

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Valencia y la Ruta de la Seda: análisis de un nuevo producto turístico”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Sherylin Piña Fort

Tutor/a:

Michaela Muszynski

GANDIA, 2016

Agradecimientos

A mi familia, por el apoyo incondicional recibido a lo largo un ciclo tan importante en mi vida y por empujarme siempre a luchar por mis metas.

A mi tutora, Michaela Muszynski, por su profesionalidad y por guiarme no sólo en este proyecto sino en buena parte de mi etapa en la Escuela Politécnica Superior de Gandía.

RESUMEN

La arraigada tradición histórica relacionada con la manufacturación de la seda que presenta la ciudad de Valencia se extiende hasta nuestros días, y gracias al proyecto Ruta de la Seda de la UNESCO, la ciudad puede convertirse en el centro de las miradas a nivel internacional.

Mediante este TFG se pretende dar las directrices para promocionar el turismo cultural de una manera permanente en el tiempo en torno al producto “Ruta de la Seda” en su kilómetro 9090, la ciudad de Valencia, que será sede de dicho proyecto en el presente año con motivo del vigésimo aniversario de la declaración de la Lonja de la Seda como patrimonio de la Humanidad. Los actos programados en la ciudad con este motivo en los meses venideros son una oportunidad para potenciar este tipo de turismo, a la vez que pueden servir para aumentar la visibilidad de Valencia como producto turístico de la Ruta de la Seda.

El objetivo es analizar el potencial turístico que presenta Valencia para establecer de forma duradera este nuevo producto, es decir, más allá de los acontecimientos relacionados con la Ruta de la Seda que tendrán lugar en la ciudad este 2016. Se deberá determinar el público objetivo y estudiar los medios más indicados para llevar a cabo una correcta promoción turística.

Palabras clave

Turismo, promoción, tradición, intercultural, Valencia, Ruta de la Seda, Lonja de la Seda

ABSTRACT

The rooted historic tradition related with silk manufacture in the city of Valencia comes until our days and, thanks to the project Silk Road of the UNESCO, the city could become the centre of attention at an international level.

The purpose of this TFG is to give the guidelines to promote the cultural tourism in a permanent way around the product “Silk Road” in its 9090 kilometre, the city of Valencia, which is the seat of that project during the current year on the occasion of the 20th anniversary of the declaration of the Valencia Silk Market as a World Heritage site. The cultural events arranged in the city with that purpose in the coming months are an opportunity to promote this sort of tourism and, at the same time, try to improve the notoriety of Valencia as a touristic product of the Silk Road.

The aim is to analyze the touristic potential of Valencia to settle this new product, that is, beyond the limits of the events related to the Silk Road which will be held in the city this year 2016. In order to achieve it, we must determinate the target public and investigate the most suitable methods to do an effective touristic promotion.

Key words

Tourism, promotion, tradition, intercultural, Valencia, Silk Road, *Lonja de la Seda*

Contenido

Agradecimientos	1
RESUMEN	2
Palabras clave.....	2
ABSTRACT	2
Key words	2
1. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Objetivos	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
1.2 Metodología	7
2. LA RUTA DE LA SEDA EN LA HISTORIA.....	8
2.1 La Ruta de la Seda en Valencia.....	8
3. PROYECTO UNESCO RUTA DE LA SEDA	10
3.1 Países participantes.....	12
3.2 Rutas y patrimonio cultural	13
Festivales.....	13
Conocimientos y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo	14
Prácticas sociales, rituales y eventos festivos	14
Tradición oral y expresiones	14
Artes escénicas.....	14
Artesanía tradicional	14
4. VALENCIA COMO SEDE DE LA RUTA DE LA SEDA 2016	15
4.1 Actos programados	15
4.2 Escenarios principales de la Seda en la ciudad	17
4.3 Beneficios para la ciudad.....	18
5. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE VALENCIA.....	18
Posición que ocupa la Comunitat Valenciana respecto al resto de España.....	19
Posición que ocupa Valencia respecto a la Comunidad Valenciana	19
5.1 Oferta y demanda turísticas.....	20
5.1.1 Oferta turística de la ciudad. Infraestructuras.....	20
5.1.2 Demanda turística de la ciudad.....	24
5.2 Análisis DAFO	25
6. SOSTENIBILIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO RUTA DE LA SEDA.....	26
6.1 Descripción del producto ofrecido.....	27

Rutas interpretativas.....	27
Exposiciones museísticas	28
Tiendas de productos tradicionales	29
6.2 Determinación del público objetivo.....	29
6.3 Análisis de la estrategia de comunicación	30
6.3.1 Promoción off-line.....	31
6.3.2 Promoción on-line	32
7. PROPUESTAS DE MEJORA	36
7.1 Promoción turística	36
7.2 Sostenibilidad del producto	36
8. CONCLUSIONES	37
9. BIBLIOGRAFÍA.....	38

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa de la tradicional Ruta de la Seda	11
Ilustración 2. Países participantes.....	13
Ilustración 3. Evolución pernoctaciones hoteleras por zonas.....	20
Ilustración 4. Compañías de Bajo Coste (CBC) en el aeropuerto de Valencia.....	21
Ilustración 5. Medios de transporte utilizados por los viajeros para llegar a Valencia	22
Ilustración 6. Oferta cultural	24
Ilustración 7. Personas viajeras y pernoctaciones. Valencia (ciudad) año 2015.....	24
Ilustración 8. Visitantes mensuales Valencia. Año 2015.....	25
Ilustración 9. Ranking de los 10 países de la Ruta de la Seda más consultados	27
Ilustración 10. Representación de una caravana de la Ruta de la Seda.....	29
Ilustración 11. Representación de una escena de la Ruta de la Seda	29
Ilustración 12. Ranking de países que realizan búsquedas sobre la Ruta de la Seda	30
Ilustración 13. Página de Facebook de UNESCO Valencia.....	33
Ilustración 14. Perfil de twitter de UNESCO Valencia	33
Ilustración 15. Ejemplo de comentarios sobre la Ruta de la Seda en China	34
Ilustración 16. Ejemplo de comentarios sobre la visita a la Lonja de Valencia.....	34
Ilustración 17. Ejemplo de comentarios sobre el Colegio de Arte Mayor de la Seda	34
Ilustración 18. Ejemplo de comentarios sobre la visita guiada de Turiart.....	34
Ilustración 19. Ranking Tripadvisor ciudades de la Seda. Año 2015	35
Ilustración 20. Iniciativa “Experience the Silk Road”	35

Índice de tablas

Tabla 1. Visitantes a los principales museos de Valencia. Año 2015	17
Tabla 2. Llegada de turistas internacionales según Comunidad Autónoma.....	19
Tabla 3. Oferta de alojamiento turístico en la ciudad de Valencia	23
Tabla 4. Oferta restaurantes	23
Tabla 5. Análisis DAFO.....	26

1. INTRODUCCIÓN

Mediante este TFG se pretende analizar el potencial turístico de la ciudad de Valencia como sede anual de la Ruta de la Seda con el fin de afianzar su sostenibilidad como atractivo turístico. El turismo en la localidad es una actividad de gran importancia gracias a diversos factores que permiten hacer de ella uno de los destinos turísticos más visitados e internacionalmente conocidos de nuestro país¹.

La inclusión de la capital valenciana en el proyecto impulsado por la UNESCO para promover el turismo entre las ciudades de la Ruta de la Seda, corrige un error histórico² en los mapas de la Ruta, que finalizaban en la ciudad de Venecia³ (Italia) excluyendo así a ciudades de España y Portugal. Este proyecto de la UNESCO supone una oportunidad para realzar el potencial de los recursos culturales que ofrece Valencia.

La ciudad ha sido seleccionada como capital de la Ruta de la Seda en el presente año 2016, cuando se cumplen 20 años del nombramiento de su monumento más importante, la Lonja de Mercaderes de la Seda, como patrimonio histórico-cultural. En torno a la capitalidad han sido programados diversos actos que reúnen y reunirán a personalidades pertenecientes a organizaciones de prestigio como es la UNESCO, expertos en patrimonio cultural, etc. Estos actos son una oportunidad para la ciudad de dar a conocer el potencial turístico que ofrece al visitante y de esta manera, constituir una vía para el crecimiento de un producto de turismo cultural en la ciudad en relación a la Seda.

Tal y como comentábamos al comienzo de esta introducción, el objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es evitar que la importancia de Valencia en la Ruta de la Seda se limite a dichos actos programados con motivo de la capitalidad de la ciudad en 2016 y encontrar herramientas para que la cultura de la Seda en Valencia se establezca como un nuevo producto turístico duradero en el tiempo. Para ello, deben dedicarse esfuerzos a analizar el potencial turístico de la ciudad y del producto que se está ofreciendo al visitante, además de llevar a cabo una correcta y eficaz promoción.

La estructura de este TFG sigue los puntos que permiten desarrollar los objetivos que se plantean en el siguiente apartado. Comenzaremos introduciendo el contexto histórico de la antigua Ruta de la Seda y su presencia en Valencia. A continuación se presentará el proyecto UNESCO Ruta de la Seda, describiendo los objetivos del mismo y enumerando los países participantes. Continuaremos con el punto más extenso de esta memoria que se centra en la resolución del tema planteado en el título: análisis del potencial turístico de la ciudad de Valencia. En este apartado se estudiarán en profundidad la oferta y demanda turística de la ciudad, para así poder llevar a cabo el análisis de dicho potencial. Los dos últimos puntos del cuerpo del trabajo resolverán dos de los objetivos planteados como secundarios: la sostenibilidad del producto en la ciudad y las propuestas de mejora. En el apartado dedicado a

¹ <http://www.spain.info/es/que-quieres/ciudades-pueblos/> (20/03/2016)

² <http://valenciaplaza.com/la-ruta-de-la-seda-o-la-oportunidad-de-valencia-de-reparar-su-imagen-exterior> (21/03/2016)

³ <http://valenciaplaza.com/la-ruta-de-la-seda-o-la-oportunidad-de-valencia-de-reparar-su-imagen-exterior> (21/03/2016)

la sostenibilidad se analizará la promoción turística existente en torno a este producto en la ciudad, distinguiéndose entre promoción tradicional y promoción online. El último punto, las propuestas de mejora, se estructurará en dos apartados destinados a proponer mejoras relacionadas por una parte con el producto turístico y por otro lado con la promoción del mismo. Estas mejoras pueden proponerse únicamente tras analizar la situación actual del producto y de la promoción que se llevan a cabo.

1.1 Objetivos

Objetivo general

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es determinar el potencial de la ciudad de Valencia como sede anual de la Ruta de la Seda con el fin de asegurar su sostenibilidad como atractivo turístico.

Objetivos específicos

- Estudiar los recursos de los que dispone Valencia para establecer un producto de turismo cultural en torno a la Ruta de la Seda que sea sostenible en el tiempo.
- Determinar el público objetivo para segmentar la oferta de una manera eficaz.
- Analizar la estrategia de comunicación en los distintos medios empleados para promocionar el proyecto Ruta de la Seda.
- Realizar propuestas de mejora del producto turístico y su promoción.

1.2 Metodología

El análisis del potencial turístico de la ciudad de Valencia se llevará a cabo mediante la utilización de los datos obtenidos de las fuentes de información secundaria que se enumeran a continuación y nos permitirán tener una visión global de la oferta y la demanda turística de la ciudad a través de datos actualizados:

- Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Instituto de Estudios Turísticos.
- Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana.
- Fundación Turismo Valencia.

Una vez obtenidos los datos de interés para el desarrollo de los diferentes apartados, se ha recurrido a la utilización de otras herramientas como tablas Excel para la elaboración de los datos, hacerlos más visuales y extraer conclusiones de ellos.

Otro punto importante en el desarrollo de este Trabajo Final de Grado ha sido el análisis de la promoción turística existente en torno al producto objeto de nuestro análisis, la Ruta de la Seda en Valencia. Para ello se han consultado portales de internet especializados en información turística (TripAdvisor, etc), páginas oficiales de turismo de Valencia y la Comunidad Valenciana, y las redes sociales, sobre todo, Facebook. En lo referente a la promoción fuera de internet u *off-line*, la fuente de información principal han sido las diversas

Oficinas de Información turística de la ciudad, de las cuales hemos obtenido datos acerca de la información que se ofrece al visitante. Con todos estos datos se puede valorar si se está llevando a cabo una correcta promoción turística del producto turístico “Ruta de la Seda en Valencia”.

