

**UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA**  
**ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA**  
**Diplomatura en Turismo**

---



**UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA**



**ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA**

**“Guía para la ejecución y seguimiento  
de un Plan de Dinamización del  
Producto Turístico”**

**TRABAJO FINAL DE CARRERA**

Autor/es:  
**Vicente Ribes Castera**

Director/es:  
**D. Bernat Roig Merino**

**GANDIA, 2011**

---

# INDICE

<b>1. Introducción: Objetivos y Metodología</b>	<b>2</b>
1.1. Marco conceptual Plan de Dinamización	4
<b>2. Etapas del Plan Dinamización</b>	<b>5</b>
2.1. Convenio Plan de Dinamización Producto Turístico	5
2.2. Comisión de seguimiento	9
2.2.1 Actas	9
2.2.2 Propuestas de gasto	9
2.2.3 Protocolo	9
2.2.4 Informes	10
2.2.5 Votaciones	10
2.3. Actuaciones Plan de Dinamización	11
2.3.1 1ª Anualidad	11
2.3.2 2ª Anualidad	11
2.3.3 3ª Anualidad	11
2.4. Prórrogas y avales.	12
2.5. Pagos a proveedores de servicios o suministros	14
2.6. Proyectos/actuaciones dentro de las anualidades	15
2.6.1 Proyectos	15
2.6.2 Procedimiento	15
2.6.3 Solicitud de presupuestos.	17
2.6.4 Autorización/ propuesta de gasto	18
2.6.5 Pliegos	18
2.6.6 Expedientes	20
2.7. Prensa y comunicación	20
2.8. Fin del Plan de Dinamización	21
<b>3. Conclusiones</b>	<b>21</b>
<b>4. Biografía</b>	<b>22</b>
<b>ANEJO I Documentos oficiales</b>	<b>23</b>
<b>ANEJO II Modelo de Acta</b>	<b>27</b>
<b>ANEJO III Ejemplos actuaciones caso Santa Pola y Cullera</b>	<b>30</b>

## 1. Introducción: objetivos y metodología

Este trabajo fin de carrera se ha gestado, a través de mi experiencia profesional en este tema, colaborando en la ejecución del Plan de Dinamización Producto Turístico Cullera.

La intención de realizar una “Guía para la ejecución y seguimiento de un Plan de Dinamización del Producto Turístico” como proyecto final de carrera, es la de mostrar cómo se gestiona en la práctica un Plan de Dinamización y cuáles son los pasos a seguir.

En este proyecto se muestran las líneas generales de cómo puede gestionarse un plan de dinamización desde el punto de vista de la gerencia. La gestión de un Plan de Dinamización no es nada sencillo, ya que, aunque las distintas administraciones públicas te van marcando los pasos a seguir, estos pueden ir cambiando según las modificaciones que se van acordando entre dichas administraciones. Además, cada organismo tiene una forma de auditoria y seguimiento diferente.

En este sentido, los funcionarios de las diferentes administraciones (Generalitat y Ministerio, en este caso), van marcando las pautas y advirtiendo de los cambios que se van produciendo en los documentos y en la gestión general del Plan de Dinamización.

## **Objetivos.**

El objetivo de este TFC es la redacción de una guía en la que se describan los pasos a seguir para la ejecución y seguimiento de un Plan de Dinamización Turística, y que sea útil, a su vez, como herramienta actualizada para el seguimiento de subvenciones que provengan de instituciones públicas.

Generalmente todas las subvenciones que provienen de las administraciones públicas tienen más o menos los mismos pasos a seguir, empezando con la firma del convenio y todos los documentos sobre las contrataciones y las justificaciones finales.

