncada para realizar un recorrido guiado por la senda de interés botánico "Ruta Cavanilles" hasta llegar a la ciudad íbera de Tòs Pelat, donde descubriremos qué especies recolectaban los íberos y cómo éstas eran procesadas. Se entrega de un cuaderno para completar durante el recorrido a través de la observación de las diferentes especies, plantas de uso medicinal y árboles frutales.</p> <p>Ruta Circular de 5.84 km.</p> <p>Almuerzo Menú Íbero.</p> <p>Tarde:</p> <p>La visita se completará con la visita al Museo Arqueológico Municipal de Moncada donde se conservan piedras de molino, vasijas para el almacenamiento de alimentos y semillas carbonizadas ¡de hace 2500 años! Completaremos nuestro cuaderno botánico.</p>

ORGANIZACIÓN	ALIANZAS/ SINERGIAS	MATERIALES
Museo Arqueológico de Montcada. Ayuntamiento de Montcada.	Restaurantes. Empresas de alquiler de bicicletas. Guías yacimiento.	Cuadernos de trabajo. Lapiceros. Gomas de borrar.

OBSERVACIONES	COSTE POR PERSONA
<p>La posibilidad de realizarse en bicicleta es para contratarlo todo el grupo igual. En ese caso los precios serán los que marquen las empresas de alquiler de bicicletas si no se traen bicis propias.</p> <p>En verano puede realizarse toda la propuesta en una mañana al comenzar antes, cambiando el orden de la visita al Museo antes del Menú Íbero.</p>	<p>Acceso al yacimiento gratuito. Menú Íbero, coste aproximado: 12 € Materiales papelería: 2.50 €</p>

FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL

YACIMIENTO: Tòs Pelat (Montcada)

NOMBRE DE PRODUCTO: La ciudad íbera del mar

PLANIFICACIÓN

DURACIÓN	TEMPORADA
1 día	Recomendable todo el año.

SEGMENTO DE MERCADO AL QUE SE DIRIGE
El contemplativo/ El curioso/ El entendido/ El eco-deportista. Esta propuesta narrativa puede ser interesante para todos los segmentos por las diferentes localizaciones que ofrece.

DESCRIPCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
<p>Los íberos de Tòs Pelat basaron su economía en el comercio y distribución de mercancías con los pueblos que arribaban desde el Mar Mediterráneo: griegos, fenicios y púnicos. Levantada frente a las marismas (hoy la Huerta valenciana) la ciudad mantenía una estrecha relación a través de la vía Heráclea con otro asentamiento íbero y marítimo: Arse (Sagunto).</p> <p>Este recorrido rememora la importancia de los asentamientos marítimos y el mar como vía de comunicación y riqueza.</p>	<p>La originalidad de hilar el yacimiento íbero (propio de zonas de interior) con el mar.</p> <p>El relato a través de la rica cerámica procedente de diferentes puntos del Mediterráneo.</p>

PROPUESTA
<p>Mañana:</p> <p>Salida a las 10:00 h desde Montcada por el Camí Ibéric dels Fornets, donde podemos observar las carriladas de piedra por donde circulaban los carros. Llegada y visita guiada al yacimiento de Tòs Pelat donde descubrirás el florecimiento y la importancia estratégica y comercial que tuvo la ciudad durante los siglos VI y IV a.C. siendo una de los ejemplos de asentamientos íberos más antiguos.</p> <p>Posterior visita guiada al Museo Arqueológico Municipal de Montcada, donde se conservan multitud de ánforas de diferentes tipologías y restos de cerámica ática de figuras rojas, ejemplos de las intensas relaciones comerciales.</p> <p>Almuerzo Menú Íbero.</p> <p>Tarde:</p> <p>Traslado por cuenta propia a Grau Vell (Puerto de Sagunto) emplazamiento donde se situó uno de los pocos asentamientos de principio de la cultura íbera enclavado junto al mar.</p> <p>Visita al Museo Arqueológico de Sagunto (MUHSAG), el cual cuenta también con restos de cerámica y escultura íbera.</p>

ORGANIZACIÓN	ALIANZAS/SINERGIAS
Museo Arqueológico Municipal de Montcada. Museo Arqueológico de Sagunto (MUHSAG). Ayuntamiento de Montcada.	Restaurantes. Museo Arqueológico Municipal de Montcada. Museo Arqueológico de Sagunto (MUHSAG). Guías yacimiento.

OBSERVACIONES	COSTE POR PERSONA
Apta para grupos que vengan en su propio bus.	Acceso yacimiento gratuito. El Menú Íbero, coste aproximado: 12 € Museos gratuitos.

FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL

YACIMIENTO: Tòs Pelat

NOMBRE DE PRODUCTO: Descubre la Arqueología

PLANIFICACIÓN

DURACIÓN	TEMPORADA
1 día	Recomendable todo el año

SEGMENTO DE MERCADO AL QUE SE DIRIGE
El curioso/ El entendido

DESCRIPCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
El Museo Arqueológico de Montcada conserva y expone las diferentes piezas cerámicas, enseres personales y herramientas de trabajo halladas en Tòs Pelat. La última incorporación será el Plomo, un elemento con escritura íbera, posiblemente un documento administrativo. Tòs Pelat está pendiente de futuras excavaciones y por tanto de hallar nuevos tesoros del pasado.	Acercar la arqueología al público, desmitificando la imagen que el cine ha lanzado sobre ella. Aprender aspectos relacionados de su metodología, aprender a catalogar objetos. Inculcar la importancia de la arqueología.

PROPUESTA
<p>Mañana: Salida a las 10:00 h desde Montcada por el Camí Ibéric dels Fornets, donde podemos observar las carriladas de piedra por donde circulaban los carros. Llegada y visita guiada al yacimiento de Tòs Pelat desde el punto de vista de una excavación arqueológica, sus fases y equipo de trabajo. La visita se apoyará con códigos QR que nos mostrarán fotografías de las excavaciones, aproximándonos a una idea más veraz del trabajo desempeñado por un equipo de arqueólogos y los hallazgos.</p> <p>Taller en el Museo Arqueológico de Montcada, de la mano de su arqueólogo municipal, donde trabajaremos con réplicas empleando técnicas de limpieza y catalogación de las mismas. Rellenaremos una ficha de catalogación de un objeto cerámico y asimilaremos los conceptos aprendidos en la visita al yacimiento.</p> <p>Almuerzo Menú Íbero.</p> <p>Tarde: Visita con guía local por Montcada para descubrir la evolución de la población desde tiempo de los iberos a través de sus vestigios islámicos (casa Andalusí), Iglesia de San Jaime o el Mercat Vell.</p>

ORGANIZACIÓN	ESTABLECIMIENTOS A INVOLUCRAR	MATERIALES
Museo Arqueológico de Montcada. Ayuntamiento de Montcada.	Restaurantes. Empresas de guías locales.	Fichas catalogación Lápices y bolígrafos. Gomas de borrar.

OBSERVACIONES	COSTE POR PERSONA
Muy interesante para grupos de Bachillerato y estudiantes de Historia que quieran especializarse en Arqueología.	Acceso yacimiento gratuito. Materiales: 2.50 € El Menú Íbero, coste aproximado: 12 € Guía local: 6 €

FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL

YACIMIENTO: Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria).