1.3 Plan de trabajo

1. Búsqueda, recopilación, análisis, selección de información y consulta de fuentes bibliográficas: 55 horas
2. Planteamiento de objetivos, diseño de la metodología que se va a utilizar en la investigación (consultas bibliográficas, análisis de páginas web, informaciones turísticas, etc.), y extraer conclusiones de todo lo analizado: 70 horas
3. Desarrollo y diseño del cuerpo de la memoria: 90 horas
4. Preparación de la defensa oral del TFG mediante una presentación con diapositivas: 10 horas

TOTAL DE HORAS: 225

2. LA RUTA DE LA SEDA EN LA HISTORIA

Considerada como la ruta más importante en la historia de la humanidad⁴, la antigua Ruta de la Seda constituyó el primer nexo de unión entre dos mundos: Oriente y Occidente. Era un importante vehículo para el comercio entre los antiguos imperios de China, Asia Central y Occidental, la India y Roma.

Estas Rutas, además de importantes vías de abastecimiento, suponían el intercambio de diálogo y la integración entre las diferentes culturas, lo que contribuyó notablemente a la prosperidad común y al desarrollo de la humanidad durante aproximadamente dos mil años.

Hoy en día, la Ruta de la Seda puede constituir un vehículo para promover el diálogo intercultural, fortalecer la cohesión regional, la paz y la solidaridad. Dado el vínculo histórico que tiene Valencia con esta Ruta, es una oportunidad para potenciar los recursos culturales que posee la ciudad entorno a la Seda, tratando de establecer un producto turístico duradero en el tiempo.

2.1 La Ruta de la Seda en Valencia

La Ruta de la seda también tuvo una notable presencia en la Península Ibérica así como en la ciudad de Valencia⁵, su centro neurálgico, que nos muestra los pasos de todas las rutas, sin necesidad de recorrer el mundo para descubrir esta misteriosa ruta.

⁴ <http://timepx.blogspot.com.es/2016/05/rutas-comerciales-mas-importantes-de-la.html> (1/06/2016)

⁵ <http://www.lovevalencia.com/la-ruta-de-la-seda-en-valencia.html> (23/03/2016)

Fue el crecimiento del Islam en el Mediterráneo lo que introdujo la seda en la Península en el siglo VIII⁶. “En la huerta valenciana se cultivaban las moreras y en la ciudad, concretamente en el barrio de Velluters⁷, se manufacturaba el tejido”⁸. “La ciudad de Valencia en la época de Al-Ándalus era ya célebre por sus sederías, que estaban presentes en los bazares y eran conocidas con el nombre de Alcaicerías”⁹.

En la ciudad encontramos numerosos vestigios de la importancia de la seda a lo largo de la historia de la ciudad. Hoy en día, Velluters todavía mantiene su esencia original, con sus grandes casas y estrechas callejuelas. “En este barrio llegaron a haber más de 5.000 talleres registrados”¹⁰, y fue donde se fundó el Colegio de Arte Mayor de la Seda, todavía hoy activo. En sus proximidades encontramos otros edificios característicos de este barrio, como la Biblioteca del Hospital, el edificio del Gremio de Carpinteros, y los palacios en las calles colindantes: Quart, Guillem de Castro Moro Zeit, entre otros.

En 1494, Valencia era la ciudad del comercio de la seda por excelencia de España¹¹, prueba de ello es la Lonja de Mercaderes de la Seda, donde los comerciantes se reunían para realizar sus acuerdos de intercambio comercial o trueque. La situación demográfica, la influencia de los artesanos genoveses, la maestría del comercio, el nivel de industrialización y la moda de este tejido propiciaron el auge de la seda¹². “La ciudad del Turia fue modelo de producción para Toledo y Barcelona, superando a Granada”¹³.

En el siglo XVIII, los Borbones llegaron a España, lo que estimuló el uso de la seda¹⁴. Fue cuando la Fábrica Real de los Cinco Gremios Mayores de Madrid se estableció en Valencia, y el Rey Carlos III donó 60000 reales con el fin de que se enseñara el arte de tejer la seda en la Academia de Bellas Artes San Carlos de Valencia.

Algunos de los materiales eran usados en tejidos del día a día, mientras que otros eran más lujosos, como el damasco de plata y los brocados de oro. Los diseños eran bautizados con nombres como: Reina, Valencia, Rosas y Espigas,... La influencia de las cortes francesas desde Luis XIV a Luis XVI, en relación al diseño, se extendió en toda Europa y sobrevivió en Valencia gracias a los trajes regionales de la ciudad¹⁵.

⁶ <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia> (15/03/2016)

⁷ Vellut significa terciopelo en valenciano. Los velluters eran los artesanos de la seda

⁸ LOVE VALENCIA. <http://www.lovevalencia.com/la-ruta-de-la-seda-en-valencia.html> (1/03/2016)

⁹ TURISMO VALENCIA. <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia> (17/03/2016)

¹⁰ LOVE VALENCIA. <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia> (15/03/2016)

¹¹ <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia> (15/03/2016)

¹² <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia> (15/03/2016)

¹³ TURISMO VALENCIA (2014). <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia>

¹⁴ <http://www.lovevalencia.com/la-ruta-de-la-seda-en-valencia.html> (20/03/2016)

¹⁵ <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia> (20/03/2016)

La industria entró en declive debido a la creciente aparición de productores, la competencia desde Toledo, Francia y las Américas, los impuestos de la seda y a una epidemia de las moreras, que ocasionó que éstas se sustituyeran por naranjos¹⁶.

A pesar de todos los inconvenientes, la industria de la seda sobrevivió gracias a la demanda de la Iglesia pero sobre todo, al uso de este preciado tejido en los trajes regionales valencianos. Esta tradición llega a nuestros días así como el uso de los trajes típicos utilizados, entre otros, en la fiesta mayor de la capital valenciana, las Fallas.

3. PROYECTO UNESCO RUTA DE LA SEDA

Se trata de un proyecto a largo plazo cuyo fin es fomentar la colaboración entre los inversores para que apuesten por la colaboración y reducir así la pobreza a lo largo de la Ruta de la Seda, salvaguardando en todo momento la integridad de los recursos culturales y ambientales¹⁷.

El año 2015 ha supuesto el reconocimiento de la Comunitat Valenciana en la Ruta de la seda. Por una parte, España ha pasado a ser miembro del Programa de la Ruta de la Seda de la OMT¹⁸ y, además, “la ciudad de Valencia ha sido designada como Focal Point de España en la Plataforma Ruta de la Seda de la UNESCO”¹⁹.

La inclusión de Valencia en el programa de la Unesco ha corregido un "error histórico"²⁰ que situaba el fin de la ruta en Venecia, tal y como se puede observar en la Ilustración 1. El mapa ha sido modificado y el camino suma ya 9090 kilómetros: desde la ciudad china de Xí'an a la ciudad del Turia.

¹⁶ <http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia>

¹⁷ <http://www.unescovalencia.org/declaracion/declaracion.pdf> (21/03/2016)

¹⁸ <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia> (21/03/2016)

¹⁹ TURISMO COMUNITAT VALENCIANA (2016). <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia>

²⁰ <http://valenciaplaza.com/la-ruta-de-la-seda-o-la-oportunidad-de-valencia-de-reparar-su-imagen-exterior> (20/03/2016)



Ilustración 1. Mapa de la tradicional Ruta de la Seda. Fuente: UNESCO Silk Road Online Platform

Las Cortes Valencianas declararon a Valencia como Ciudad de la Seda 2016²¹ y la Generalitat Valenciana y el Gobierno de España lo han refrendado por considerar que es una magnífica oportunidad para que Valencia recupere su protagonismo entre las míticas ciudades de la Ruta de la Seda y proyecte internacionalmente su valioso patrimonio histórico-artístico²².

Hoy, de nuevo la Ruta de la seda puede ser el hilo conductor entre Oriente y Occidente para intercambiar ideas, productos y negocios en una nueva era de concordia.

Los miembros de este proyecto tienen la misión de colaborar en este desarrollo en tres ámbitos clave²³: promoción y marketing, desarrollo de productos y gestión de destinos, y por último pero no por ello menos importante y que nos ocupará en el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado, la gestión integral del turismo a lo largo de la Ruta de la Seda así como tareas que faciliten el desplazamiento de los viajeros (políticas de facilitación para obtener Visados, disminución de las tasas aéreas, etc.).

Como red única de destinos unidos por un patrimonio cultural común, la Ruta de la Seda, ofrece un enorme potencial turístico que supone oportunidades para llevar a cabo un marketing colaborativo e iniciativas promocionales por parte de los destinos que encontramos a lo largo de la Ruta²⁴.

²¹ <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia> (17/03/2016)

²² <http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia> (22/03/2016)

²³ Silk Road Action Plan 2014-2015 (UNWTO) (20/03/2016)

²⁴ <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-05-03/el-grupo-de-accion-de-la-ruta-de-la-seda-de-la-omt-se-compromete-ocuparse-d> (22/03/2016)

Es fundamental la implicación y el apoyo de todos los inversores así como de su colaboración a nivel local, nacional y regional para asegurar el éxito de este proyecto

El objetivo principal es el desarrollo de un turismo sostenible a lo largo de la Ruta de la Seda. Se trata de revivir las rutas históricas como concepto turístico enmarcado en la era de globalización en la que vivimos. Este fin está fundamentado por el creciente reconocimiento a nivel internacional de la Ruta como vehículo de crecimiento y desarrollo para sus regiones.

Dadas la diversidad del patrimonio cultural y la riqueza en atracciones naturales que se extienden a lo largo de miles de kilómetros de antiguas Rutas, la Ruta de la Seda ofrece al visitante la oportunidad de experimentar una red única de destinos relacionados por una historia común²⁵. El turista es capaz de “caminar” sobre los pasos de los famosos exploradores de la Antigüedad como fueron Alejandro Magno o Marco Polo.

Los expertos de la UNESCO han dedicado años de investigación²⁶ para identificar y analizar las Rutas y corredores de la Ruta de la Seda. Sus descubrimientos incluyen una infinidad de antiguas ciudades, puertos de montaña, torres de vigía, hallazgos religiosos y arqueológicos, etc. Todos estos recursos ofrecen la oportunidad para el desarrollo del turismo, siempre y cuando éste no suponga una amenaza para el patrimonio histórico. Por ello, es importante prestar atención al desarrollo de un turismo sostenible que permita el disfrute de estos tesoros históricos y naturales a las generaciones venideras.

3.1 Países participantes

A fecha de enero de 2016, los países participantes en este proyecto Ruta de la Seda son 33²⁷: Albania, Arabia Saudí, Armenia, Azerbaiyán, Bangladesh, Bulgaria, China, Corea del Norte, Corea del Sur, Croacia, Egipto, España, Georgia, Grecia, Indonesia, Irán, Iraq, Israel, Italia, Japón, Kazajistán, Kirguistán, Mongolia, Pakistán, Rumanía, Rusia, San Marino, Siria, Tayikistán, Turquía, Turkmenistán, Ucrania y Uzbekistán; siendo España, uno de los últimos en incorporarse a la lista²⁸.

Hay otros países que pretenden sumarse al proyecto. Este es el caso de Marruecos y de Francia con la ciudad de Lyon, que presenta una arraigada tradición de la manufactura y comercio de la seda.