## **Metodología.**

Para la realización de este TFC se han seguido las siguientes etapas

- Búsqueda de información actualizada, en entidades públicas, sobre ayudas y subvenciones.
- Localización de ejemplos de otros planes de dinamización y proyectos realizados en ellos, para obtener una comparativa de la gestión de varios planes.
- Revisión de las anotaciones y borradores que dispongo del periodo que estuve trabajando en la gestión administrativa del Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera: desde la ejecución de las actuaciones, contrataciones, búsqueda de empresas, auditoria con las administraciones publicas y revisión y seguimiento de las mismas.
- Búsqueda de documentación, en las páginas web del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; Conselleria de Turismo de la Generalitat y fondos FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional).
- Trabajo de gabinete y revisión de la documentación.
- Redacción del proyecto.

## 1.1. Marco conceptual: Plan de Dinamización

A continuación aparecerá una breve explicación de qué es un plan de dinamización, para ponernos en situación antes de empezar con las etapas de dicho plan.

Asimismo, se muestra una Tabla con un esquema de los pasos a seguir en la gestión de un Plan de Dinamización. Esta Tabla contiene los mismos puntos que el epígrafe 2 de este TFC:

### Qué es un plan de dinamización?

Es un programa de inversiones orientadas a complementar y mejorar aspectos fácilmente reconocibles y percibidos por el turista y por la población local, que reforzará e impulsará el producto turístico de una ciudad, garantizando la mejora de calidad y competitividad.

*[PAGINA CULLERA DE NOU \[www.culleradenou.es\]](http://www.culleradenou.es)*

### Qué organismos lo componen?

Está compuesto por Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; la Conselleria o departamento de Turismo de la comunidad autónoma correspondiente; FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional); el Ayuntamiento de la localidad, región o comarca; y las asociaciones de hostelería, empresarios o comerciantes de la localidad, región o comarca.

Solamente tres organismos tienen aportación económica, que son:

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Conselleria o departamento de Turismo de la comunidad autónoma correspondiente.
- El Ayuntamiento de la localidad, región o comarca.

## 2. Etapas de un Plan de Dinamización

A continuación se muestran las diferentes etapas o pasos a seguir en la gestión de un Plan de Dinamización turística, siguiendo un orden cronológico aproximado.

### 2.1. Convenio Plan de Dinamización Producto Turístico.

El convenio del Plan de Dinamización del Producto Turístico, es un documento firmado por todos los organismos (excepto FEDER), donde las partes firmantes exponen las aportaciones económicas y las cláusulas que se debe regir el plan de dinamización, y como un incumplimiento de ellas, puede hacer que cualquier organización pueda quitar su aportación, y así finalizarse el Plan de Dinamización.

*Las cuestiones litigiosas que surjan en la interpretación y cumplimiento del presente Convenio, sin perjuicio de lo previsto en la cláusula octava, serán competencia del Orden Jurisdiccional Contencioso Administrativo.*

*Y en prueba de conformidad lo firman, por quintuplicado ejemplar los intervinientes, en el lugar y fecha indicados en el encabezamiento.*

*FUENTE: CLAUSULA DECIMOSÉPTIMA DEL CONVENIO DE COLABORACIÓN DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN DE CULLERA.*

Este convenio exige que el Plan de Dinamización sea gestionado por una persona jurídica, que se denominará Gerencia del Plan, que aparecerá como un proyecto o actuación dentro de las anualidades.

*Con el fin de gestionar, aplicar y ejecutar el Plan de Dinamización del Producto Turístico se creará, sin personalidad jurídica, una Gerencia del Plan como órgano de apoyo a la Comisión de Seguimiento.*

*Las funciones a desarrollar por la Gerencia serán:*

- *Impulsar las actuaciones del Plan.*
- *Difundir el Plan.*

- *Colaborar en la reflexión estratégica sobre el Plan de Dinamización del Producto Turístico como destino turístico.*
- *Efectuar propuestas de actuaciones.*
- *Procurar la coordinación del Plan del Plan de Dinamización del Producto Turístico con otras actuaciones que puedan llevar a cabo en la zona las administraciones representadas en el Convenio.*
- *Recabar la documentación precisa para la justificación de las actuaciones del Plan a que se refiere la cláusula cuarta del presente convenio y en particular la referida al FEDER en los casos en que sea preciso.*
- *Ejercer la secretaría de la Comisión de Seguimiento y del Plan.*
- *Cualquier otra que le asigne la Comisión de Seguimiento.*