NOMBRE DE PRODUCTO: Un paisaje íbero para recorrer.

PLANIFICACIÓN

DURACIÓN	TEMPORADA
1 o 2 días	Recomendable todo el año.

SEGMENTO DE MERCADO AL QUE SE DIRIGE
El eco-deportista. Pensado para excursionistas que desean moverse a su aire, en compañía de amigos o familia, completando la jornada senderista con otros alicientes.

DESCRIPCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
<p>La Concordia es un paisaje cultural de excepcional valor medioambiental en las estribaciones de la Sierra Calderona, ejemplo de monte mediterráneo donde abunda el pino, la encina y las plantas aromáticas, hábitat de liebres, zorros y águila blanca.</p> <p>El tiempo se detuvo en la Concordia, los íberos levantaron en el s. IV a.C el Castellet de Bernabé, un caserío amurallado en lo alto de un montículo, desde donde controlaban visualmente los límites de su territorio y la explotación agraria que desarrollaron.</p> <p>Te invitamos a descubrir este paraje cultural, en el que con el paso de los siglos fueron surgiendo “bodegas”, aldeas pétreas que continuaron trabajando la tierra que explotaron los antiguos íberos.</p>	<p>Descubrir el paisaje cultural de La Concordia, de gran valor ecológico y etnológico.</p> <p>Recorrer los yacimientos íberos de Castellet de Bernabé de la antigua Edeta y el Museo Arqueológico MALL.</p> <p>Recorrido guiado por Llíria.</p> <p>Degustar nuestro aceite y embutidos.</p>

PROPUESTA
<p>Mañana:</p> <p>Posibilidad de recorrer acompañados por un guía un tramo de la Ruta circular del Cavalló de l’Olivera. (Sendero PR CV-258). Desde Casa de Campo. Dificultad: media. El sendero discurre por lomas, pinares, bodegas y aljibes. Interés paisajístico e histórico.</p> <p>Incluye visita al yacimiento íbero Castellet de Bernabé. Con posibilidad de ser también guiada.</p> <p>Tarde:</p> <p>Posibilidad de almuerzo Menú Íbero en Llíria.</p> <p>Visita guiada para recorrer los monumentos en torno a la Plaza Mayor de Llíria.</p> <p>Tras la jornada toca reponer fuerzas degustando aceite ecológico y embutidos artesanales en los comercios locales con el sello de calidad “<i>Aliments tradicionals de Llíria</i>”. Posibilidad de compra.</p> <p>Si decides quedarte a dormir, al día siguiente te esperan más aventuras en Llíria.</p>

Mañana:

Visita guiada al yacimiento íbero de Tossal de Sant Miquel-Edeta, antigua capital íbera del territorio edetano y desde la que podrás admirar la impresionante panorámica que se extiende a sus pies, la rica Huerta de Lliria y su planicie hasta el mar, para conocer la importancia estratégica que tuvo Edeta.

Continuamos la visita guiada al Museo Arqueológico de Lliria (MALL) donde podrás descubrir algunos de los hallazgos recuperados en los numerosos yacimientos lirianos.

ORGANIZACIÓN	ALIANZAS/ SINERGIAS
<i>Tourist Info</i> Lliria Ayuntamiento de Lliria.	Restaurantes. Comercios de alimentación tradicional. Guías locales. Alojamientos.

OBSERVACIONES	COSTE POR PERSONA
Tanto la Ruta Cavalló de l'Olivera como el yacimiento de Castellet de Bernabé pueden realizarse sin guía. En ese caso hay acudir a la <i>Tourist Info</i> de Lliria para recoger las llaves de acceso. El almuerzo es también opcional, ya que depende de la duración que dediquen a la ruta senderista.	Acceso yacimientos gratuitos. Guía para Ruta Cavalló de l'Olivera + Castellet de Bernabé: 10 € Visita guiada Lliria + Degustación "Aliments tradicionals de Lliria" 9 € Menú íbero: 12 € Visita guiada Tossal de Sant Miquel: 6 € MALL:: 1.50 €

FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL

YACIMIENTO: Castellet de Bernabé (Llíria)

NOMBRE DE PRODUCTO: Aventura Íbera

PLANIFICACIÓN

DURACIÓN	TEMPORADA
1 o 2 días	Recomendable todo el año.

SEGMENTO DE MERCADO AL QUE SE DIRIGE
El ecologo-deportista. Pensado para excursionistas que desean moverse a su aire, en compañía de amigos o familia, completando la jornada senderista con otros alicientes.

DESCRIPCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
<p>La Concordia es un paisaje cultural de excepcional valor medioambiental en las estribaciones de la Sierra Calderona, ejemplo de monte mediterráneo donde abunda el pino, la encina y las plantas aromáticas, hábitat de liebres, zorros y águila blanca.</p> <p>El tiempo se detuvo en la Concordia, los íberos levantaron en el s. IV a.C el Castellet de Bernabé, un caserío amurallado en lo alto de un montículo, desde donde controlaban visualmente los límites de su territorio y la explotación agraria que desarrollaron.</p> <p>Te invitamos a descubrir este paraje cultural, en el que con el paso de los siglos fueron surgiendo “bodegas”, aldeas pétreas que continuaron trabajando la tierra que explotaron los antiguos íberos.</p>	<p>Experimentar el paisaje cultural de La Concordia y la variedad de tierras de cultivo lirianas, a través de una ruta senderista, vuelo en globo o paseos a caballo.</p> <p>Recorrer el yacimiento íbero de Castellet de Bernabé, caserío agrario entre las montañas de La Concordia.</p> <p>Recorrido guiado por Llíria.</p> <p>Degustar aperitivo Íbero.</p>

PROPUESTA
<p>Mañana:</p> <p>Recorrer un tramo de la Ruta circular del Cavalló de l’Olivera. (Sendero PR CV-258) Desde Casa de Campo. Si se quiere realizar el total, la distancia son: 18,25 km. Duración: 6h. Dificultad: media. El sendero discurre por lomas, pinares, bodegas y aljibes. Interés paisajístico e histórico.</p> <p>Visita guiada por el yacimiento íbero Castellet de Bernabé. Acceso gratuito.</p> <p>Tarde:</p> <p>Recorrer los monumentos en torno a la Plaza Mayor de Llíria con una visita guiada.</p> <p>Tras la jornada puedes reponer fuerzas degustando un Aperitivo Íbero.</p> <p>Si decides quedarte a dormir, el domingo te esperan más aventuras en Llíria.</p>

Mañana (a elegir entre):

Vuelo en globo aerostático. Mínimo 8 personas. Sobrevolando la zona entre Lliria y Casinos. La actividad comienza a las 8:00 h y finaliza a las 12:00 h. La actividad incluye: actividad: Desayuno, viaje en globo, transporte durante la actividad, almuerzo típico, brindis con cava, diploma, imágenes de la actividad.

O bien:

Iniciación a la equitación con paseo a caballo por la Ruta Equestre Lliria-Montañas de la Concordia, donde descubrirás la dualidad de tierras de cultivo (secano y regadío).