El siguiente mapa muestra los estados participantes en la plataforma Ruta de la Seda:

²⁵ <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-10-18/el-taller-de-la-omt-sobre-corredores-del-patrimonio-de-la-ruta-de-la-seda-s> (22/03/2016)

²⁶ <http://www.minetur.gob.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/2015/Paginas/20150512-Espa%C3%B1a-Rutadela-Seda.aspx> (22/03/2016)

²⁷ Silk Road Action Plan 2016/2017, p. 8 (10/03/2016)

²⁸ <http://www.minetur.gob.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/2015/Paginas/20150512-Espa%C3%B1a-Rutadela-Seda.aspx> (14/03/2016)

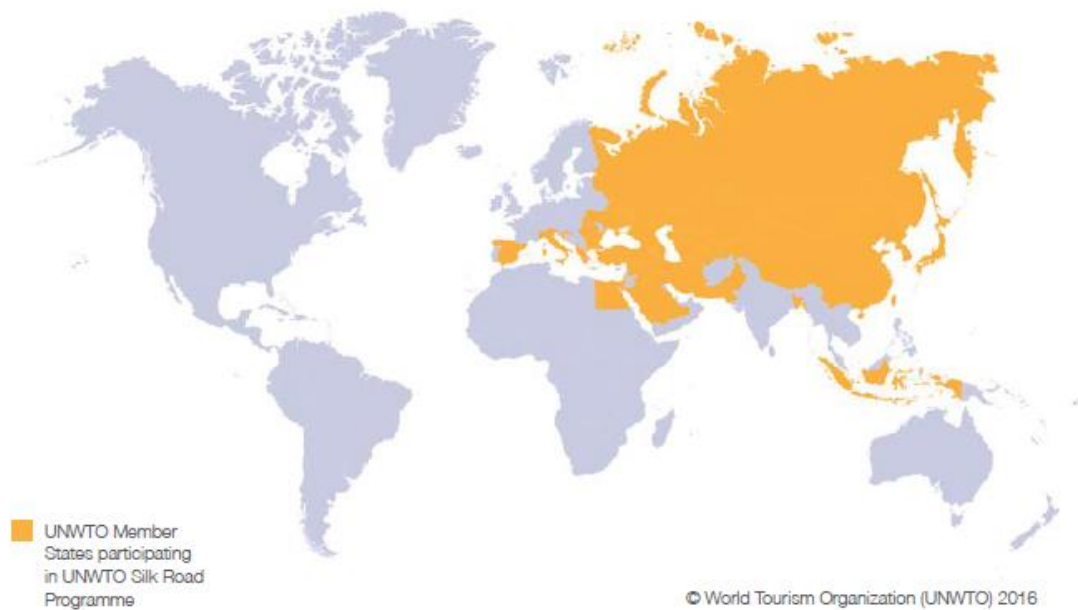


Ilustración 2. Países participantes. Fuente: Silk Road Action Plan 2016-2017. UNWTO (2016)

3.2 Rutas y patrimonio cultural

La Ruta de la Seda se caracteriza por las numerosas muestras de patrimonio tangible que podemos encontrar a lo largo de todas las rutas. Entre ellas podemos mencionar ciudades, como Petra; cuevas, como la de Mogao; o mausoleos, como el de Chashma-Aayub, por ejemplo.

Sin embargo, destacan las manifestaciones de patrimonio intangible que ha perdurado con el paso de los años y cuyo origen es la antigua Ruta de la Seda. Estas muestras forman parte de la identidad de las diferentes culturas que se han establecido en los territorios de la Seda a lo largo de su historia y por ello merecen ser tomadas con especial consideración dado su incalculable valor cultural.

A continuación enumeraremos algunos de los muchos ejemplos de patrimonio intangible catalogados por la UNESCO que se pueden encontrar a lo largo de las rutas que forman parte de la Ruta de la Seda.

Estos elementos que forman parte de la cultura de sus civilizaciones, pueden ordenarse dentro de seis amplios grupos según la temática²⁹:

Festivales

- La *fiesta della Sensa* (Venecia, Italia).
- Festival de Faroles chinos

²⁹ Fuente: The UNESCO Silk Road Online Platform.

- Festival de Vesak (Malasia, Nepal, China, India, Camboya, República de Corea, Sri Lanka, Tailandia, Indonesia)
- Festival tradicional de Naadam (Mongolia)

Conocimientos y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo

- Acupuntura y medicina tradicional China
- Tradición ceremonial del *Keşkek* (Turquía)
- Tejido de alfombras en Fars (Irán)
- Manufactura de la lana en Zafimaniry (Madagascar)

Prácticas sociales, rituales y eventos festivos

- Caligrafía china
- Corte de papel (China)
- Festival de año nuevo de Qiang
- Yamahoko (Japón)

Tradición oral y expresiones

- Hua'er (música tradicional china)
- Hudhud (relatos cantados de la comunidad Ifugao, Filipinas)
- Naqqāli (narrativa dramática iraní)
- Olonkho (relatos épicos de los Yakuts, Rusia)

Artes escénicas

- Mugham (música folclórica de Azerbaiyán)
- Ganggangsullae (ritual del sudoeste de la República de Corea)
- Canto polifónico georgiano
- Kutiyattam (teatro Sanscrito, en India)

Artesanía tradicional

- Arte del grabado de sellos chinos
- Espacio cultural del distrito Boysun (Uzbekistán)
- Batik (tejido tradicional indonesio)
- Rituales del Pahlevani y el Zoorkhanei (Irán)

La lista de patrimonio intangible relacionado con la Ruta de la Seda no contempla ninguna manifestación en nuestro país. Sin embargo, las fiestas tradicionales valencianas están cargadas de la huella del arte de la seda, presente en la indumentaria típica de las Fallas de Valencia, conocidas a nivel internacional. Por este motivo, Valencia ha solicitado la inclusión de las Fallas como Patrimonio de la UNESCO, hecho que se decidirá el próximo mes de septiembre.

4. VALENCIA COMO SEDE DE LA RUTA DE LA SEDA 2016

La seda es para la Comunidad Valenciana un fuerte signo de identidad, con unas instituciones sederas tan emblemáticas³⁰ como el Colegio de Arte Mayor de la Seda y la Lonja de los Mercaderes de la Seda.

Con motivo del vigésimo aniversario de la declaración de la Lonja de la Seda de Valencia como Patrimonio Cultural por parte de la UNESCO, la ciudad será sede de la Ruta de la Seda durante el presente año. Como se ha mencionado anteriormente, Valencia constituye el kilómetro 9090³¹ de esta ruta que tiene su comienzo en la ciudad china de Xí'an.

Echemos un vistazo a los actos relacionados con la Ruta de la Seda programados a lo largo del año 2016 en la ciudad, así como los escenarios más representativos de la tradición y cultura de la seda de la capital valenciana.

4.1 Actos programados ³²

- **Congreso científico organizado por la Universidad de Valencia** ³³
Coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Turismo, el 28 de septiembre de 2015, tuvo lugar una conferencia en la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia en la que se debatió acerca de la Ruta de la Seda y el proyecto UNESCO, del que la ciudad de Valencia forma parte. El apoyo de instituciones tan importantes como la Universidad de Valencia, entre otras, es imprescindible para aprovechar la oportunidad que este proyecto brinda a la ciudad en términos no solo de crecimiento económico sino de desarrollo del turismo cultural, además del entendimiento y establecimiento de diálogo entre las diversas culturas que forman parte de este proyecto.
- **Encuentro internacional durante las Fallas 2016**³⁴
Este es, sin duda, uno de los encuentros más significativos para la ciudad en relación al Proyecto. La reunión de los representantes de la UNESCO durante los días de máxima esplendor de las fiestas de Valencia, representa la oportunidad de dar a conocer la cultura valenciana y su vinculación a la seda a través de sus fiestas más significativas, reconocidas internacional e incluso mundialmente.
- **II Encuentro Mundial de Ciudades de la Ruta de la Seda (Multaqa de las tres culturas)**
Apoyado por el Ayuntamiento de la ciudad, este encuentro internacional promovido por la UNESCO³⁵ trajo a Valencia a representantes de los 33 países que participan en el

³⁰ <http://www.vlcnoticias.com/puig-la-incorporacion-de-valencia-a-la-ruta-de-la-seda-es-un-activo-economico-social-y-cultural/> (27/03/2016)

³¹ <http://www.lasprovincias.es/valencia-ciudad/201601/08/valencia-inicia-ruta-seda-20160108000337-v.html> (12/03/2016)

³² <http://www.adzucats.com/12145-2/> (15/06/2016)

³³ <http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/listado-noticias/clara-martinez-universitat-valencia-impulsara-ruta-seda-1285846070123/Noticia.html?id=1285948602800> (18/03/2016)

³⁴ http://cadenaser.com/emisora/2016/03/18/radio_valencia/1458306578_748065.html (28/03/2016)

Proyecto Ruta de la Seda entre los días 9 y 12 de junio de 2016. Este foro se desarrolló entre los espacios emblemáticos de la huella sedera en Valencia, como son La Lonja y el Colegio del Arte Mayor de la Seda, que ha vuelto a abrir sus puertas recientemente tras ser rehabilitado por parte de la fundación Hortensia Herrero.

Este encuentro internacional tiene como objetivo la puesta en valor del protagonismo histórico, social, cultural y económico del comercio y la elaboración de la seda en el territorio valenciano.

- **Exposición de miniaturas históricas en el Museo L'íber**³⁶

También conocido como el museo de los soldaditos de plomo, L'íber acogerá una exposición de miniaturas representando la historia de la ruta, desde su origen en Xi'an hasta el extremo más occidental, que coincide con la ciudad del Turia. La exposición incluirá desde las típicas caravanas hasta expediciones marítimas características de la antigua Ruta, y constituirá una primera muestra de otra de mayor envergadura que tendrá lugar en Kazajistán en el próximo año 2017.

Además de estos actos significativos para la ciudad, también han tenido lugar actos de menor envergadura, pero no por ello menos importantes para la promoción de la ciudad como destino turístico de la seda. Ejemplo de ello sería la celebración de la V Cabalgata del Año Nuevo chino³⁷, por iniciativa del instituto Confucio de la Universidad de Valencia, o la presentación del CD "Mar de Seda", iniciativa de *disc-jockeys* valencianos.

Se suman a estas propuestas, un ciclo de 14 conferencias³⁸ sobre la Ruta de la Seda impulsado por la librería Patagonia.

Por su lado, la Agencia Valenciana de Turismo ha promovido una serie de rutas culturales³⁹ en la ciudad, entre las que se encuentra la Ruta de la Seda. Este tipo de rutas interpretativas constituyen un método eficaz a la vez que interactivo de transmitir al público la importancia de los recursos culturales que posee la ciudad, en general, y la relación de la misma con una Ruta mundial en particular. Son una oportunidad para transmitir conocimientos, concienciar al público y establecer un producto turístico que perdure en el tiempo.

³⁵ <http://www.lavanguardia.com/local/valencia/20160413/401084687094/valencia-apoya-el-ii-encuentro-mundial-de-ciudades-de-la-ruta-de-la-seda.html> (15/06/2016)

³⁶ <http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-valencia-faro-ruta-seda-2016-20160107133110.html> (25/03/2016)

³⁷ <http://valenciabonita.es/2016/02/01/la-tradicional-cabalgata-de-valencia-del-ano-nuevo-chino-sera-el-6-de-febrero-de-2016/> (25/03/2016)

³⁸ <http://valenciaplaza.com/ruta-seda-valencia-proyecto-hilar-fino> (25/03/2016)

³⁹ <http://valenciaplaza.com/ruta-seda-valencia-proyecto-hilar-fino> (27/03/2016)

4.2 Escenarios principales de la Seda en la ciudad⁴⁰

- **Barrio de “Velluters” (terciopeleros)**

Es el escenario por excelencia de la tradición sedera en Valencia. En él se encuentran diversos puntos clave para el descubrimiento de la historia de la Ruta de la Seda en la ciudad que citaremos más adelante.

Se trata de un barrio que hoy día conserva la esencia de la época, con sus calles estrechas y entrecruzadas entre sí. Albergaba cerca de 5000 manufacturas registradas en la época de máximo esplendor del comercio de la seda en Valencia.

- **Lonja de los Mercaderes de la Seda**

Declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en el año 1996⁴¹, la Lonja de la Seda es uno de los monumentos más emblemáticos que posee la ciudad de Valencia. El edificio pertenece al gótico civil valenciano y es un símbolo de la riqueza de la ciudad en aquella época.

La Lonja se encuentra entre los 10 atractivos turísticos más visitados de la ciudad⁴², tan solo por detrás del complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, la Catedral y el Miguelete, y es el segundo museo de Valencia más visitado tras el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe (véase la Tabla 1). El volumen de visitas que recibe la Lonja de la Seda está en torno al medio millón⁴³ cada año.

Visitantes a los principales museos de Valencia ciudad. Año 2015		
1	Museo de las Ciencias Príncipe Felipe	1.092.224
2	Lonja de la Seda	488.498
3	Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad (MuVIM)	282.760
4	Centro Cultural La Beneficencia	200.784
5	Museo de Bellas Artes Pío V	151.018

Tabla 1. Visitantes a los principales museos de Valencia. Año 2015. Fuente: Anuario Estadístico de la Ciudad de Valencia 2015. Oficina Municipal de Estadística

- **Colegio del Arte Mayor de la Seda: Museo de la Seda de Valencia.**

Catalogado como el “Santuario”⁴⁴ de la Ruta en Valencia, el Colegio del Arte Mayor de la Seda fue fundado a finales del S. XV con motivo del auge de la seda valenciana. La finalización de las tareas de rehabilitación integral por parte de la fundación Hortensia Herrero y su inauguración coinciden con el 35º aniversario de su nombramiento como Monumento Histórico-Artístico Nacional, que se cumple este año.