FUENTE: CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE EL MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, LA CONSELLERÍA DE TURISMO DE LA GENERALITAT VALENCIANA A TRAVÉS DE LA AGENCIA VALENCIANA DEL TURISME, EL M.I. AYUNTAMIENTO DE CULLERA, LA ASOCIACION DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA DE CULLERA YSU COMARCA y LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE CULLERA , PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO EN CULLERA.

## 2.2 Comisión de seguimiento.

A continuación voy a adjuntar un fragmento del convenio del Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera, donde aparece explicado en qué consiste la Comisión de Seguimiento, cuáles son sus funciones y quiénes lo componen.

*Se crea una Comisión de Seguimiento del Plan de Dinamización del Producto Turístico sin personalidad jurídica, formada por los representantes de las partes firmantes, que tendrá las siguientes atribuciones:*

- *Aprobar anualmente los proyectos en que se concreten las actuaciones a llevar a cabo, excepto los de la primera anualidad, cuya aprobación se ha de haber producido por las Administraciones intervinientes al suscribir el convenio.*
- *Proceder a la revisión y adecuación de las actuaciones siempre que lo aconsejen las circunstancias.*
- *Programar la ejecución de los proyectos, determinar los criterios para su realización y verificar su ejecución, así como su adecuación a los fines perseguidos.*
- *Adoptar las medidas que estime más adecuadas para la mejor organización y funcionamiento del Convenio.*
- *Resolver los problemas de interpretación y cumplimiento del Convenio.*
- *Actuar, sin perjuicio de las competencias de la correspondiente Mesa de Contratación, como Comisión Asesora para elaborar informes al órgano de contratación del M.I Ayuntamiento, en las adjudicaciones de los contratos que afecten al Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera y en la selección del gerente, excepto en aquellos casos en los que la Comisión renuncie expresamente a ello.*
- *Solicitar a las partes firmantes, cuando alguna circunstancia sobrevinida así lo aconseje, la ampliación del plazo de ejecución y justificación de las actuaciones, con una antelación mínima de dos meses.*



- *Proponer el nombramiento del gerente, conforme a los principios de igualdad, publicidad y concurrencia.*
- *Dirigir la labor de la gerencia y autorizar y verificar sus gastos.*
- *Acordar, motivadamente, la aplicación de los remanentes a que se refiere la cláusula novena.*

*La Comisión de Seguimiento se regirá por las siguientes normas:*

*Estará formada por: el Secretario de Estado de Turismo o el funcionario de su Centro Directivo que él designe, así como un representante de la Delegación del Gobierno en la Comunitat Valenciana, por parte de la Administración General del Estado; la Consellera de Turismo y Presidenta de Agencia Valenciana de Turisme y/o el funcionario de su Centro Directivo que designe, por parte de la Comunitat Valenciana; el Alcalde del M.I Ayuntamiento de Cullera y/o el Concejal de Turismo, por parte del M.I Ayuntamiento de Cullera; el Presidente y/o persona que este designe, por parte de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Cullera y su comarca.*

- *Se entenderá válidamente constituida cuando estén representadas todas las Administraciones firmantes.*
- *Podrá invitar a asistir a sus reuniones a los expertos o técnicos que considere necesario, quienes tendrán voz pero no voto.*
- *El Presidente de M.I Ayuntamiento de Cullera o la persona en quien delegue presidirá la Comisión de Seguimiento.*
- *Como Secretario actuará el Gerente del Plan. En caso de vacante actuará como Secretario de la Comisión el Secretario del M.I Ayuntamiento de Cullera.*
- *Se reunirá a iniciativa de su Presidente, cuando alguno de sus miembros lo solicite y, en cualquier caso, un mínimo de tres veces al año.*
- *Los acuerdos serán adoptados por mayoría de las partes representadas, excepto la aprobación de las actuaciones, su modificación y solicitud de prórroga del plazo de ejecución y justificación que exigirá la unanimidad de*

*las Administraciones; en caso de que existan varias asociaciones empresariales, el conjunto de sus representantes constituirá una parte con un único voto, que será consensuado entre ellas.*

FUENTE: CLUSULA OCTAVA DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO DE CULLERA.