ORGANIZACIÓN	ALIANZAS/ SINERGIAS
<i>Tourist Info</i> Lliria. Ayuntamiento de Lliria.	Restaurantes con “Menú lliriano”. Comercios de alimentación tradicional. Alojamientos. Totglobo. Centros Hípicos: Caballos Navarro y Hermanos Esteban.
OBSERVACIONES	COSTE POR PERSONA
La visita al yacimiento íbero Castellet de Bernabé puede realizarse por libre o guiada. En caso de ser libre acudir a la <i>Tourist Info</i> de Lliria para recoger las llaves de acceso a Castellet de Bernabé.	Acceso yacimiento gratuito. Visita guiada Castellet de Bernabé: 6 € “Menú lliriano”: 12 € Paseo en globo: 165 € Paseos a caballo: 20 € Visita guiada LLiria + Degustación Íbera: 9 €

FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL

YACIMIENTO: Tossal de Sant Miquel y Castellet de Bernabé (Llíria)

NOMBRE DE PRODUCTO: Gastroiber

PLANIFICACIÓN

DURACIÓN	TEMPORADA
1 día	Primavera y otoño.

SEGMENTO DE MERCADO AL QUE SE DIRIGE
El contemplativo/ El curioso/ El entendido.

DESCRIPCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
Los íberos ubicaban sus ciudades y fortines en lo alto de cerros y mesetas, construyendo ciudades base desde donde controlaban caminos naturales y las redes comerciales desde donde recibían y distribuían, entre otros productos, alimentos. En la planta baja de sus viviendas se realizaban entre otras actividades, la molienda de cereal, la prensa del olivo y la elaboración de vino. Te proponemos un viaje gastronómico en el tiempo.	Descubrir la relación histórica entre el hombre y su territorio a través de la explotación agraria y la alimentación, enfocada a través de los íberos. Degustar y comprar gastronomía local. Degustar el Menú Íbero.

PROPUESTA
<p>Mañana</p> <p>Presentación a las 10 h en la <i>Tourist Info</i> para recoger la información-guía. Visita guiada al yacimiento íbero de Tossal de Sant Miquel, antigua capital del territorio edetano, donde conoceremos cómo cultivaban y procesaban los alimentos.</p> <p>Continuamos la visita guiada al Museo Arqueológico de Llíria (MALL) donde podrás descubrir algunos de los hallazgos recuperados en los numerosos yacimientos lirianos.</p> <p>Almuerzo en restaurante del Menú Íbero que recoge platos basados en los alimentos cultivados por los íberos.</p> <p>A las 16:30 Traslado por cuenta propia para realizar la visita guiada al yacimiento íbero Castellet de Bernabé. Caserío donde residía la familia encargada del cultivo de las tierras del Paraje de La Concordia y donde encontramos una prensa de aceite.</p> <p>Rellenaremos un cuaderno de trabajo a lo largo de toda la jornada que nos permitirá reconocer vasijas contenedoras y los alimentos que almacenaban.</p> <p>Tras la jornada podrás comprar en Llíria los comercios locales “<i>Aliments tradicionals de Llíria</i>”.</p>

ORGANIZACIÓN	ALIANZAS/ SINERGIAS	MATERIALES
<p><i>Tourist Info.</i></p> <p>Ayuntamiento de Lliria.</p>	<p>Restaurantes con Menú Íbero.</p> <p>Comercios de alimentación tradicional con sello “<i>Aliments tradicionals de Lliria</i>”.</p> <p>Cooperativa liriana.</p>	<p>Cuaderno de trabajo.</p> <p>Lapiceros.</p> <p>Gomas de Borrarr.</p> <p>Folletos- guías de apoyo.</p>

OBSERVACIONES	COSTE POR PERSONA
<p>Acudir a la <i>Tourist Info</i> de Lliria para la presentación y recibir los folletos-guías.</p>	<p>Acceso yacimientos gratuito.</p> <p>Guía local para los dos yacimientos + entrada MALL: 12€</p> <p>Menú Íbero: 12 €</p> <p>Material papelería: 2.50 €</p>

Es recomendable, además de la implementación de estos Productos Turístico-Culturales, la celebración de las exitosas Jornadas íberas que tienen lugar en los yacimientos de La Bastida de les Alcusses (Moixent), El Puntal dels Llops (Olocau) y Kelin (Caudete de las Fuentes) y que se celebran una vez al año. Estas se celebrarían siguiendo criterios semejantes a las mencionadas, incluso realizando acciones conjuntas entre los yacimientos de localidades próximas, como ocurre entre Olocau y Lliria, ofreciendo, por ejemplo, actividades complementarias entre los dos.

5.9 Plan de Difusión y acciones promocionales

Uno de los objetivos del diseño de Productos Turístico-Culturales es la Difusión del Patrimonio Arqueológico, un concepto que consideramos conveniente aclarar por la importancia que tiene. Cuando hablamos de difusión encontramos dos acepciones, siendo la primera la relacionada con la comunicación a través de herramientas como la promoción: “La difusión del patrimonio cultural adopta básicamente la forma de publicidad, folletos, Internet y relaciones públicas” (Camarero y Garrido, 2008:217). La segunda acepción, es la que establece la difusión como el conjunto de acciones encaminadas no sólo a comunicar, sino a “estimular, hacer reflexionar, provocar y comprometer” (Ballart y Juan i Tresserras, 2010:171). Para ello es necesario explorar las posibilidades de los yacimientos permitiendo –en nuestro caso–:

Accesibilidad física: Implica desde una pista en condiciones para acceder al yacimiento hasta pasarelas o pasamanos donde sea necesario.

Accesibilidad divulgativa: Mediante paneles explicativos, publicaciones e Interpretación del patrimonio.

Accesibilidad cultural: Complementando los yacimientos con otras actividades culturales.

Centrándonos en la difusión como comunicación del Patrimonio Cultural, es necesario trabajar en dos sentidos. Uno interno, atendiendo a la relación entre trabajadores y redes de agentes involucrados en la creación y puesta en marcha de los Productos Turístico-Culturales. Y otro externo, encaminado a dar a conocer la riqueza arqueológica íbera de la provincia de Valencia, estimulando la conciencia colectiva patrimonial y atrayendo la demanda potencial a los yacimientos.

Respaldados por la imagen-logo de la Ruta dels Ibers València, las acciones comunicativas externas se realizaran a través de las siguientes herramientas:

Medios *online*:

- Página web general de la Ruta (recordemos, no hay una página web definitiva en este momento) en la que además de figurar información de los yacimientos y cómo acceder, se promocionen los productos diseñados así como actividades ya en acción como las Jornadas íberas.
- Redes Sociales. Para ello, será necesario la creación de un perfil general de la Ruta dels Ibers València, donde se promocionen también productos y actividades.

Dentro de los medios *online*, aprovecharemos los siguientes recursos ya existentes:

- Museu de Prehistòria de València, a través de su página web.
- Portales web de los Ayuntamiento de Lliria y Montcada, así como en la web y App Moncada Turística.
- València Turisme, la pagina web del Patronato Provincial de Turismo.
- Página web de Turisme de la Generalitat Valenciana.
- Portal Red Arqueotur.
- Portal España es Cultura/*Spain is Culture*.
- Página web de Metro Valencia.