⁴⁰ <http://www.turiart.com/catalogo-de-productos/proximas-rutas/> (30/06/2016)

⁴¹ <http://www.levante-emv.com/valencia/2016/05/29/seda-simbolo-identidad/1424564.html> (31/05/2016)

⁴² <http://www.lovevalencia.com/monumentos-mas-visitados-valencia.html> (04/04/2016)

⁴³ Fuente: Anuario Estadístico de la Ciudad de Valencia 2015. Oficina Municipal de Estadística

⁴⁴ <http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-ruta-seda-tendra-itinerario-peatonal-lonja-colegio-arte-mayor-20160504144308.html> (15/05/2016)

Su reapertura como Museo de la Seda en el Cap i Casal tuvo lugar el 18 de junio de 2016⁴⁵. Se encuentra en el barrio de Velluters y surgió con el objetivo de promover y dirigir una enseñanza del oficio de la seda. Contó con un gran prestigio gracias al cual reyes, nobles y ministros depositaron su confianza en la calidad de la seda valenciana. Actualmente, el Colegio alberga un museo con diversas salas de exposición, donde pueden encontrarse las obras pertenecientes a la colección, así como la maquinaria utilizada tradicionalmente, y dispone de una tienda donde ofrece los productos de excelente calidad a la venta: pañuelos, bolsos, abanicos, etc. La mayor representación de la seda valenciana que tiene lugar hoy en día son las telas con las que se confeccionan los trajes regionales valencianos, signo de la identidad sedera⁴⁶ de la región de *l'Horta* valenciana.

4.3 Beneficios para la ciudad

El proyecto Ruta de la Seda de la UNESCO, ha permitido corregir un error histórico en los mapas de las rutas de la seda, que terminaban en Venecia (Italia). Se ha conseguido que se reconozca a la ciudad de Valencia, que constituye el kilómetro 9090 de la Ruta, como punto perteneciente a la Ruta, dada la importancia histórica de la elaboración y el comercio de este material.

Como se ha comentado en apartados previos, la cultura compartida entre una red común de destinos unidos por esta Ruta supone una oportunidad para el desarrollo de un turismo cualitativo y duradero en el tiempo, que puede aportar innumerables ventajas para la ciudad. La intención de este proyecto es que la repercusión de los eventos programados para el año de la capitalidad de Valencia como sede de la Seda (2016) no termine con ellos sino que se establezca una cultura relacionada con la Seda.

Cabe destacar la importancia en general que presenta esta actividad económica muy potente, responsable de un porcentaje significativo del total del PIB mundial y que a la vez genera empleo y, en concreto, el desarrollo y eficaz establecimiento de un producto de turismo cultural de manera sostenible⁴⁷ en la ciudad constituye un vehículo para mejorar la reputación de la ciudad y de su turismo.

5. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE VALENCIA

A fin de determinar el potencial turístico que presenta la ciudad de Valencia comenzaremos determinando la posición que ocupa la Comunitat Valenciana respecto al resto de Comunidades Autónomas del territorio nacional en cuanto a llegadas de turistas extranjeros. A continuación veremos la posición que ocupa Valencia ciudad respecto a la provincia de Valencia en términos de número de viajeros y pernoctaciones.

⁴⁵ <http://valenciabonita.es/2016/02/18/el-colegio-del-arte-mayor-de-la-seda-vuelve-a-la-vida-el-18-de-junio-tras-una-gran-restauracion/> (5/04/2016)

⁴⁶ <http://www.turisvalencia.es/blog/ruta-de-la-seda-valencia/> (15/04/2016)

⁴⁷ <http://www.lovevalencia.com/la-ruta-de-la-seda-en-valencia.html> (10/04/2016)

Concluiremos este punto con el análisis detallado de la oferta y demanda turística que presenta la ciudad.

Posición que ocupa la Comunitat Valenciana respecto al resto de España

TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN CCAA DE DESTINO PRINCIPAL (AÑO 2015)		
CCAA	Turistas	% Variación interanual
Cataluña	17.446.046	3,88
Baleares	11.650.246	2,66
Canarias	11.589.737	1
Andalucía	9.321.676	9,68
C. Valenciana	6.495.633	4,33
Madrid	5.135.479	12,97
País Vasco	1.611.127	2,69
Galicia	1.209.969	15,36
Castilla y León	1.057.200	6,19
Murcia	862.295	7,07
Aragón	415.339	27,13
Cantabria	402.560	8,81
Navarra	253.373	-3,09
Asturias	242.923	3,6
Castilla - La Mancha	212.350	16,29
Extremadura	199.635	1,72
Rioja	83.626	37,05
TOTAL	68.189.214	5,05

Tabla 2. Llegada de turistas internacionales según Comunidad Autónoma. Año 2015. Fuente: Instituto Nacional de Estadística

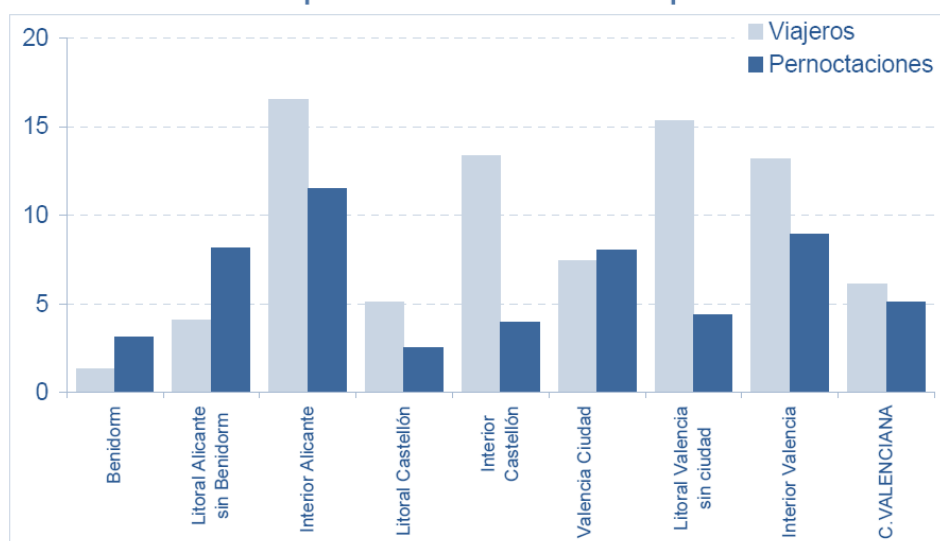
Como se puede observar en la Tabla 2, la Comunidad Valenciana ocupa la quinta posición en cuanto al número de llegadas de turistas internacionales, tras las comunidades autónomas de Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía.

La elección como destino por parte de los turistas de fuera del territorio nacional pone de manifiesto la importancia que tiene el turismo para la Comunitat.

Posición que ocupa Valencia respecto a la Comunidad Valenciana

En el siguiente gráfico se puede ver en qué lugar se sitúa Valencia ciudad dentro de la Comunitat Valenciana en relación al número de visitantes y pernoctaciones en establecimientos hoteleros.

Evolución pernoctaciones hoteleras por zonas



Fuente: INE

Ilustración 3. Evolución pernoctaciones hoteleras por zonas. Fuente: Encuesta de ocupación hotelera. Instituto Nacional de Estadística

Se muestran los datos divididos en diferentes zonas relevantes para la actividad turística de la Comunitat: Benidorm, litoral de Alicante (excluyendo Benidorm), interior de Alicante, litoral de Castellón, interior de Castellón, Valencia ciudad, litoral de Valencia (excluyendo Valencia ciudad) y, por último, el interior de la provincia de Valencia.

En número de viajeros, destaca el interior de Alicante, seguido del litoral de la provincia de Valencia, así como los interiores de Castellón y Valencia, respectivamente. La siguiente posición la ocupa Valencia ciudad, dato que pone de manifiesto la importancia de la ciudad para el turismo.

Respecto al número de pernoctaciones, la ciudad de Valencia se sitúa tras las zonas interiores de Alicante y Valencia, y a tan solo unos pasos del litoral alicantino.

5.1 Oferta y demanda turísticas

5.1.1 Oferta turística de la ciudad. Infraestructuras

Transporte

La ciudad de Valencia presenta una ventaja competitiva en lo referente a las comunicaciones respecto a otros destinos. Los viajeros tienen tres medios de acceder a la ciudad: por tierra, por mar y por aire.

➤ **Transporte terrestre**

- El AVE Valencia-Madrid conecta estas dos ciudades en un tiempo récord de 1 hora y 35 minutos. En el año 2015 un total de 2 millones⁴⁸ de pasajeros llegaron a Valencia a través de este servicio, superando en un 7% la cifra de usuarios del año anterior.
- Valencia cuenta con una amplia red de carreteras que hace posible el acceso a la ciudad desde cualquier lugar de España y la mayor parte de Europa. El automóvil es el medio de transporte más utilizado por los turistas nacionales para venir a Valencia.

➤ **Transporte aéreo**

El Aeropuerto de Valencia está ubicado a ocho kilómetros de la ciudad. En la última década se ha incrementado tanto el número de destinos como el número de aerolíneas, especialmente las de bajo coste. Las compañías aéreas de bajo coste que operan en el aeropuerto de Valencia se muestran en la Ilustración 4. Cabe destacar que algunas de las aerolíneas son de reciente incorporación, como es el caso de Transavia o German Wings.

CBC	País CBC	Llegadas CBC	% Cuota total llegadas en CBC	% variación interanual
Ryanair	Irlanda	856.745	56,1	7,7
Transavia	Holanda	99.087	6,5	3,9
EasyJet Airline Co. Ltd	R. Unido	117.038	7,7	11,2
Wizz Air	Hungría	80.379	5,3	1,8
Blue Air	Rumania	2.085	0,1	-92,2
Vueling	España	286.607	18,8	46,2
Wizz Air (Ukraine)	Ucrania	1.023	0,1	-91,9
Volotea	España	19.746	1,3	44,8
Transavia.com France	Francia	23.568	1,5	--
German Wings	Alemania	40.022	2,6	--
Total llegadas		1.526.300	100	15,3

Ilustración 4. Compañías de Bajo Coste (CBC) en el aeropuerto de Valencia. Año 2015. Fuente: Agència Valenciana de Turisme

Los destinos nacionales con mayor tráfico de pasajeros son Madrid, Palma de Mallorca y Sevilla, mientras que a nivel internacional son las ciudades de Londres, Milán y París.

➤ **Transporte marítimo**

El Puerto de Valencia atiende regularmente el tráfico de pasajeros con las Islas Baleares e Italia, así como al mercado de cruceros.

⁴⁸ http://www.hosteltur.com/114818_ave-desbanca-al-avion-capta-875-viajeros-madrid-valencia.html (15/05/2016)

En la Ilustración 5 se puede observar el medio de transporte utilizado por los turistas tanto nacionales (gráfico de la izquierda), como internacionales (a la derecha) para llegar a la ciudad desde su lugar de origen. A grandes rasgos, los turistas nacionales emplean mayoritariamente el vehículo, seguido del tren. En cambio, en el caso de los visitantes de fuera del territorio nacional, el avión constituye el primer medio de transporte. Este resultado puede explicarse por el aumento de las compañías de bajo coste que operan entre el aeropuerto de Valencia y muchas ciudades europeas.