### **2.2.1- Actas.**

En todas las comisiones de seguimiento se realizará un acta con todo lo dicho en ella. Esta acta la realizará/redactará la Gerencia del Plan de Dinamización.

En el caso de la Comunitat Valenciana, la Conselleria de Turismo, adjunta un modelo de acta obligado para hacerlas, en cambio, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se conforma con el modelo de acta de la Conselleria.

### **\*Ejemplo de Acta en Anejo 2.**

### **2.2.2.- Propuestas de gasto.**

Cada gasto o acción que repercute en alguna actuación del Plan de Dinamización, tiene que ser aprobada por la Comisión de Seguimiento. Desde la Gerencia del Plan se envía una propuesta de gasto/acción, para que las administraciones la evalúen y den el visto bueno al gasto/acción. Una acción o gasto realizado sin el consentimiento de las administraciones se rechazaría ese gasto y tendría que hacerse cargo el ayuntamiento o gerencia del Plan.

### **2.2.3.- Protocolo**

Para cada proyecto, propuesta, evento, etc., se ha de seguir un protocolo, ya que las administraciones públicas lo exigen así.

Para las propuestas de gastos y aprobación de actuaciones, cada documento se ha de enviar a las respectivas administraciones para su aprobación y consentimiento.

En el caso de los evento, inauguraciones, etc., la gerencia está obligada a invitar a las autoridades competentes, en el caso del ministerio, la gerencia tiene que invitar al director de Tourespaña, del cual el delegará la persona que le representará, también del gobierno central pero con sede en valencia, se tienen que invitar al delegado de gobierno, del cual también delegará la persona encargada de

representarlo o el caso de que pueda asistir la misma persona. En el caso de Conselleria (caso comunidad valenciana), se invitará al/la conceller/a de Turismo, que hará lo mismo respecto a su delegación en su persona misma u otro representado.

En el caso de la comisión de seguimiento, la gerencia comunicará a las administraciones que se debe convocar una comisión, y ellos por mutuo acuerdo dirán la fecha de celebración de la misma. En este caso se invitará a las personas designadas para representar a las diferentes administraciones, no dejando así de enviar las invitaciones a las autoridades mencionadas en el anterior párrafo.

#### **2.2.4.- Informes**

Para cada actuación se realizarán informes de estado de actuaciones. En las comisiones de seguimiento se adjuntará a todos los asistentes de un dossier de estado del plan, con sus respectivas actuaciones y gestión administrativa y económica. También un explicación de cada explicación y el estado completo de la actuación: en ejecución, contratación, adjudicación, pagada, tramitada, etc.

#### **2.2.5.- Votaciones**

Todas las actuaciones son aprobadas por unanimidad de las partes. En este caso, el Ministerio y Conselleria son los que tienen la decisión final, y con un voto contrario de ellos la actuación no sería aprobada. La representación de la delegación del gobierno puede opinar sobre las actuaciones, pero no decidir sobre ellas, ya que solo tiene un propósito de auditar las gestiones de ministerio en el plan. Respecto al ayuntamiento y asociaciones, se procede a una reunión, antes de la comisión de seguimiento, para realizar el dossier de actuaciones e importes para su aprobación en la comisión de seguimiento.