Medios *offline*:

- Notas de prensa en los diarios locales, comarcales y propios de la Comunidad Valenciana.
- Alojamientos próximos y restaurantes de Lliria y Montcada con los cuales se colabore en la puesta en marcha de los Productos Turístico-Culturales.
- Folletos o trípticos depositados en las *Tourist Info* de las comarcas próximas a los yacimientos, así como la *Tourist Info* de la ciudad de Valencia.
- Ferias de Turismo de Interior y Rural a nivel provincial y nacional.

5.10 Presupuesto

La Economía de la Cultura es un término cada vez más empleado y tenido en cuenta en el mundo de la Gestión Cultural. Se trata de una rama de la Economía aplicada a la actividad cultural, la cual, en el Estado español, se ha caracterizado por mantenerse gracias a las subvenciones y partidas del presupuesto público destinado a tal efecto, permitiendo así el derecho de acceso a la cultura para todos los ciudadanos, tal como recoge el artículo 44 de la Constitución Española de 1978⁹¹.

En los últimos años caracterizados por los ajustes y debates en torno a la cultura, se hace más necesario –si cabe– la aplicación de métodos y herramientas que optimicen el desarrollo de los proyectos culturales. La planificación y gestión de un ente cultural no tiene exactamente los mismos objetivos que un proyecto emanado desde cualquier empresa privada, porque la aspiración máxima de esta última es la de obtener un rendimiento económico, frente a la institución pública en el que “la gestión de la actividad cultural se desarrolla con objetivos que no se materializan en un objetivo económico, aunque la actividad desarrollada comporte en la mayor parte de los casos gastos e ingresos” (Sánchez, 2014⁹²). En los proyectos culturales intervienen –por tanto– otros objetivos, como son la difusión de la cultura, la conservación de los bienes culturales y la educación de la ciudadanía. Todos ellos, deberán tenerse en cuenta en la planificación cultural.

El diseño de los Productos Turístico-Culturales que hemos realizado conlleva un desembolso económico para su puesta en funcionamiento. La realización de un presupuesto o valoración económica es, por esta razón, una parte importante a la hora de diseñar los productos, pues permite planificar de antemano los recursos de los que disponemos, los que vamos a necesitar y el costo total de su gestión. Un presupuesto es una herramienta de planificación y nos ayuda a tener presente en todo momento el control de los gastos que se van sucediendo. Éste debe estar bien detallado y ser exhaustivo para no encontrarnos con inconvenientes y gastos extras durante el desarrollo del trabajo. Otra de las características que posee la elaboración de un presupuesto, es que también nos ayuda a valorar el esfuerzo que se ha empleado en la planificación cultural y los pequeños elementos que componen un proyecto –a veces

⁹¹Documento de consulta de la Constitución Española de 1978 en la página web del Congreso de los Diputados: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=44&tipo=2>

⁹² Extraído del *Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural*. Documento web que figura en la Bibliografía.

invisibles de para el consumidor final—, dando cuenta de los pasos dados en su gestión⁹³.

Nuestro proyecto de Productos Turísticos-Culturales no tienen entre sus objetivos el beneficio económico del mismo, sino, como expusimos en la definición de producto, dentro de este capítulo 5, se persigue, entre otras metas, la atracción de visitantes, el establecimiento de redes y sinergias y la repercusión económica en el territorio donde se encuentran los yacimientos. Todo ello implica que la planificación y desarrollo de estos productos van a generar una serie de gastos que no tendrán un coste parejo para el visitante, ya que la Administración Pública destinará líneas especiales de subvención (tal como comentamos en apartados anteriores).

Los yacimientos íberos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Lliria), junto con el resto de yacimientos que forman la Ruta dels Ibers València están declarados Bien de Interés Cultural (BIC) por la Generalitat Valenciana⁹⁴. En estos momentos no se cobra entrada por la visita a los mismos ni por participar en las actividades y visitas guiadas a grupos que se ofrecen como motivo de eventos especiales. Por esta razón, en la planificación de los Productos Turístico-Culturales expuestos no contemplamos tampoco esta posibilidad. En cambio, algunos de los servicios que van a complementar los recursos arqueológicos para la creación de los Productos Turístico-Culturales sí tienen un costo que los entes públicos no van a asumir, como por ejemplo los gastos en restauración o alojamiento. Por tanto, algunas de las propuestas tienen un pequeño coste para el turista que cubre esos gastos. Estos aparecen detallados en las Fichas de Productos Turístico-Culturales que hemos adjuntado antes, en la casilla “coste por persona”.

Para la elaboración de un presupuesto óptimo, se deben reflejar tanto los ingresos estimados como los costos del proyecto a desarrollar. Como comentamos en apartados anteriores, la Ruta dels Ibers València se encuentra a la espera de recibir una línea de subvenciones por parte de la Diputación de Valencia y a lo largo de 2016 están pendientes acciones (las cuales, desconocemos su importe) de mejoras en el yacimiento de Tossal de Sant Miquel (Lliria). Otra fuente de ingresos pueden ser las partidas que destine cada consistorio y que ha sido imposible averiguar en este trabajo. Estos

⁹³ Esta definición de características de un presupuesto fue aportada por Francesc Cabañés Martínez, dentro de la asignatura Sistemas de Evaluación, Calidad y Gestión de Presupuestos, del Máster Interuniversitario en Gestión Cultural UV-UPV, noviembre de 2013.

⁹⁴ Esta categoría jurídica representa el máximo nivel de reconocimiento y protección dentro de Ley 4/1998, de 11 de junio, de la Generalitat Valenciana, del Patrimonio Cultural Valenciano.

presupuestos de carácter local deben ser aprobados por el Pleno del ayuntamiento correspondiente y tienen una validez anual. La aprobación de un presupuesto conlleva una serie de derechos y principios establecidos en las Bases de ejecución presupuestaria⁹⁵. Otras líneas de apoyo económico pueden provenir de la Generalitat Valenciana, en concreto el Programa 1: Adecuación y puesta en valor turístico de los recursos para el “Apoyo a la financiación de proyectos de inversión que tengan como objeto la mejora competitiva de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de la modernización y puesta en valor de sus recursos”⁹⁶, y el Programa 4: Mejora de la señalización turística para el “Equipamiento y reposición de la señalización turística de los municipios de la Comunitat Valenciana”⁹⁷. Las partidas oscilan entre los 20 000 y los 100 000 euros no subvencionando más de un 50% del total del presupuesto para las localidades superiores a 20 000 habitantes.

Tras no poder aportar más datos referentes a los ingresos procedentes de financiación y ayudas, pasamos a realizar una estimación del costo de las medidas propuestas y los Productos Turístico-Culturales diseñados en este Trabajo de Fin de Máster. Para ello existen diferentes formas de clasificar los gastos, según la fase del proyecto, por costes directos e indirectos, o por costes fijos y variables (Sánchez, 2014). Para nuestra elaboración, nos basaremos en las indicaciones de Francesc Cabañés, donde encontramos diferentes partidas de gastos categorizadas según grupos:

1. **Recursos Humanos:** Se trata del personal que necesitamos contratar para llevar a cabo este proyecto.

En el caso de los yacimientos de Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria), el control de accesos y la contratación de las visitas se organiza desde el equipo de trabajadores de la oficina de la *Tourist Info*, por tanto, en este caso no es necesario contratar más personal.