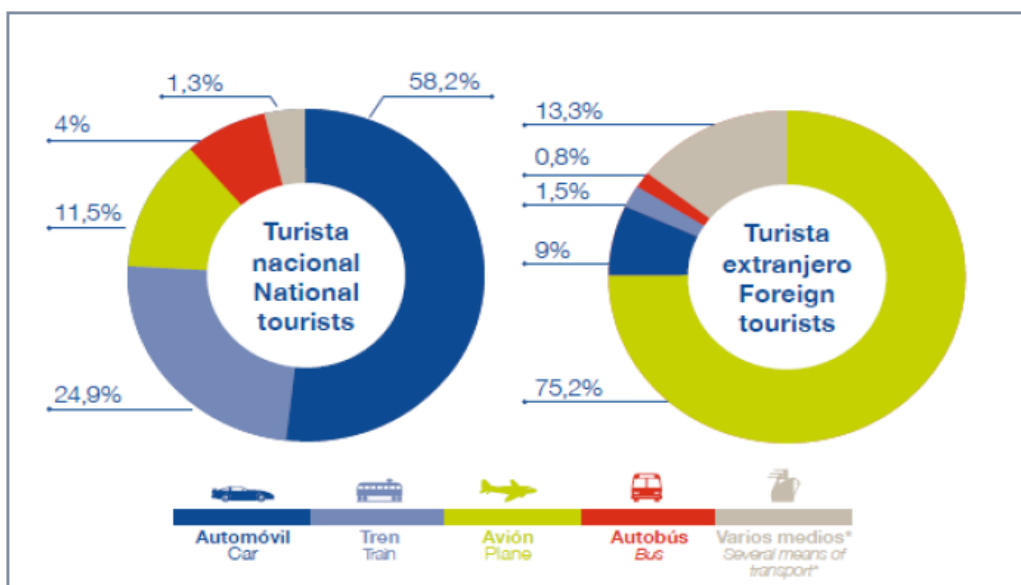


Ilustración 5. Medios de transporte utilizados por los viajeros para llegar a Valencia. FUENTE: Agencia Valenciana de Turismo

Alojamientos turísticos y restauración

Actualmente, la ciudad de Valencia cuenta con un total alrededor de 24.200 plazas de alojamiento turístico, de las cuales pertenecen a establecimientos hoteleros alrededor de 17.400 plazas, distribuidas en 135 establecimientos que incluyen hoteles, hostales y pensiones. La oferta de hoteles de la ciudad puede considerarse de gran calidad, pues más del 50% de los establecimientos pertenecen a la categoría de 4 y 5 estrellas, como muestra la Tabla 3 de la página siguiente.

En la tabla se ha plasmado la distribución de las plazas y establecimientos de los alojamientos turísticos disponibles en la ciudad de Valencia, clasificados según su tipología y categoría.

En cuanto a alojamientos extra-hoteleros destacan los apartamentos turísticos de diversas categorías, con más de 5800 plazas totales disponibles.

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS		Establecimientos	Plazas
	Hoteles	75	15.537
	*	4	164
	**	8	891
	***	22	3.337
	****	35	9.583
	*****	6	1.562
	Hostales	19	750
	*	15	563
	**	4	187
	Pensiones	41	1.122
	TOTAL	135	14.409
	ESTABLECIMIENTOS EXTRA-HOTELEROS	Apartamentos turísticos	1.307
Superior/Lujo		4	24
Primera		54	272
Estándar/Segunda		1.249	5.588
Campings		2	939
Gran confort		0	0
Primera		0	0
Segunda		2	939
TOTAL		1.309	6.823

Tabla 3. Oferta de alojamiento turístico en la ciudad de Valencia. Año 2015. Fuente: Instituto Valenciano de Estadística

En la Tabla 4 se puede observar la oferta de restaurantes que posee la ciudad, clasificados según categorías. Hay un total de 2367 establecimientos, que suponen alrededor de 123.000 plazas:

Categoría	Establecimientos	Plazas
Primera	31	2.199
Segunda	113	6.473
Tercera	2.223	113.992
TOTAL	2.367	122.664

Tabla 4. Oferta restaurantes. Elaboración propia. Fuente: Instituto Valenciano de Estadística.

Oferta de Turismo cultural. Museos y monumentos.

La Ilustración 6 es una comparación de Valencia ciudad, la provincia de Valencia y la Comunitat Valenciana en términos del número de recursos culturales que ofrecen. En el gráfico se distingue entre museos y colecciones museográficas y, monumentos y conjuntos históricos.

La proporción de recursos culturales que presenta la ciudad de Valencia en comparación con la de toda la región autónoma es bastante mayor, por lo que se explica el considerable peso del turismo cultural en la capital valenciana.

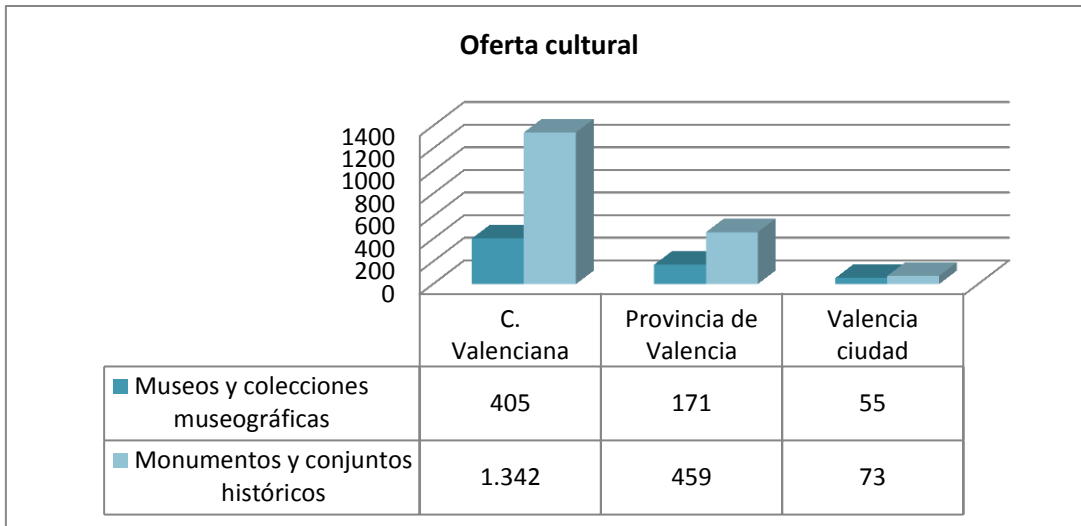


Ilustración 6. Oferta cultural. FUENTE: Agencia Valenciana de Turismo

5.1.2 Demanda turística de la ciudad

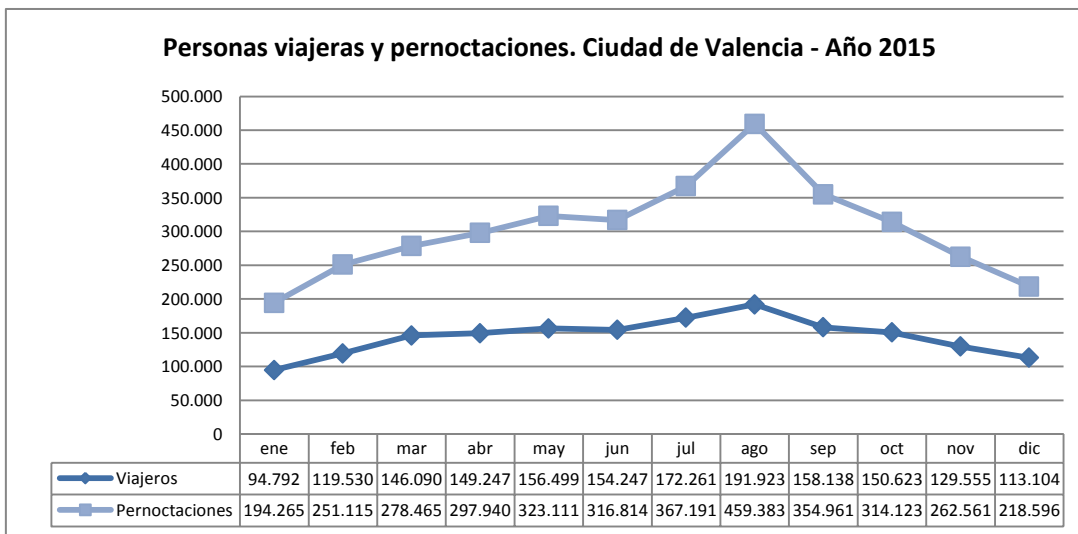


Ilustración 7. Personas viajeras y pernoctaciones. Valencia (ciudad) año 2015. FUENTE: Agencia Valenciana de Turismo

Tal y como se puede observar en la Ilustración 7, Valencia es un destino que, a diferencia de la gran mayoría de destinos costeros, no está afectado por el fenómeno de la estacionalidad. Aunque sí que se observan picos elevados durante el mes de agosto y picos más bajos en los meses de diciembre y enero, el resto del año se recibe un flujo más o menos constante de visitantes.

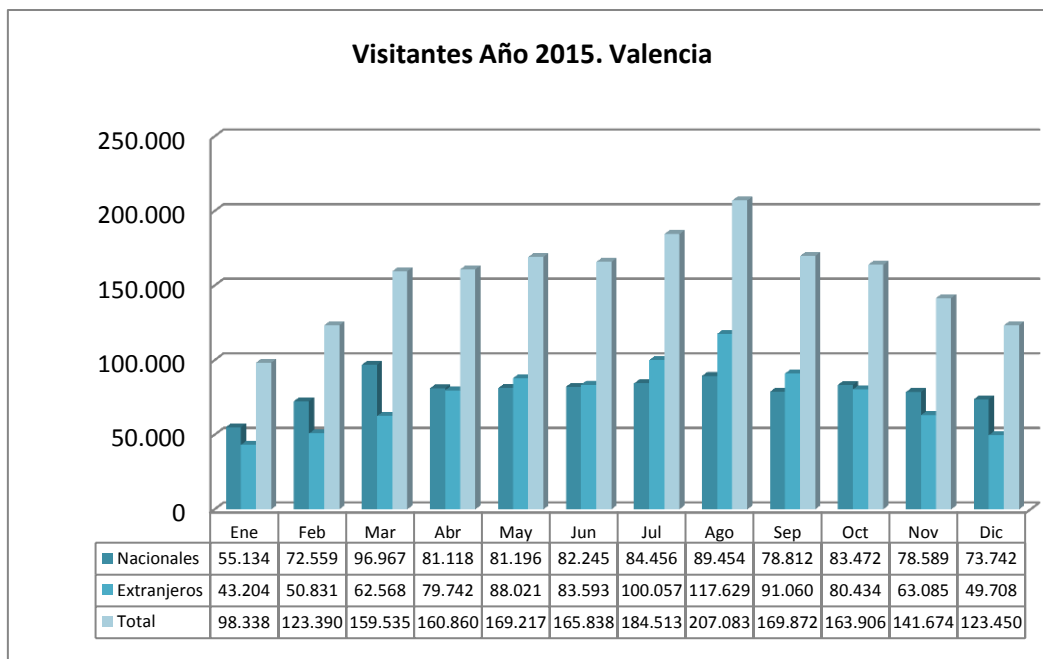


Ilustración 8. Visitantes mensuales Valencia. Año 2015. Fuente: Agència Valenciana de Turisme

La Ilustración 8 muestra un gráfico con el número de visitantes mensual que recibió la ciudad de Valencia a lo largo del pasado año 2015. A diferencia del primer gráfico, éste distingue a los visitantes según su procedencia en nacionales y extranjeros. Este modo de representar la información nos permite identificar la importancia que supone el turismo internacional para la ciudad de Valencia. La proporción de visitantes de fuera de España se iguala e incluso supera a la de visitantes nacionales en la mayoría de los meses, siendo enero-febrero y noviembre-diciembre los meses en que los visitantes nacionales superan a los extranjeros.

5.2 Análisis DAFO

Para tener una idea clara respecto a la situación actual que presenta la ciudad de Valencia entorno al turismo cultural, resulta imprescindible llevar a cabo el análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Detectaremos así los elementos que representan una ventaja competitiva para el desarrollo del tipo de turismo que estamos tratando, y aquéllos que actúan como impedimento para el desarrollo de las actividades turísticas y el éxito de un nuevo producto turístico. En la Tabla 5 se muestra este análisis DAFO:

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Turismo exclusivamente de sol y playa en la provincia de valencia - Turismo de fiesta - Imagen dañada de la ciudad por escándalos de corrupción política - Cualificación del personal - Escasa promoción del turismo cultural de la ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> - Competitividad de otros destinos que hayan trabajado este producto a lo largo de décadas - Aeropuerto Alicante-Elche más importante en llegadas y CBC (Compañías de Bajo Coste) - Situación económica de las familias y cifras de desempleo - Reducción de los periodos vacacionales de los trabajadores - Aumento de la oferta turística no reglada
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura turística (vías de acceso, instalaciones hoteleras...) - Amplia oferta de actividades, monumentos, ... - Gran variedad de productos complementarios (turismo gastronómico, deportivo, ...) - Climatología favorable - Las Fallas como fiestas de interés turístico internacional - Monumentos declarados patrimonio de la Humanidad (Lonja de la Seda) 	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto internacional Ruta de la Seda - Creación de un producto conjunto con otros países participantes - Aparición de nuevos canales de distribución cada vez más accesibles al público - Promoción turística a través de las redes sociales y portales de información turística especializadas (TripAdvisor, Minube...)