## 2.3 Actuaciones Plan de Dinamización.

Las actuaciones de un Plan de Dinamización vienen dadas a través del Plan Estratégico. La población, mancomunidad, asociación, etc., que quieren disponer de un Plan de Dinamización, deben solicitarlo junto a un Plan Estratégico. En este plan, aparecen las líneas generales de las actuaciones que se elaborarían durante el plan. Son líneas generales sobre proyectos de mejora del turismo o de dinamización del sector. A continuación voy a dar algunos ejemplos de líneas generales de un Plan Estratégico.

### \*Ejemplo de programas y actuaciones en Anejo 3.

Antes de empezar el Plan de Dinamización o Plan de Competitividad, se celebra una comisión de seguimiento para establecer cuáles serán las actuaciones de la primera anualidad y cuál será el importe asignado a cada una de ellas. Este importe y actuación pueden variar eso sí, siempre con la aprobación y consentimiento de la comisión de seguimiento.

#### 2.3.1.- 1ª Anualidad

La suma de total de los importes que corresponden a las actuaciones de la primera anualidad se debe corresponder con el importe fijado por el convenio de colaboración para la anualidad correspondiente. Es así que si una actuación es licitada por un importe menor o mayor, la gerencia del plan, bajo la supervisión y aprobación de la comisión de seguimiento, deben de asignar a otra actuación hasta que la cantidad fijada y final de la primera anualidad sea la acordada. Este proceso se realiza a través de remanentes y asignaciones que se irán reasignando a las actuaciones.

#### 2.3.2.- 2ª Anualidad

Al igual como la primera anualidad, los importes finales de la anualidad, deben corresponderse con el importe fijado en el convenio de colaboración, de la suma de los importes de las aportaciones de cada administración. La segunda debe empezar en la fecha en que quedó fijada en el convenio de colaboración. Puede comenzar, aunque la primera anualidad no haya finalizado, quedando pendiente de cerrar la primera anualidad, pero continuando con la ejecución de las actuaciones de la segunda.

### 2.3.1.- 3ª Anualidad

El caso de la tercera anualidad es el mismo. Con la excepción de que esta anualidad no está cerrada hasta que dicho plan finalice, y todas las actuaciones estén ejecutadas.

Como he dicho en los anteriores párrafos, cada anualidad quedará finalizada cuando todas las actuaciones aprobadas por la comisión de seguimiento para esa anualidad estén acabadas. Puede darse el caso que empiece la siguiente anualidad sin que haya finalizado la anterior. En este caso, generalmente, la comisión de seguimiento exige al órgano gestor que finalicen las actuaciones de la anterior anualidad para que no haya solapamientos en facturas, gastos, actuaciones, etc.

Una actuación estará acabada cuando se haya realizado la memoria completa de la actuación y la hayan aprobado los técnicos gestores de esa actuación, para poder emitir la factura correspondiente.

Cada actuación de cada anualidad tiene una ficha de justificación donde aparecen todos los gastos computables en esa actuación.

## 2.4. Prórrogas y avales.

Una de las partes más complejas de la gestión de un Plan de Dinamización o de Competitividad, ya que cada órgano aporta un valor económico dependiendo del importe total del Plan. Cada administración -Ministerio Industria, Comercio y Turismo – Administración Autonómica Competente – Ayuntamiento o Mancomunidad a la que se le adjudica el Plan, aporta un porcentaje del total, dividido en las tres anualidades.

Cada administración tiene un plazo de pagos/inversión en el Plan, que puede ser de año natural, 1 enero – 31 diciembre, o año completo del Plan de Dinamización, desde la firma hasta pasado un año desde la misma.

Cuando las anualidades no se finalizan dentro del plazo previsto, por no haberse terminado los proyectos, la gerencia del Plan debe pedir una prórroga a la comisión de seguimiento para poder continuar con la anualidad que le precede.