En el caso del yacimiento de Tòs Pelat (Montcada) la situación es más complicada, pues recae en la figura del arqueólogo municipal la realización de las visitas guiadas y la atención y trabajo del Museo Arqueológico Municipal de Montcada. Es por tanto necesario la contratación de más personal, en concreto un profesional con experiencia y formación apta para la correcta Interpretación

⁹⁵ Según la exposición de Francesc Cabañés Martínez, dentro de la asignatura Sistemas de Evaluación, Calidad y Gestión de Presupuestos, del Máster Interuniversitario en Gestión Cultural UV-UPV, noviembre de 2013.

⁹⁶ Pueden consultarse sus bases en: http://www.gva.es/es/inicio/procedimientos?id_proc=2688#p_0

⁹⁷ Pueden consultarse sus bases en: http://www.gva.es/es/inicio/procedimientos?id_proc=17967

del patrimonio, y bajo las órdenes del arqueólogo coordinador. Este puesto entra de la categoría profesional del Grupo 2-Especialista (regulado en el Convenio Colectivo del Sector de Arqueología de la Comunidad Valenciana, año 2013⁹⁸) que ocuparía el puesto de Intérprete Cultural.

2. **Servicios externalizados:** Se trata de la contratación de profesionales o empresas de servicios externos y que cubren necesidades eventuales de planificación y ejecución del proyecto. En el caso de Lliria, las visitas guiadas a los yacimientos, así como los talleres y rutas senderistas guiadas se realizan gracias a la empresa Ara Turístic S.L.L, tanto a nivel particular como para grupos⁹⁹.

En el caso de Montcada, el equipo formado por el arqueólogo y el intérprete cultural sería suficiente para llevar a cabo el proyecto. Para completar la visita guiadas a Montcada se contratarán los servicios de guías externos a través de empresas próximas como Horta Viva¹⁰⁰.

Los precios de las visitas por persona, así como el Menú íbero diseñado y otras actividades paralelas en la naturaleza, se han especificado en las Fichas de Producto Turístico-Cultural. Huelga a decir que estos gastos serían abonados directamente por los visitantes. Adjuntamos más adelante un cuadro-resumen.

A nivel general de toda la Ruta dels Ibers València, en esta partida entrarían también los gastos derivados del *hosting* y mantenimiento de la página web y la promoción vía redes sociales¹⁰¹.

3. **Adquisición de equipos e infraestructuras:** Esta partida está destinada a aquellos equipos tecnológicos, acciones y herramientas que facilitan la consecución de las mejoras en los yacimientos y el desarrollo de los Productos Turístico-Culturales. En esta sección tendrían cabida acciones asequibles y de menor envergadura como la creación de códigos de barras bidimensionales QR o la compra de ordenadores, impresoras y demás herramientas de trabajo. También se incluirían en esta partida las acciones a gran escala, como, por ejemplo, las medidas de adecuación y desbrozado de los yacimientos junto con

⁹⁸ Convenio colectivo del Sector de Arqueología de la Comunidad Valenciana, año 2013:

http://construccionyservicios.ccoo.es/comunes/recursos/24/doc159083_Convenio_Colectivo_de_Arqueologia_Comunidad_Valenciana.pdf

⁹⁹ Página web de la empresa Ara Turístic: <https://araturistic.wordpress.com/>

¹⁰⁰ Página web de la empresa Horta Viva: <http://www.hortaviva.net/>

¹⁰¹ Al existir una web piloto, desconocemos si finalmente se pondrá en funcionamiento junto con las respectivas redes sociales, por tanto, es un gasto que no vamos a presupuestar.

la mejora en la señalética de acceso en carreteras, pistas y los propios yacimientos.

4. **Adquisición de consumibles:** En esta partida entran los gastos para la elaboración de los talleres y algunas de las actividades, como lapiceros, cuadernos de trabajo, edición de guías y folletos, etc.

Para realizar el presupuesto aproximado, vamos a centrarnos únicamente en aquellas partidas que atañen directamente a la gestión y desarrollo de los Productos Turístico-Culturales con vista a un año. Las propuestas de mejora de los yacimientos como son adecuación, limpieza y desbrozado de los mismos, o la mejora en la señalética, recaen en la Administración Pública a través de los diferentes tipos de contrato como son los de obra pública o ejecución de obras, según las leyes de contratación pública vigentes.

Gastos a asumir por el visitante:

Servicios Externalizados	Concepto	Descripción	Gasto x persona
	Guías Montcada	Visitas guiadas por Montcada	6 €
	Guías Lliria	Visitas guiadas Tossal de Sant Miquel	6 €
		Visitas guiadas Castellet de Bernabé	6 €
		Guía para Ruta Cavalló de l'Olivera + Castellet de Bernabé	10 €
		Guía local para los dos yacimientos + entrada MALL	12 €
		Visitas guidas por Lliria	6 €
	Restaurantes varios (Lliria y Montcada)	Menú íbero	12 €
		Visita guiada LLiria + Degustación “ <i>Aliments tradicionals de Lliria</i> ”	9 €
	Museo Arqueológico Lliria MALL		1.50 €
	Centros Hípicos Lliria	Paseo a caballo	20 €
	Totglobo (Lliria-Casinos)	Paseo en globo	165 €

TABLA 8: GASTOS DE SERVICIOS EXTERNALIZADOS. ELABORACIÓN PROPIA.

Gastos a asumir por los entes gestores de la Ruta Ibers València:

Recursos Humanos	Concepto	Descripción	Gasto
	Contratación	Nómina Interprete Cultural Montcada	16315 € Bruto anual

Adquisición de equipos e infraestructuras	Concepto	Descripción	Gasto
	Códigos QR	Tòs Pelat	70 €/ año
	Códigos QR	Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel	140 €/año

Adquisición de consumibles	Concepto	Descripción	Gasto
	Materiales papelería	360 pax/año x 2.50 €	900 €
	Edición de trípticos	3000 unidades x 0.33€	990 €
	Materiales varios para taller arqueología Montcada	360 pax/ año x 2 €	720 €
Total 1 año			19135 €

TABLA 9: GASTOR A ASUMIR POR LOS ENTES GESTORES. ELBORACIÓN PROPIA.

6. Conclusión

A lo largo de este Trabajo de Fin de Máster hemos expuesto el desarrollo del fenómeno del Turismo Cultural –cada vez con mayor peso dentro de la oferta turística nacional–, y la gran variedad de subproductos y alternativas que se enmarcan dentro de éste, entre los que desatacamos las rutas culturales, una forma de dinamizar diferentes recursos esparcidos en un territorio determinado, amparados bajo una temática concreta, una imagen-marca y una promoción común. Las rutas culturales son, por tanto, el fruto del esfuerzo de diferentes agentes: públicos, privados y sociales; con el objetivo de atraer turistas y movilizar económica y culturalmente la región elegida.

Estos objetivos también los comparte la Ruta dels Ibers València, un proyecto de ruta enmarcada en el arco mediterráneo peninsular –dentro de una gran ruta ibérica general– y que pretende conseguir una serie de objetivos, definidos en: la puesta en valor de algunos de los numerosos yacimientos de origen íbero situados en la provincia de Valencia, gracias a la creación de una oferta sostenible de Turismo Cultural basado en los vestigios de ese periodo, implicando a diferentes entes y empresas para difundir y promover el Patrimonio Arqueológico y que sirva como alternativa económica a los municipios donde se sitúan estos yacimientos.