Tabla 5: Análisis DAFO. Fuente: elaboración propia.

6. SOSTENIBILIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO RUTA DE LA SEDA

La intención del proyecto UNESCO Ruta de la Seda es poner en valor el turismo cultural en las ciudades de la Ruta de la Seda. Entre ellas se encuentra Valencia, que presenta una amplia oferta cultural, además de una infraestructura turística competitiva que favorece la creación de producto de turismo cultural relacionado con la Ruta de la Seda.

El implantación de este nuevo producto turístico en la ciudad de Valencia supone una forma de promover un turismo sostenible en el tiempo, de modo que los acontecimientos programados para el presente año no se trate simplemente de eventos aislados, sino que signifiquen el punto de inicio del desarrollo del turismo cultural de la Seda en la ciudad.

Asimismo, se describirá la oferta cultural existente en torno a la Ruta de la Seda valenciana a disposición del visitante.

En la siguiente imagen se muestra un gráfico extraído de la investigación anual de TripAdvisor en mayo de 2015.

Top 10 researched Silk Road countries

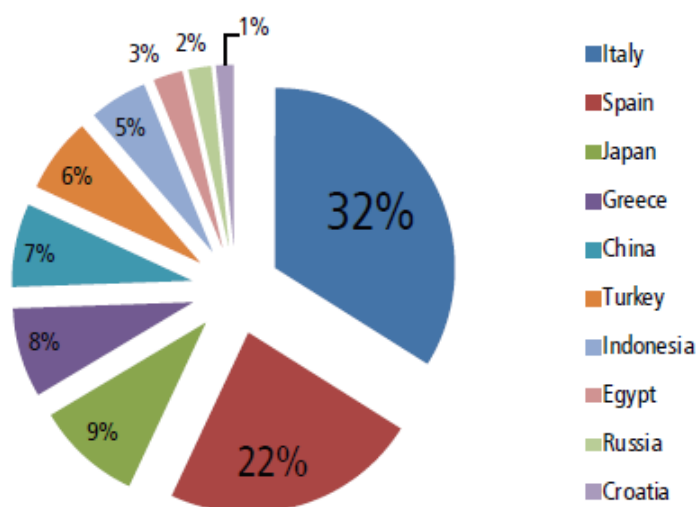


Ilustración 9. Ranking de los 10 países de la Ruta de la Seda más consultados en TripAdvisor. Fuente: TripAdvisor

Los datos revelan los países relacionados con la Ruta de la Seda que resultan más consultados por parte de los potenciales visitantes en este portal de información turística que es utilizado cada día por más personas en el momento de organizar su viaje o informarse acerca de un destino turístico.

España, con un 22% de las búsquedas relacionadas con el turismo de la Ruta de la Seda, ocupa el segundo lugar en este ranking después de Italia. Estas cifras indican que el visitante potencial tiene interés en el producto en nuestro país, y podría ser una razón para volcar los esfuerzos en idear un producto turístico en torno a la Ruta que perdure en el tiempo, objeto principal de este Trabajo de Fin de Grado.

6.1 Descripción del producto ofrecido

Rutas interpretativas

- **La Ruta de la Seda en Valencia. Turiart⁴⁹**

Turiart es una empresa valenciana que organiza todo tipo de eventos, visitas guiadas y actividades de turismo cultural en la Comunidad. Asimismo, ofrece formación a los guías turísticos asegurando la calidad y profesionalidad de las personas responsables de transmitir al público la esencia cultural y patrimonial que nos ofrece nuestro territorio.

La ruta dedicada a la temática de la seda consta de una serie de itinerarios, adaptados a todos los públicos, que recorren los escenarios de la seda que hemos comentado en

⁴⁹ <http://www.turiart.com/catalogo-de-productos/paseos-culturales/ruta-de-la-seda-en-valencia/>
(15/042016)

anteriores apartados. El objetivo de estas rutas es transmitir a los visitantes la importancia que la industria sedera valenciana ha tenido desde la época musulmana hasta la actualidad. Las rutas se realizan en castellano e inglés.

- **“Jugando con el gusano Valentín”. Actividades de la Seda para toda la familia⁵⁰**

Se trata de una actividad educativa, llevada a cabo por la empresa Turiart, y se centra en las etapas de la vida de un gusano de seda hasta convertirse en el producto final en las manufacturas. El proceso se explica con una serie de talleres y juegos que permiten la activa participación de los niños en un rango de edad desde los 4 a los 10 años, y la visita se ofrece en castellano y valenciano. El itinerario que sigue para explicar este proceso comienza en el Centro de Artesanía, a continuación las actividades se desarrollan en el Colegio de Arte Mayor de la Seda, donde se pueden contemplar los telares auténticos. Después se visitan algunas tiendas de artesanía donde se pueden contemplar las muestras reales de la manufactura de la Seda y se concluye el recorrido en la Lonja de la Seda, considerada como la “Gran Catedral” de la Ruta de la Seda en la capital del Turia.

Es una original forma de transmitir a los más pequeños la importancia de la seda en Valencia a lo largo de la historia y hasta nuestros días, mediante una especie de Gimkhana cultural que hace el aprendizaje mucho más ameno e interactivo.

La actividad se desarrolla a partir de principios de junio de 2016 hasta el último fin de semana de julio.

Exposiciones museísticas

Aquí se muestra un ejemplo de la sala dedicada a la Ruta de la Seda en el Museo Íber de los soldaditos de plomo. Las miniaturas representan algunas escenas de la Ruta (Véase ilustraciones 10 y 11).

⁵⁰ <http://www.turiart.com/catalogo-de-productos/actividades-en-familia/el-gusano-valentin/>
(15/05/2016)

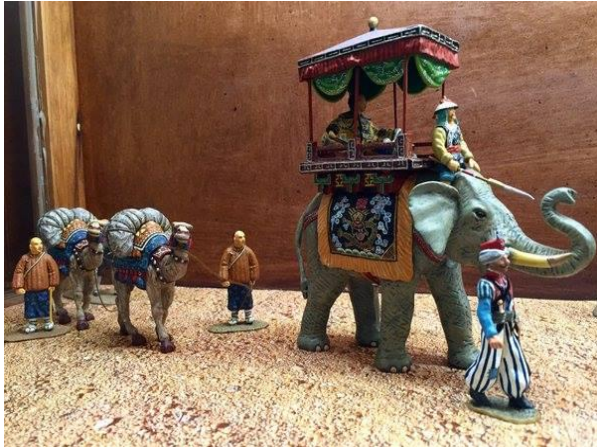


Ilustración 10. Representación de una caravana de la Ruta de la Seda. Fuente: Museu l'Íber



Ilustración 11. Representación de una escena de la Ruta de la Seda. Fuente: Museu l'Íber

Tiendas de productos tradicionales

En el tradicional barrio de Velluters, el visitante dispone de tiendas donde puede adquirir productos típicos manufacturados de este preciado material, la seda. Tanto para el turista como para el cliente local resulta una experiencia inigualable el poder admirar y adquirir estos valiosos; productos de pañuelos, abanicos y otras piezas textiles elaborados con técnicas tradicionales.

6.2 Determinación del público objetivo

El público al que va dirigido este producto turístico es básicamente aquel interesado en el turismo cultural. Gracias a las diversas posibilidades que se ofrecen al visitante, este tipo de turismo tan específico puede llegar a un amplio rango de visitantes, como por ejemplo, familias con niños. A través de las rutas adaptadas al público infantil se logra captar la atención de los más pequeños de manera mucho más eficaz que en las visitas convencionales. Los juegos y actividades en las que pueden participar hacen este producto mucho más atractivo al público infantil y a familias con hijos de corta edad.

En la Ilustración 12 de la página siguiente, se representa los visitantes de países que más búsquedas relacionadas con la Ruta de la Seda realizan:

Silk Road - Traveller Trends

Top 15 Global countries researching Silk Road

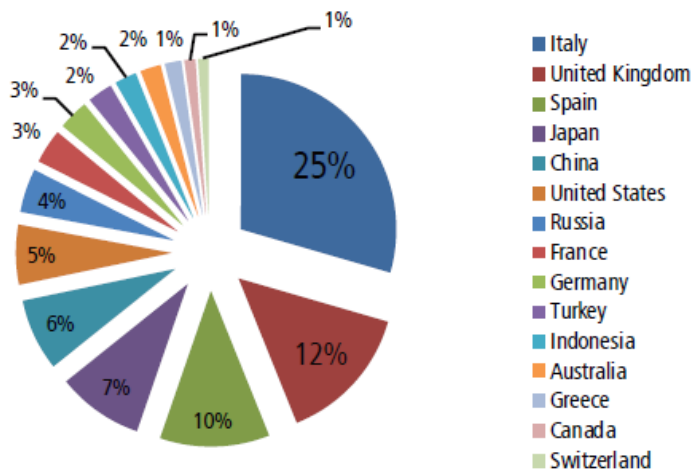


Ilustración 12. Ranking de países que realizan búsquedas sobre la Ruta de la Seda. Fuente: Tripadvisor. Mayo 2015

Los datos se han obtenido de un estudio realizado por TripAdvisor. Los países que encabezan dicha lista son: Italia, Reino Unido, España, seguidos de Japón y China, entre otros. El conocimiento de la tendencia de los viajeros por nacionalidades constituye una ventaja para orientar correctamente nuestro producto y adaptarnos al público objetivo sobre todo a la hora de desarrollar una estrategia de comunicación en diversos idiomas según las necesidades de los visitantes.

6.3 Análisis de la estrategia de comunicación

La promoción y ordenación del turismo en la ciudad de Valencia la realiza la Fundación Turismo Valencia. Dicha fundación fue creada en el año 1991. Se trata de una fundación privada sin ánimo de lucro en la que participan el Ayuntamiento de Valencia, la Cámara de Comercio, Feria Valencia y la Confederación Empresarial Valenciana, junto a la mayoría de las empresas locales del sector turístico⁵¹. Desde dicha Fundación se elaboran Planes estratégicos y Planes de Actuaciones que tienen por objeto gestionar y promocionar la actividad turística de la ciudad.

Desarrollaremos a continuación las diversas estrategias de promoción que se están llevando a cabo en torno al proyecto UNESCO de la Ruta de la Seda. Para ello, distinguiremos entre promoción off-line o tradicional y promoción *online*, y se llevará a cabo una comparativa entre ambas.

⁵¹ <http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau> (20/06/2016)

6.3.1 Promoción off-line

Comenzaremos con los medios de promoción tradicionales, aquéllos que surgieron antes de la aparición de Internet, pero que siguen suponiendo un sólido pilar sobre el que se apoya la promoción de destinos, empresas y productos turísticos.

Algunos de los instrumentos promocionales más destacables que pertenecen a esta clasificación son: las ferias de turismo, la promoción llevada a cabo en las Oficinas de Información Turística y la prensa.

Ferias de turismo

Las ferias de turismo pueden clasificarse como uno de los instrumentos promocionales tradicionales más importantes. Suponen lugares de encuentro entre profesionales del turismo y “clientes” potenciales, y tienen como objeto principal presentar los productos y destinos turísticos a los visitantes.

Entre otras, destaca la presencia de la Ruta de la Seda valenciana en FITUR (Feria Internacional de Turismo) en Madrid, una de las ferias de turismo de reconocimiento internacional que se celebra cada año en nuestro país y está enfocada a la promoción de los destinos, actividades y empresas turísticas de todo el mundo. La importancia de presentar el producto de Valencia y la Ruta de la Seda en la pasada edición reside en el volumen de visitantes que recibe la feria así como la presencia de visitantes profesionales y empresas del sector. El número de visitantes el pasado enero de 2016 ascendió a 232.000⁵², entre profesionales y público, un 6% más que en la edición de 2015. Estas cifras revelan la importancia de que el producto de la Ruta de la Seda en Valencia se presente en este tipo de acontecimientos, pues suponen una oportunidad para dar a conocer aquello que la ciudad de Valencia ofrece entorno a la Ruta de la Seda a numerosos turistas potenciales así como personas expertas del sector turístico. En general, las ferias de turismo son un vehículo imprescindible en la promoción en turismo, pues ofrecen la oportunidad de presentar nuestro producto y de establecer relaciones comerciales con personas influyentes del sector.