*Según figura en la cláusula octava del Convenio de Colaboración entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consellería de Turismo de la Generalitat Valenciana a través de la Agència Valenciana del Turisme, El M.I. Ayuntamiento de Cullera, la Asociación de Empresarios de Hostelería de Cullera y su comarca y la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Cullera, para el desarrollo de un Plan*

de Dinamización de Producto Turístico de Cullera, existe un párrafo que literalmente copiado dice así: “Se crea una Comisión de Seguimiento del Plan de Dinamización de Producto Turístico de Cullera sin personalidad jurídica, formada por los representantes de las partes firmantes, que tendrá las siguientes atribuciones: - **Solicitar a las partes firmantes, cuando alguna circunstancia sobrevenida así lo aconseje, la ampliación del plazo de ejecución y justificación de las actuaciones, con una antelación mínima de dos meses.**

*Cláusula octava del Convenio de Colaboración entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consellería de Turismo de la Generalitat Valenciana a través de la Agència Valenciana del Turisme, El M.I. Ayuntamiento de Cullera, la Asociación de Empresarios de Hostelería de Cullera y su comarca y la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Cullera, para el desarrollo de un Plan de Dinamización de Producto Turístico de Cullera*

Por ejemplo, en el caso del Ministerio, si las actuaciones no finalizan en el periodo de un año desde el comienzo de la primera anualidad, la gerencia del plan y del alcalde o presidente de la mancomunidad, redactarían un documento separado solicitando una prórroga de seis meses certificando el motivo de porque se solicita.

Una vez aprobada la prórroga, se procedería a la solicitud de aval. Este aval lo debe pedir el ayuntamiento o mancomunidad. La cantidad a avalar es la que ha aportado ese órgano administrativo y no se ha finalizado.

Por ejemplo: El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; aporta 234.454 € para el ejercicio 2009. Al final esa anualidad, el ayuntamiento debe avalar el importe que el Plan de Dinamización no ha gastado o no ha finalizado. El total de las actuaciones de una anualidad es de 898.345 €, y el plan de dinamización ha gastado 564.789 €, gastos finalizados y justificados. Del resto que queda por gastar se calcula gasto proporcional de cada aporte de las administraciones para esa anualidad. Ese importe es el que tiene que avalar el ayuntamiento o mancomunidad, ya que han recibido y no han gastado.

Pueden aparecer más prórrogas una vez finalizados los seis meses, y el procedimiento sería el mismo. El ayuntamiento debería avalar el importe que aun no se ha utilizado de esa anualidad.

En el caso de la Conselleria de Turismo (en el caso de planes de la Comunidad Valenciana), el sistema de financiación y avales funcionan de diferente manera.

La Conselleria de Turismo, separa la anualidad en dos partes, del 1 de enero a 31 de junio, y de 1 de julio al 31 de diciembre, sea cual sea el comienzo del plan y de la anualidad. Así, una vez llegado el 31 de julio la gerencia del plan y el ayuntamiento o mancomunidad, debe solicitar la prórroga sin el aval bancario, ya que se solicitaría a final del 31 de diciembre.

*“En todo caso y para la Agència Valenciana del Turisme, el plazo de ejecución y justificación de los proyectos, finalizará el 31 de diciembre de cada ejercicio presupuestario de vigencia del convenio”.*

*“En cualquier caso, con el fin de no alterar las anualidades comprometidas, si por circunstancias excepcionales debidamente justificadas, las actuaciones no pudieran ser ejecutadas en los plazos previstos, y por tal motivo se solicitará prórroga en el plazo de ejecución y justificación, su concesión por parte de la Agència Valenciana del Turisme, y por tanto la liquidación del ejercicio presupuestario en cuestión, estará condicionada a la prestación de garantía que habrá de constituirse mediante **aval bancario**, y que cubrirá el importe no justificado e intereses de demora, hasta que la Agència autorice su cancelación, una vez ejecutadas y justificadas de conformidad las actuaciones de la anualidad correspondiente”.*

*Cláusula Quinta del Convenio de Colaboración entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Conselleria de Turismo de la Generalitat Valenciana, a través de la Agència Valenciana del Turisme, el M.I. Ayuntamiento de Cullera, la Asociación de Empresarios de Hostelería de Cullera y su comarca y la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Cullera, para el desarrollo de un Plan de Dinamización del Producto Turístico en Cullera*

## **2.5. Pagos a proveedores de servicios o suministros.**

Al finalizar cada acción, servicio o proyecto de cada anualidad, los proveedores deben realizar una memoria descriptiva de la acción, servicio o proyecto. Esta memoria debe estar supervisada por la gerencia del plan, que una vez supervisada y aprobada, se puede proceder a la emisión de la factura.