La creación de una oferta de Turismo Cultural dentro de la Ruta dels Ibers València se materializa en un serie de actividades que tienen lugar en algunos de los yacimientos, como –por ejemplo– las Jornadas íberas que se realizan en La Bastida de les Alcusses (Moixent), El Puntal dels Llops (Olocau) y Kelin (Caudete de las Fuentes). El presente Trabajo de Fin de Máster consiste en la propuesta de una serie de Productos Turístico-Culturales enfocados en los yacimientos de Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria). Estos yacimientos son los más próximos a la ciudad de Valencia y, en estos momentos, se encuentran aptos para su visita pero no ofrecen una propuesta de actividades paralelas, más allá de las visitas guiadas que se realizan en Tòs Pelat.

El último capítulo de este Trabajo de Fin de Máster expone las acciones necesarias para llevar a cabo el diseño y la gestión de los Productos de carácter Turístico-Cultural, la creación de sinergias entre agentes y la atracción de visitantes a los yacimientos, dinamizando así el territorio (social y culturalmente), pues cada vez más encontramos personas interesadas en dedicar parte de su tiempo de ocio a conocer –más que visitar– los restos arqueológicos (actividad también conocida como Arqueoturismo), participar en actividades deportivas y de esparcimiento en comunión

con el medio natural (los yacimientos se hallan en entornos de valor paisajístico) e interesados en recorrer una ruta turística que aúna diferentes recursos culturales y localidades. El diseño y planificación de estos productos se ha tenido en cuenta siguiendo los objetivos generales que la propia Ruta dels Ibers València persigue, y, además, focalizándose en los objetivos propios que hemos mencionado.

Para llevar a cabo este proyecto de diseño y gestión de Productos Turístico-Culturales se han realizado una serie de inventarios que recogen los diferentes recursos (monumentales, paisajísticos, oferta de servicios e infraestructuras) de las localidades donde se sitúan los yacimientos íberos objeto de este trabajo: Montcada y Lliria. También ha sido muy importante el análisis de los propios yacimientos, Tòs Pelat (Montcada), Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Lliria), mediante la elaboración de unas Fichas de Evaluación de Yacimientos, diseñadas *ex profeso* para valorar el estado de accesibilidad de los mismos, su señalética, su estado de conservación y el atractivo para la visita. Otro punto de especial importancia ha sido el análisis de la demanda que visita estos yacimientos en la actualidad y la demanda potencial que –esperamos– puede llegar a los mismos.

Todos los datos formulados y evaluados gracias a la ayuda de un análisis DAFO han dado lugar a una serie de propuestas de mejora y adecuación de los yacimientos, necesarias para el diseño y la buena ejecución de los Productos Turístico-Culturales, basados en las posibilidades de cada recurso arqueológico, así como las acciones promocionales necesarias para su difusión. La elaboración de estos apartados –propios de la planificación y la gestión cultural– han sido posibles gracias a las competencias adquiridas a lo largo del Máster Interuniversitario en Gestión Cultural. Algunas de las herramientas facilitadas en las diferentes materias cursadas han sido, por ejemplo: Marketing aplicado a las Artes y la Cultura; Planificación Cultural; Sistemas de Evaluación, Calidad y Gestión de Presupuestos; Investigación, Gestión y Difusión de la Patrimonialización Etnológica y la Cultura Popular; y Gestión del Turismo Cultural, el Patrimonio como recurso económico sostenible, entre otras. Estas materias permiten la adquisición de competencias enfocadas a:

- La identificación, valoración y respeto hacia los recursos culturales y las señas de identidad propias de un territorio.
- El manejo de la Ley 4/1998 del Patrimonio Cultural Valenciano.
- La planificación estratégica y aplicación de métodos propios de la empresa privada para la gestión del Patrimonio Cultural.

- La planificación de unas medidas de promoción y difusión adecuadas al Patrimonio Cultural gracias a las herramientas que facilita la disciplina del Marketing.

Estas competencias se han reflejado a lo largo de todo el proyecto de propuestas de Productos Turístico-Culturales, ya que, para optimizar su gestión, éstos se han diseñado teniendo en cuenta unos objetivos claros, se han evaluado las características intrínsecas de cada yacimiento y localidad, y –finalmente– se han propuesto una serie de mejoras y elaborado una estimación presupuestaria para su consecución.

Además de servir a los objetivos antes mencionados, tras la elaboración de este Trabajo de Fin de Máster, destacamos las siguientes conclusiones:

En primer lugar, este proyecto pretende ser una herramienta de ayuda para la consulta de los técnicos y administraciones encargados de la puesta en marcha de la Ruta dels Ibers València. En particular, para aquellas localidades donde está proyectado este trabajo: Montcada y Lliria, y, en general, una herramienta de consulta para el futuro Grupo de Trabajo de la Ruta, que reunirá a los gestores que tendrán que diseñar y elaborar otros productos para el resto de yacimientos que en la actualidad se encuentran aptos para la visita pero carecen de actividades paralelas, más allá de las visitas guiadas realizadas gracias al trabajo altruista de agentes de desarrollo local y cronistas locales.

En segundo lugar, este Trabajo de Fin de Máster también pretende ser una herramienta útil para aquellas entidades locales, empresas privadas y personas interesadas en la creación de productos turísticos formulados en base a los recursos culturales de un territorio, y en concreto aquellas poblaciones que cuentan con vestigios arqueológicos, como motor de dinamización económica y cultural regional, sobre todo en lo referido a poblaciones de interior, más castigadas por la despoblación y la falta de oportunidades laborales.

Este Trabajo aspira –además– a poner el foco de atención sobre los beneficios que ofrece el Patrimonio Arqueológico en nuestro territorio, tanto desde un punto de vista económico, analizado desde las cuestiones propias del mercado como los ingresos indirectos que genera por venta de servicios, pernoctación, restauración y transporte; y los ingresos directos que produce, en el caso de aquellos yacimientos que cobran una entrada, o por la venta de guías y libros sobre los vestigios. El otro beneficio que genera el Patrimonio Arqueológico en nuestro territorio se analiza desde un punto de vista

social, gracias a la función educativa que contiene, convirtiéndose en un complemento a la educación de los jóvenes y universitarios, y de todas aquellas personas que se acercan a conocerlo. Por otro lado, el Patrimonio Arqueológico aumenta la riqueza cultural de una región, convirtiéndose en motivo de orgullo de la población residente.

En último lugar, el presente Trabajo de Fin de Máster es fruto de una búsqueda de alianzas entre –por un lado– aquellas herramientas y métodos procedentes de la empresa privada en busca de la optimización y eficiencia de los recursos (en aras del beneficio económico) y –por otro lado– los intereses de aquellos profesionales y colectivos que defienden la conservación y respeto por los yacimientos íberos de la Ruta dels Ibers València, declarados Bien de Interés Cultural (BIC) por la Ley 4/1998 del Patrimonio Cultural Valenciano. Este es un asunto complejo, pues en ocasiones chocan los métodos de trabajo y los puntos de vista sobre la gestión de un yacimiento entre los técnicos de turismo y los arqueólogos. Esta dicotomía la encontramos claramente reflejada en los ejemplos trabajados, donde la gestión de los yacimientos de Castellet de Bernabé y Tossal de Sant Miquel (Llíria) se realizan a través del equipo de técnicos de la *Tourist Info* y donde los servicios de guías locales externos son contratados; y en el caso de Tòs Pelat (Montcada), donde la gestión y visita recae en el arqueólogo municipal. Por esta razón, en la propuesta de Productos Turístico-Culturales que hemos realizado en este Trabajo de Fin de Máster, se han tenido en cuenta aquellos intereses contrapuestos que hemos extraído de entrevistas realizadas y de la observación de los diferentes métodos de trabajo en torno al Patrimonio Cultural que se tienen por parte de cada localidad.