Oficinas de información turística

Se ha comprobado que la información que se ofrece al visitante en las Oficinas de Turismo de la ciudad respecto a la Ruta de la Seda no es muy amplia. Describimos a continuación la información que se encuentra en estas oficinas a disposición del turista.

En cuanto a soporte físico, existe un tríptico explicativo dedicado a este producto de turismo cultural, que describe la importancia que tuvo la seda para la ciudad, así como el proyecto Ruta de la Seda, promovido por la UNESCO. En el folleto, disponible en español e inglés, se describen brevemente los espacios de la ciudad que tienen protagonismo gracias a esta ruta histórica y se presenta el contexto histórico de la ruta en nuestra ciudad.

⁵² Fuente: HOSTELTUR

Al visitante interesado en la Ruta de la Seda, se le proporciona información acerca de los tres espacios más importantes de la ciudad: la Lonja de la Seda, el Colegio de Arte Mayor de la seda y el museo de l'íber. Sin embargo, no se le facilita información acerca de las rutas temáticas de la Seda que pueden realizarse, tratadas en un punto anterior y que permiten al turista contemplar una visión de la relación existente entre los espacios mencionados como conjunto representativo de la ruta de la seda, es decir, concebirlos como escenarios interrelacionados gracias a la seda y no como espacios independientes entre sí.

Se ha investigado qué tipo de información se ofrece al visitante en las Oficinas de Información turística relacionada con la Ruta de la Seda, en el caso de que el turista se interese por ello. Los informadores turísticos ofrecen simplemente las directrices sobre los espacios que pueden interesar a este tipo de turismo, es decir, los tres puntos clave de la Ruta de la Seda en Valencia: la Lonja de la Seda, el Colegio de Arte Mayor de la Seda y el Museo de l'íber.

También advertimos la ausencia de información más amplia acerca de las actividades en las que el turista puede participar de una forma más activa en la Ruta de la Seda en Valencia, un buen ejemplo de ello son las rutas interpretativas que describimos en apartados anteriores, adaptadas a todos los públicos.

Prensa

Se han encontrado numerosos artículos en periódicos tanto nacionales como autonómicos. En concreto, se ha consultado la versión digital de diversos periódicos: El Mundo, Levante EMV, Las Provincias, etc.

En ellos aparecen artículos mayoritariamente entorno a la capitalidad de Valencia este presente 2016, así como los actos oficiales programados con motivo de dicho acontecimiento. No se han localizado noticias relacionadas con el turismo en la ciudad o las actividades que el turista interesado en la Ruta de la Seda pueda encontrar a su disposición.

6.3.2 Promoción on-line

Internet y redes sociales

Las redes sociales constituyen una Fuente de información fundamental para el público de hoy en día. La información se encuentra al alcance de cualquier persona con un dispositivo conectado a internet y suele presentarse de forma más escueta en comparación a los medios tradicionales como la prensa. Todo ello hace que la información se transmita mucho más rápida y efectivamente entre el público interesado.

Se ha realizado un seguimiento de los perfiles en las diversas redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) dedicados al producto de la Ruta de la Seda en Valencia. Destaca el volumen de publicaciones que presentan dichos perfiles, así como el número de seguidores que poseen. En el caso de Facebook de UNESCO Valencia hay cerca de 6.000 seguidores; en twitter se han publicado 1.340 "tweets" y el volumen de seguidores es algo menor que para la página de Facebook. Algunos de estos ejemplos se observan en las Ilustraciones 13 y 14:



Ilustración 13. Página de Facebook de UNESCO Valencia



Ilustración 13. Perfil de twitter de UNESCO Valencia

Páginas oficiales de turismo

En la página oficial de turismo de Valencia, el producto de la Ruta de la Seda ocupa un lugar importante. El individuo interesado en conocer la ciudad en general y este producto en particular, tiene a su alcance la información para conocer el producto e interesarse por las actividades que la ciudad ofrece, entre ellas: visitas guiadas a los monumentos más significativos de la seda, rutas interpretativas, etc.

Sitios web de información turística

Los portales de información turística, constituyen hoy día una fuente de información indispensable a la hora de viajar. El turista se informa, cada día más, antes de desplazarse a su destino y es capaz de conocer la opinión de otros viajeros mientras organiza su escapada o sus vacaciones. El conjunto de este flujo de información hace que la experiencia del visitante sea mucho más fructífera, y se encuentra a disposición de todo el público, de manera que el destino llega a un rango mayor de interesados.

Algunos de los portales de viajes más visitados son TripAdvisor o Minube. Estos portales permiten a los visitantes puntuar los destinos turísticos que ha visitado, así como los monumentos turísticos o la oferta de alojamiento y restauración, entre otros. Gracias a estas opiniones, los potenciales visitantes del destino son capaces de conocer un poco más el destino y orientarse en sus decisiones. Algunas opiniones van acompañadas de fotografías que documentan la experiencia de los viajeros. Podemos ver algunos ejemplos de opiniones de viajeros en estas imágenes:



Ilustración 15. Ejemplo de comentarios sobre la Ruta de la Seda en China. Fuente: TripAdvisor



Ilustración 16. Ejemplo de comentarios sobre la visita a la Lonja de Valencia. Fuente: TripAdvisor



Ilustración 17. Ejemplo de comentarios sobre el Colegio de Arte Mayor de la Seda. Fuente: TripAdvisor

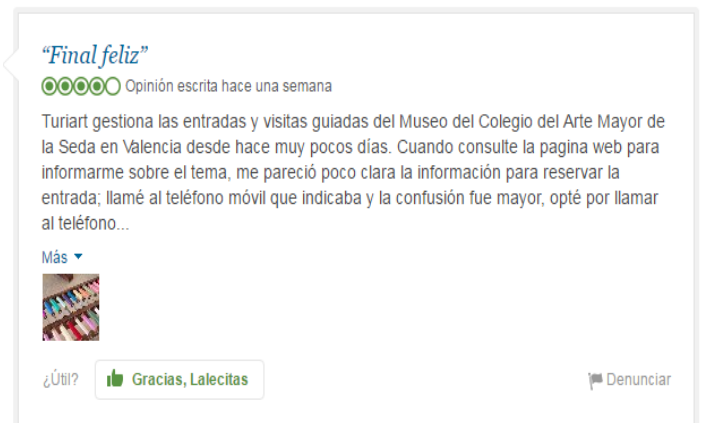


Ilustración 18. Ejemplo de comentarios sobre la visita guiada de Turiart por la Ruta de la Seda. Fuente: TripAdvisor

En la página siguiente se muestran dos imágenes de la página TripAdvisor relacionadas con nuestro objeto de estudio, la Ruta de la Seda.

En la Ilustración 19 se muestra un ranking de los países relacionados con la Ruta de la Seda mejor valorados por los visitantes. Los datos recogidos pertenecen al periodo enero 2013 a mayo 2015. En esta lista notamos que España no se encuentra entre estos países, pues su relación con la Ruta de la Seda se ha reconocido internacionalmente a partir del año 2015 gracias a la corrección de los mapas históricos que excluían a la Península Ibérica del recorrido de la Seda.

La ilustración 20 es un ejemplo de la iniciativa de TripAdvisor para promocionar el turismo en los destinos pertenecientes a la Ruta de la Seda, "Experience the Silk Road".

From the TripAdvisor Travel Trends Guide for the Silk Road 2015:

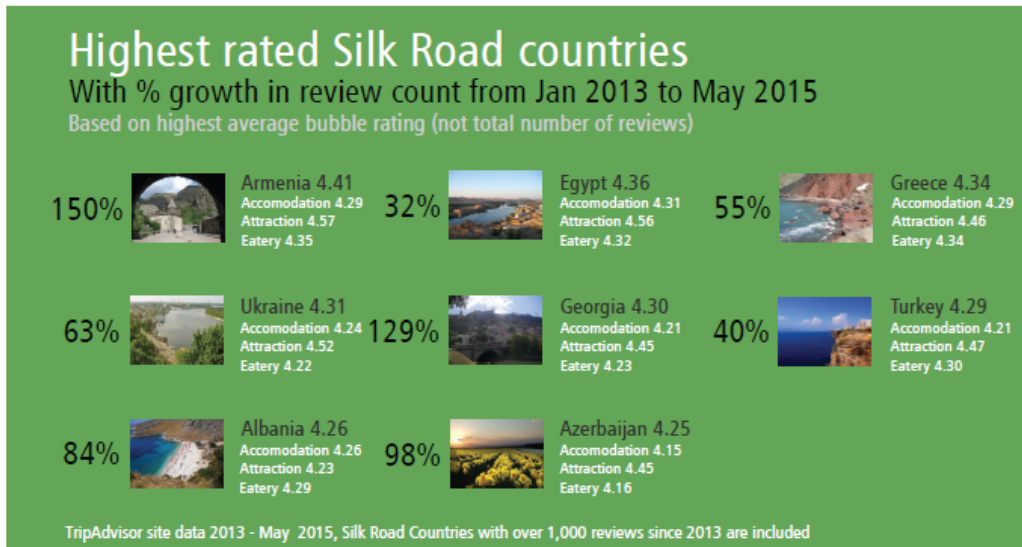


Ilustración 19. Ranking TripAdvisor ciudades de la Seda. Año 2015

UNWTO Silk Road initiative



tripadvisor.co.uk



Explore the sights, culture, and history of the Silk Road

Home → Africa → Egypt → Cairo Tourism

Home → Africa → Egypt → Cairo Tourism

Supported by:



Experience the Silk Road

The concept of a Silk Road tourism project was first raised at UNWTO's General Assembly in Indonesia in 1993. Encouraged by renewed interest in the Silk Road - for cultural exchange, trade and tourism - UNWTO decided to revive the ancient routes as a tourism concept, uniting three continents once more in a project encompassing over 12,000 km

UNESCO's World Heritage

Northern Adventure Route

Southern Adventure Route

Eco-Tourism Route



Historic Cairo
Egypt

Top-rated hotels
Top-rated restaurants
Top-rated attractions

Ilustración 20. Iniciativa TripAdvisor "Experience the Silk Road". FUENTE: TripAdvisor

Es importante que un portal que recibe tantos visitantes diariamente dedique estudios y publique datos entorno al turismo de la Ruta de la Seda, pues constituye una importante fuente de información para el turista actual y puede hacer que un mayor número de turistas o visitantes potenciales se interesen por este producto y deseen visitar los destinos relacionados con él por su rico contenido histórico y cultural.

7. PROPUESTAS DE MEJORA

Las propuestas de mejora entorno al producto de la Ruta de la Seda en Valencia se podrían focalizar en dos grandes aspectos: promoción y sostenibilidad del producto. En cuanto al potencial turístico de la ciudad, consideramos que la oferta turística de Valencia es altamente competitiva en relación a sus infraestructuras (transporte y alojamiento), así como oferta de turismo cultural, analizados en puntos anteriores.

7.1 Promoción turística

- Información disponible en las oficinas de turismo acerca de las posibilidades ofertadas al turista entorno a la Ruta de la Seda en Valencia: rutas y visitas guiadas por los puntos de la ciudad que forman parte de la Ruta.
- Información turística en diversos idiomas. Los folletos informativos se limitan al castellano e inglés, siendo que la ciudad recibe visitantes de muchos países del resto de Europa así como de otros continentes. Se deben centrar los esfuerzos en aquellas nacionalidades que tengan mayor presencia en el destino.
- Desarrollar una estrategia de promoción turística en idiomas diferentes a los ya existentes, básicamente castellano e inglés, para así atraer a turistas de nacionalidades que sean potenciales visitantes, y reforzar la promoción en las lenguas que se justifiquen por un mayor número de visitantes.
- Presencia en ferias de turismo internacionales con la finalidad de incrementar la visibilidad de Valencia como destino de la Ruta de la Seda. El producto se debería promocionar en ferias europeas que reciban un gran volumen de visitantes cada año como son la ITB Berlín o la World Travel Market (WTM), celebrada en Londres. Esto constituye una oportunidad para dar a conocer el producto a un mayor número de nacionalidades y visitantes potenciales.

7.2 Sostenibilidad del producto

- Continuidad de las rutas organizadas en torno al producto de la Ruta de la Seda. El objetivo de potenciar el turismo de la Ruta de la Seda en la ciudad sólo puede conseguirse si éste se sostiene más allá de los actos y actividades programados para el año de la capitalidad de Valencia.
- Ofertar las rutas por los escenarios de la seda valenciana en diversos idiomas, distintos del castellano y el inglés: francés, alemán, italiano, ruso, chino y japonés. Esta diversidad de idiomas se justifica por la llegada de visitantes a la ciudad procedentes de estas nacionalidades.
- Proponer actividades alternativas e ingeniosas, tales como la ruta dirigida al público infantil “Jugando con el gusano Valentín”. Este tipo de actividades relacionadas con esta ruta histórica hacen al turista partícipe de ella y son un modo de atraer turistas interesados en este tipo de turismo. El objetivo es ofrecer al turista algo más que las tradicionales visitas guiadas a monumentos históricos.