Esta factura la firmarán y aprobarán la gerente del plan, y el técnico correspondiente a la actuación, generalmente será el gerente de turismo, aunque en algunos casos puede ser el arquitecto municipal, informático del ayuntamiento, departamento de cultura, etc. Una vez firmada por los dos implicados en el proyecto, se realizarán tres copias de cada factura, que pasarán por registro de entrada del ayuntamiento, cotejadas con la original firmadas, la original será la que irá a intervención y tesorería del ayuntamiento, las demás copias las guardará la gerencia por si en algún caso de problema o petición pueda facilitarlas a la comisión de seguimiento, además de incluirlas en la justificación de cada actuación. Cada ayuntamiento o mancomunidad tiene su manera de pago y tramitación de facturas.

## 2.6. Proyectos/actuaciones dentro de las anualidades.

### 2.6.1.- Proyectos/actuaciones

Como he mencionado anteriormente, cada anualidad está compuesta por proyectos/ actuaciones. A continuación voy a detallar cual es la gestión de cada uno de estos proyectos/actuaciones.

### 2.6.2.- Procedimiento.

Todas las actuaciones tienen un procedimiento similar. Pero hay algunos que el procedimiento de actuación es diferente según sea el importe de licitación.

Los contratos se dividen en servicios y suministros, que tienen el mismo funcionamiento. Solamente en los contratos por obras, son los que requieren otra contratación, que será igual a la contratación de obras de las administraciones públicas.

Para las actuaciones, proyectos o licitaciones que no superen los 18.000 €, sin gastos ni impuesto incluidos, será realizará su contratación /licitación a través de un **contrato menor**. Para el cual no es necesario la publicación del mismo en ningún órgano competente, sino es más bien una contratación directa, eso sí bajo la supervisión de la comisión de seguimiento y con el mínimo de tres peticiones de presupuesto. En este procedimiento te facilita una fecha límite para presentar ofertas, que luego el gerente de turismo o del órgano competente, y la gerencia del plan evaluarán y harán un informe correspondiente de cuál es la oferta más ventajosa y porque. Este informe lo facilitarán a contratación del ayuntamiento o mancomunidad que hará la adjudicación a la empresa, a través de una resolución de contrato, que no será pública ya que se trata de un contrato menor. Tampoco se facilitará el informe de adjudicación ni ningún documento oficial.

En el caso de contratos por obras el importe será de menor de 50.000 € para que sea un contrato menor.

### **CONTRATO MENOR**

*El contrato menor está regulado en el artículo 122.3. de la Ley 30/2007 de Contratos del Sector Público, y señala que podrán adjudicarse directamente a cualquier empresario con capacidad de obrar y que cuente con la habilitación profesional necesaria para realizar la prestación.*



A su vez, el artículo 95, indica que la tramitación del expediente solo exigirá la aprobación del gasto y la incorporación al mismo de la factura correspondiente.

El párrafo segundo del 122.3. indica que se consideran contratos menores:

- Los contratos de obras con importe inferior a 50.000 euros
- Los de cuantía inferior a 18.000 euros para servicios, suministros, o asistencia técnica.

Por debajo de estos importes cualquier Administración Pública puede contratar directamente con Empresas de Inserción, sin concurso público, sin pedir presupuesto a otras empresas y sin publicidad. El único trámite es la aprobación del gasto y la presentación de la factura.

<http://www.faedei.org/node/18> Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción.