A título personal, para la elaboración de este Trabajo de Fin de Máster se ha buscado la opinión y la ayuda de personas que van a participar directamente del proyecto de implementación de los productos: los conservadores del Museu de Prehistòria de València, el arqueólogo municipal de Montcada, la técnico responsable de la Ruta dels Ibers en el Ayuntamiento de Montcada y los técnicos de la *Tourist Info* de Llíria; aun así, no ha sido posible averiguar determinada información para la elaboración de este proyecto, como son: los aspectos referentes a la gestión interna de los entes involucrados (antes mencionados), manejo de estadísticas y número de visitantes de los yacimientos en los últimos años o acuerdos con asociaciones; debido a la privacidad de esos datos o –en otras ocasiones– por haber resultado difícil y costoso contactar con el profesional en cuestión. Por tanto, este Trabajo de Fin de Máster ha contado con la información de otras fuentes complementarias, como bibliografía sobre

gestión del Patrimonio Cultural y artículos sobre casos de gestión del Patrimonio Arqueológico.

Como conclusión final para este Trabajo de Fin de Máster, se espera la buena disposición de las administraciones, museos y gestores de los yacimientos implicados en la consecución de la Ruta dels Ibers València, para conseguir, en un futuro próximo, una ruta que comparta unas posibilidades y oportunidades más homogéneas, convirtiéndose en una alternativa de Turismo Cultural o Arqueológico de calidad, dentro del interior de la provincia de Valencia, construyendo –junto con las demás propuestas de rutas íberas que existen en otras comunidades autónomas– un tejido de yacimientos, centros de interpretación y museos sobre la cultura indígena del este peninsular, fomentando el respeto y la apreciación por nuestro Patrimonio Cultural y su entorno natural.

Bibliografía

- AGÈNCIA VALENCIANA DE TURISME (2015), *Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Comunitat Valenciana 2015*. Consulta el 26/04/16: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/oferta_turistica/oferta_turistica_municipal_comarcal.html
- AGÈNCIA VALENCIANA DE TURISME (2015), *Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana 2014*. Consulta el 25/04/16: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Perfil_turista_visitaCV2014.pdf
- AGÈNCIA VALENCIANA DE TURISME (2015), *Turismo activo y de naturaleza en la Comunitat Valenciana*. Consulta el 25/04/16: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Turismo_Activo-Naturaleza_mayo2015.pdf
- ÁVILA, Reyes y BARRADO, Diego. A. (2005): “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión”, *Cuadernos de Turismo*, 15: 27-43.
- BALLART, Josep y JUAN I TRESSERRAS, Jordi (2001), *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, Ariel.
- BLANCO, Marvin (2008), *Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio*, San José, Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura. Consulta el 25/04/16: <http://www.territorioscentroamericanos.org/content/turismo-rural>
- BONET, Helena; FERRER, Carles; MATA, Consuelo; VIVES-FERRÁNDIZ, Jaime. (2007): “La Ruta Ibérica Valenciana. Una propuesta de desarrollo”, en *IV Congreso Internacional sobre musealización de yacimientos arqueológicos. Conservación y presentación de yacimientos arqueológicos en el medio rural. Impacto social en el territorio (Santiago de Compostela, noviembre 2006)*, Santiago de Compostela, 337-343.
- BONET, Helena y VIVES-FERRÁNDIZ, Jaime (2011), *La Bastida de les Alcusses 1928-2010*. Valencia, Museu de Prehistòria de València.
- BRUNET, Pere; ALMEIDA, Fernando; COLL, Miquel; MONTESERÍN, Obdulía (2005): “Los planes de Excelencia y Dinamización Turística (PEDT), un

- instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico”, *Boletín de la A.G.E*, 39: 201-226.
- CAMARERO, Carmen y GARRIDO, M^a José (2008), *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid, Pirámide.
- CANALIS, Xavier (2012), “El Turismo Cultural innova en fórmulas de comercialización”, *Hosteltur. Revista de Hostelería y Turismo*. Consulta el 10/02/16:[http://static.hosteltur.com/web/uploads/2012/10/El turismo cultural innova en formulas de comercializacion.pdf](http://static.hosteltur.com/web/uploads/2012/10/El_turismo_cultural_innova_en_formulas_de_comercializacion.pdf)
- GARCÍA, Fernando y GONZÁLEZ, José Manuel (2009), *Breve historia de España*. Madrid. Alianza Editorial.
- GRANDE, Julio (2001): “Análisis de la oferta de turismo cultural en España”, *Estudios turísticos*, 150: 15-40.
- HERNÁNDEZ, Javier (2011):”Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 9(2):225-236.
- HERNÁNDEZ, María (2009): “El paisaje como seña de identidad territorial: valorización social y factor de desarrollo, ¿utopía o realidad?”, *Boletín de la A.G.E*, 49: 169-183.
- JIMÉNEZ, Carlos Enrique (2003), *Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales*. Madrid, Paraninfo.
- JUAN I TRESSERRAS, Jordi (2004): “El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico”, *Boletín GC*, 9. Consulta el 20/02/16:
<http://www.gestioncultural.org/boletin/2004/boletinArqueoturismo.htm>
- MARTÍN, Beatriz (2003): “Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural”, *Pasos. Revista de Turismo y Cultura*, 1(2):157-159.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015), *Anuario de Estadísticas Culturales 2015*. Consulta el 28/02/16:
[http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/Anuario de Estadísticas Culturales 2015.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015.pdf)
- MILIO, Isabel (2004), *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Madrid, Paraninfo.

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015), *Anuario de Estadísticas Culturales 2015. Principales resultados*. Consulta el 28/02/16: [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/principales-resultados/Anuario de Estadísticas Culturales 2015 Principales resultados.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/principales-resultados/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015_Principales_resultados.pdf)
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015), *Cuadro resumen Anuario de estadísticas culturales 2015*. Consulta el 18/04/16: [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadanomecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/principales-resultados/Anuario de Estadísticas Culturales 2015 Cuadro resumen.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadanomecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/principales-resultados/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2015_Cuadro_resumen.pdf)
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015), *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015*. Consulta el 25/04/16: [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/Encuesta de Habitos y Practicas Culturales 2014-2015.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/Encuesta_de_Habitos_y_Practicas_Culturales_2014-2015.pdf)
- MORALES, Jorge (2001), *Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla, Junta de Andalucía. Conserjería de Cultura.
- MORÈRE, Nuria (2012): “Sobre rutas históricas e itinerarios culturales en el turismo”, *Revista de análisis turístico*, 13: 57-68.
- MORÈRE, Nuria y PERELLÓ, Salvador (2013), *Turismo cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid, Fundación EOI.
- PÉREZ-JUEZ, Amalia (2006), *Gestión del Patrimonio Arqueológico. El yacimiento como recurso turístico*. Barcelona, Ariel.
- RICAURTE, Carla (2009), *Manual para el diagnóstico Turístico-Local*. Guayaquil, Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- RICHARDS, Greg (2001): “El desarrollo del turismo cultural en Europa”, *Estudios turísticos*, 150: 3-13.
- RUIZ, David (2013), *La realidad aumentada y su aplicación en el patrimonio cultural*. Gijón, Trea.
- OMT (2015): “La Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO reúne por primera vez a ministros de Turismo y de Cultura”, *Organización Mundial del Turismo (OMT)*. Consulta el 1/02/16:

<http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->

- SÁNCHEZ, Gonzalo (2014): “Gestión financiera y económica en el sector cultural” en VVAA, *Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural*. Consulta el 18/05/16: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-financiera-economica-sector-cultural>
- SANCHO, Amparo (dir) (1998), *Introducción al turismo*. Madrid, Organización Mundial del Turismo.
- SESÉ-ALOY, Vicent (2016): “Agència Llíria de Turisme”, en *I Jornades de Turisme Cultural i Patrimoni*. Museo de Bellas Artes San Pío V, 14/04/16 al 16/04/16, Valencia.
- TORRES, Enrique (2006): “Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico”, *PH: boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 60: 84-97.
- TOSELLI, Claudia (2006): “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2): 175-182.
- VELASCO, María (2009): “Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural”, *Cuadernos de Turismo*, 23: 237-253.
- VELASCO, María (2013): “Conceptos en evolución: turismo, cultura y turismo cultural”, en Juan Ignacio Pulido (coord.), *Turismo cultural: políticas y productos turísticos*. Madrid, Síntesis; pp. 15-45.
- VINÑALS, M^a José (2016): “Diseño de rutas turísticas y experienciales”, en *I Jornades de Turisme Cultural i Patrimoni*. Museo de Bellas Artes San Pío V, 14/04/16 al 16/04/16, Valencia.
- VIVES-FERRÁNDIZ, Jaime y FERRER, Carlos (eds) (2014), *El pasado en su lugar. Patrimonio arqueológico, desarrollo y turismo. III Jornadas de debate del Museu de Prehistòria de València*. Valencia, Museu de Prehistòria de València.
- VIZCAÍNO, Antonio (2015), *Iberos, públicos y cultura de masas. El pasado ibérico en el imaginario colectivo valenciano*. (Tesis doctoral). Valencia, Universitat de València.
- VVAA (2013), *Llíria, Ciudad de la Música*. Ayuntamiento de Llíria.

Páginas web consultadas

<http://www.arteguias.com/iberico.htm> (09/03/2016)
<http://www.arqueotur.org/rutas/ruta-de-los-iberos.html> (9/02/2016)
<http://www.bastidaalcusses.es/web/?q=es/bastida/presentacion> (05/03/16)
<http://www.camporrobles.es/camporrobles.php> (05/03/16)
<http://www.castellardemeca.es/> (01/03/16)
<http://comunitatvalenciana.com/> (09/03/16)
<http://www.dival.es/es/cultura/content/fotoibers-2013> (05/04/16)
<http://www.españaecultura.es/> (9/02/16)
<http://www.iberosalbacetemurcia.es/> (21/02/16)
<http://www.iberosenaragon.net/> (9/02/2016)
<http://www.ine.es/> (19/02/16)
<http://www.lliria.es/> (02/04/16)
<http://www.mac.cat/Rutes/Ruta-dels-Ibers> (9/02/16)
<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/> (23/04/16)
<http://www.moncada.es/> (02/04/16)
<http://moncadaturistica.es/> (23/04/16)
http://www.museuprehistoriavalencia.es/web_mupreva/ (29/02/16)
<http://paisajesdelthader.es/> (21/02/16)
<http://www.rutadelsibersvalencia.es/> (9/02/16)
http://www.valenciaterraimar.org/es_vista.html?cnt_id=3017& (09/03/16)
<http://www.valenciaturisme.org/es/> (09/03/2016)
<http://www.viajealtiempodelosiberos.com/> (9/02/16)
<http://www.villardelarzobispo.es/es/page/naturaleza> (29/02/16)
<http://web.ua.es/es/elmolon/> (05/03/16)

ANEXO 1.

Cuadro-resumen de los recursos de índole turística de Lliria.

Infraestructuras	Monumentales	Museos y centros culturales	Naturales	Fiestas	Servicios turísticos	Alojamientos
Carreteras comarcales	Yacimiento íbero de Tossal de Sant Miquel	Museo Arqueológico de Lliria	Parque de San Vicente	San Antonio Abad	<i>Tourist Info</i>	Hoteles
Autovía y Autopista próxima	Yacimiento íbero Castellet de Bernabé	Museo Silvestre de Edeta	Paraje de la Concordia	Fallas	Restaurantes con menú tradicional liriario	Hostales
Compañías de bus línea regular	Yacimiento íbero de Mont-Ravana	Banda Primitiva	Bosques de La Buitrera, Coto de Català y Coto de Izquierdo	Semana Santa Liriana	Tiendas de alimentación artesanal	Pensiones
Línea 1 Metro	Termas romanas de Mura y Templo oracular	Unión Musical	L'Horta Vella	San Vicente Ferrer	Servicios de visitas guiadas	
	Barrio medieval de la Vila Vella	Museo de San Miguel		San Miguel		
	Baños Árabes	Museo de la Cofradía de la Corte de María		la Purísima		
	Iglesia Buen Pastor			El Remedio		
	Iglesia de la Sangre			Feria agroalimentaria		
	Ca la Vila			Festival de Bandas de Música		
	Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción			Feria de San Miguel		
	Plaza Mayor			Semana Taurina		
	Ermita de Santa Bárbara			Concurso <i>Arròs amb bledes</i>		
	Iglesia de la Mare de Déu			<i>Desenjazz</i>		
	Convento del Remedio					
	Iglesia de San Francisco					
	Molino de la Parra					
	Monasterio de San Miguel					
	Iglesia de María Madre					

ANEXO 2.

Cuadro-resumen de los recursos de índole turística de Montcada.

Infraestructuras	Monumentales	Museos y centros culturales	Naturales	Fiestas	Servicios Turísticos	Alojamientos
Carreteras comarcales	Yacimiento Íbero de Tòs Pelat	Museo Arqueológico Municipal de Montcada	Paraje y canteras de Tòs Pelat y Les Vinyetes.	Fallas	Oficina de turismo municipal	Hospedería
<i>By-Pass</i>	Yacimiento Paredetes dels Moros	Sala de Exposiciones	Barranco del Carraixet	Fiestas Patronales	Restaurantes de comida tradicional	
Línea 1 Metro	Casa Andalusi	Museu de la Seda. Antigua Fàbrica Garín	Horta de Montcada	Porrat de Santa Bàrbara	Visitas guiadas	
Bus urbano	Iglesia de San Jaime	Ciutat de la Pilota	Azud y Acequia Real de Montcada			
	Ermita de Santa Bàrbara					
	Convento de las Hermanas Franciscanas					
	Palacio de los Condes de Rótova					
	Seminario Metropolitano					
	Conservatorio de Música					
	<i>Catxerulos moncadenses</i>					
	Mercat Vell					