- Establecer un sistema que incentive al turista a participar activamente en la Ruta de la Seda y que se interese por visitar otras ciudades con la misma temática. Un modo de conseguirlo sería creando una especie de “pasaporte” del viajero de la Seda que se iría completando a medida que se visitan distintas ciudades pertenecientes a esta Ruta. La finalidad de este pasaporte sería “coleccionar” diversas ciudades de la Ruta de la Seda y conseguir un “tesoro” una vez se consigan 5 o 10 destinos diferentes. El obsequio consistiría en un producto de seda de elaboración tradicional de las tiendas artesanales dedicadas a su producción y venta.
- Incentivar la adquisición de productos de la seda típicos manufacturados, ofreciendo un pequeño descuento a los visitantes que participan en una Ruta guiada por los distintos escenarios de la Seda. El final de estos recorridos sería una de estas tiendas artesanales.
- Elaboración de productos turísticos transnacionales. Se pueden proponer a los visitantes rutas temáticas. Por ejemplo, realizar la Ruta de Marco Polo o la de Alejandro Magno, que son dos de las muchas ramificaciones de la gran Ruta de la Seda.
- Existencia de una planificación de las actividades en función de la demanda existente en cada temporada. Se debe elaborar un calendario con la cronología de las actividades programadas a medio-largo plazo, atendiendo a los picos de estacionalidad que se observan en los meses de verano y justifican la necesidad de planificar y ofrecer mayor número de actividades al turista en esta época del año.

8. CONCLUSIONES

A lo largo de la presente memoria se han desarrollado diversos puntos con el fin de cubrir los objetivos planteados al principio. El objetivo principal del TFG es analizar el potencial turístico que presenta Valencia en relación a la implantación de un nuevo producto turístico cultural. Gracias al análisis los diversos aspectos que se llevaron a cabo para estudiar esta hipótesis, se puede afirmar que Valencia presenta unas infraestructuras y otras características que la hacen óptima para el desarrollo de este nuevo producto.

Siguiendo con los objetivos secundarios planteados, se ha estudiado el público objetivo de este producto de la Ruta de la Seda. La oferta turística se dirige a un público interesado en el turismo cultural e incluye a un amplio rango de perfiles puesto que se ofrece al visitante la posibilidad de realizar actividades adaptadas a sus necesidades. Este es el ejemplo de la actividad “Jugando con el gusano Valentín” que permite al público infantil y a familias con niños disfrutar de la apasionante cultura de la seda que presenta la ciudad del Turia.

Otro de los objetivos que se ha desarrollado es el estudio de los recursos turísticos disponibles. De este análisis se puede concluir que Valencia presenta gran variedad de atractivos turísticos (monumentos, exposiciones museísticas,...) que la hacen apta para desarrollar un producto de turismo cultural.

La estrategia de comunicación turística es uno de los puntos más determinantes a la hora de promocionar un nuevo producto turístico. Se han estudiado diversas fuentes de promoción y podemos afirmar que el producto dispone de una fuerte promoción on-line a través de

Internet y sus redes sociales. Este aspecto es positivo dada la rapidez y eficacia que presenta el flujo de información a través de estos canales en el ámbito turístico, dado el creciente protagonismo de los sitios web y otros portales de información turística donde el visitante es capaz de conocer la opinión de otros miembros e incluso organizar y reservar sus vacaciones en tan sólo unos “clicks”. En cuanto a los medios de comunicación tradicionales, se ha observado un menor esfuerzo por parte de las organizaciones en promocionar el destino como producto de turismo cultural. En el apartado destinado a las estrategias de comunicación se trata la presencia de nuestro producto en ferias de turismo. Si bien el producto ha estado en la feria española más importante (FITUR), no se han encontrado referencias de que Valencia haya presentado su producto en otras ferias europeas de internacional importancia como son la ITB de Berlín o la World Travel Market (WTM) en Londres. Este hecho resta puntos al trabajo realizado en promoción, pues sería interesante dar a conocer Valencia como producto de la Seda en los mercados internacionales ya que hemos demostrado la capacidad de la ciudad para albergar un producto de turismo cultural.

Por último se han propuesto aspectos de mejora en relación al producto turístico en sí y a la estrategia de comunicación. Los puntos más destacables en el primer caso se dirigen a corregir la falta de planificación de las actividades ofrecidas y a fomentar o incentivar el interés del público objetivo por el producto de la Seda en Valencia. Algunas de las propuestas están enfocadas a promover una visión de conjunto entre la red de ciudades que forman parte de la Ruta de la Seda.

La Ruta de la Seda constituye una oportunidad para Valencia de aprovechar sus recursos culturales para atraer un tipo de turismo enfocado en la cultura y la tradición de la ciudad en torno a esta temática.

Aprovechando el atractivo y los recursos que ofrece la ciudad y llevando a cabo las acciones de mejora propuestas, se puede conseguir que la Ruta de la Seda continúe viva en la ciudad de Valencia y que la magia inunde los escenarios por los que discurre.

9. BIBLIOGRAFÍA

ADZUCATS (2016). “El II Encuentro Mundial de Ciudades de la Ruta de la Seda y sus actos del 8 al 12 de junio en Valencia” en *Adzucats*, 8 de junio. <<http://www.adzucats.com/12145-2/>> [Consulta: 15 de junio 2016]

CASTRO, N. (2016). “La Unesco testa la presencia de la seda en las fallas” en *Cadena SER*, 18 de marzo. <http://cadenaser.com/emisora/2016/03/18/radio_valencia/1458306578_748065.html> [Consulta: 28 de marzo 2016]

EL MUNDO (2015). “La Ruta de la Seda, vínculo económico, político y cultural de Oriente y Occidente” en *El Mundo*, edición Comunidad Valenciana. <<http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/10/08/56168fe7ca4741493b8b4628.html>> [Consulta: 15 de Febrero de 2016]

EUROPA PRESS (2016). “Valencia, “faro” de la Ruta de la Seda en 2016” en *Europa Press*, 7 de enero. <<http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-valencia-faro-ruta-seda-2016-20160107133110.html>> [Consulta: 25 de marzo 2016]

FRONTUR. <<http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>> [Consulta: 15 de mayo de 2016]

EUROPA PRESS (2016). “La Ruta de la Seda tendrá un itinerario peatonal entre la Lonja y el Colegio de Arte Mayor” en Europa Press, 4 de mayo. <<http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-ruta-seda-tendra-itinerario-peatonal-lonja-colegio-arte-mayor-20160504144308.html>> [Consulta: 15 de mayo 2016]

GARSÁN, C. (2016) “La Ruta de la Seda o la oportunidad de Valencia de reparar su imagen exterior” en *Culturplaza*, 8 de enero. <<http://valenciaplaza.com/la-ruta-de-la-seda-o-la-oportunidad-de-valencia-de-reparar-su-imagen-exterior>> [Consulta: 20 de marzo 2016]

HOSTELTUR (2016). “Más de dos millones de pasajeros en 2015. El AVE capta el 87,5% de los viajeros entre Madrid y Valencia y desbanca al avión” en *Hosteltur noticias de Turismo*, 28 de enero. <http://www.hosteltur.com/114818_ave-desbanca-al-avion-capta-875-viajeros-madrid-valencia.html> [Consulta: 15 de mayo 2016]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. <<http://www.ine.es/>> [Consulta: 20 de mayo 2016]

INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADÍSTICA <<http://www.ive.es/>> [Consulta: 16 de mayo 2016]

LA VANGUARDIA (2016). “Valencia apoya el II Encuentro Mundial de Ciudades de la Ruta de la Seda” en *La Vanguardia*, 13 de abril. <<http://www.lavanguardia.com/local/valencia/20160413/401084687094/valencia-apoya-el-ii-encuentro-mundial-de-ciudades-de-la-ruta-de-la-seda.html>> [Consulta: 15 de junio 2016]

LEVANTE-EMV (2016). “La seda, símbolo de identidad” en *Levante el Mercantil Valenciano*, 29 de mayo. <<http://www.levante-emv.com/valencia/2016/05/29/seda-simbolo-identidad/1424564.html>> [Consulta: 31 de mayo 2016]

LOVE VALENCIA. *La Ruta de la seda en Valencia*. <<http://www.lovevalencia.com/la-ruta-de-la-seda-en-valencia.html#>> [Consulta: 20 de marzo 2016]

LOVE VALENCIA (2016). “Los Monumentos más visitados de Valencia” ¿FECHA? <<http://www.lovevalencia.com/monumentos-mas-visitados-valencia.html>> [Consulta: 4 de abril 2016]

MAGRANER, J. (2016). “Valencia, vértice de la ruta de la seda” en *Cadena Ser, Radio Valencia*.

<http://cadenaser.com/m/emisora/2016/01/07/radio_valencia/1452168110_431413.html>

[Consulta: 15 de febrero de 2016]

Ministerio de Industria, Energía y Turismo MINETUR <<http://www.minetur.gob.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/2015/Paginas/20150512-Espa%C3%B1a-Rutadela-Seda.aspx>> [Consulta: 22 de marzo 2016]

Organización Mundial Del Turismo OMT <<http://media.unwto.org/es>> [Consulta: 22 de marzo 2016]

PORTAL DE TURISMO COMUNITAT VALENCIANA (2016). *Valencia en la Ruta de la Seda*. <<http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/turismo-cultural/ruta-seda-valencia#>> [Consulta: 22 de marzo 2016]

RODRÍGUEZ, C. (2008). *La ruta de la seda*. Barcelona: editorial Planeta.

The UNESCO Silk Road Online Platform. <<https://en.unesco.org/silkroad/unesco-silk-road-online-platform>> [Consulta: 28 de abril 2016]

TURIART (2016). *Próximas rutas*. <<http://www.turiart.com/productos/proximas-rutas/>> [Consulta: 30 de junio 2016]

TRIPADVISOR (2015). <<https://www.tripadvisor.es/>> [Consulta: 12 de junio]

TURISMO VALENCIA (2015) “Los hilos de la seda en Valencia” en *Blog oficial de turismo en Valencia*, 19 de octubre. <<http://www.turisvalencia.es/blog/ruta-de-la-seda-valencia/>> [Consulta: 15 de abril 2016]

TURISMO VALENCIA (2014). *Ruta de la seda en Valencia*. <<http://www.turisvalencia.es/es/sugerencia-vlc/ruta-de-la-seda-en-valencia>> [Consulta: 20 de marzo 2016]

UNESCO Valencia, “Presentación de Valencia como Focal Point de la Silk Road Online Platform” en Youtube <<https://www.youtube.com/watch?v=Vh7ZfHVuDys&feature=youtu.be>> [Consulta: 22 de febrero de 2016]

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (2015). “Clara Martínez: “La Universitat de València impulsará la Ruta de la Seda”” ¿?

UNWTO Silk Road Programme <<http://silkroad.unwto.org/>> [Consulta: 10 de marzo 2016]

VALENCIA BONITA (2016). “La tradicional Cabalgata de Valencia del Año Nuevo Chino será el 6 de febrero de 2016” en *ValenciaBonita.es*, 1 de febrero. <<http://valenciabonita.es/2016/02/01/la-tradicional-cabalgata-de-valencia-del-ano-nuevo-chino-sera-el-6-de-febrero-de-2016/>> [Consulta: 25 de marzo 2016]

VALENCIA BONITA (2016). “El Colegio del Arte Mayor de la Seda vuelve a la vida el 18 de junio tras una gran restauración” en *ValenciaBonita.es*, 18 de febrero. <<http://valenciabonita.es/2016/02/18/el-colegio-del-arte-mayor-de-la-seda-vuelve-a-la-vida-el-18-de-junio-tras-una-gran-restauracion/>> [Consulta: 5 de abril 2016]

VIÑAS, E. (2016). “La ruta (o el reto) de la Seda: un proyecto para hilar fino” en *Culturplaza*, 10 de enero. <<http://valenciaplaza.com/ruta-seda-valencia-proyecto-hilar-fino>> [Consulta: 25 de marzo 2016]