En el caso del Plan de Dinamización o Competitividad, la gerencia y el órgano de contratación del ayuntamiento o mancomunidad, sí que deben aportar tres presupuestos mínimo.

A partir de 20.000 €, negociaríamos un contrato **negociado sin publicidad**, la licitación saldrá a concurso en la web de la administración, donde las empresas se podrán descargar las bases o plicas del concurso. En este procedimiento ya está dentro de la contratación de servicios públicos. Se facilitará una fecha límite, generalmente 30 días después de su publicación, pero puede variar según el proceso de urgencia, siempre con un tiempo prudencial para que puedan presentar ofertas.

Una vez finalizado el plazo de licitación, se realizará una apertura de sobres, generalmente el sobre de documentación administrativa de la empresa. Para esta apertura se citará a las empresas participantes para que asistan a la apertura pública de los sobres, para que haya total transparencia en la contratación. Una vez hecha y revisada la apertura de la documentación administrativa, se dejará un tiempo para subsanación de errores en las plicas administrativas. Más adelante una vez subsanado toda la documentación y comprobar que este correctamente, se procede a la apertura del segundo sobre, la oferta económica. También será una apertura de sobres pública, donde también se expondrán, además de las ofertas económicas, el contenido de la propuesta. Cada licitación se basa en dos pliegos: el administrativo y el técnico, que mas adelante explicare con más detalle. En estos pliegos aparece toda la documentación para aportar a los diferentes sobres, que generalmente son dos, pero puede darse el caso de ser tres.

Después de las aperturas públicas, el técnico correspondiente realizará con informe con una valoración que aparece en las plicas como criterios de valoración. A partir

de ahí, se realizará la adjudicación provisional del contrato, en donde la empresa tiene que aportar toda la documentación, avales, etc., que requiere el pliego. Una vez entregada se realizará la adjudicación definitiva del contrato, donde ya se podrá proceder a la realización de la actuación o el proyecto.

A partir de 60.000 €, ya se tratará de un contrato por **procedimiento abierto**. Es el mismo procedimiento que en el contrato negociado sin publicidad, pero este concurso irá publicado además de en la administración competente, también en el boletín general del estado y el autonómico.

El tema de las contrataciones se tiene que ser muy transparente y todos los procedimientos se han de publicar para evitar denuncias de adjudicaciones directas y de conveniencia. Las adjudicaciones pueden cambiar si la ley de contratación varía algún epígrafe o artículo.

### **2.6.3.- Solicitud de presupuestos.**

Como ya he comentado antes, para cada actuación, según su importe hay un procedimiento u otro.

Solamente en el caso de un contrato menor se solicita presupuesto a las empresas en la que la gerencia del plan o del ayuntamiento o mancomunidad, creen competente para realizar esta tarea o actuación.

En el caso del contrato menor, la comisión de seguimiento exige al menos la petición de tres presupuestos a empresas relacionadas con el servicio o suministro de esa actuación.

Esta solicitud de presupuesto saldrá de la gerencia del plan, con la solicitud de presupuesto y un adjunto donde explica las bases para la contratación de dicha actuación. La gerencia del conjuntamente con la del ayuntamiento, fijarán un plazo de tiempo para la entrega de ofertas.

Una vez recibidas las ofertas, se valorarán y se decidirá quién es la empresa seleccionada para llevar a cabo la actuación.

#### **7.6.4.- Autorización/ propuesta de gasto**

Para cada actuación, la gerencia del plan, realizará una propuesta de gasto/autorización.

En ella aparecerá el motivo de la contratación, a que actuación hace referencia, el importe, y las empresas a las que se le invita a este procedimiento. Todo este proceso tiene que ser antes de sacar a licitación cualquier actuación, ya que aunque quedan esclarecidas las actuaciones en la comisión de seguimiento, ellos mismo pueden variar importe o pueden descartar la actuación cuando lo crean conveniente, bajo aprobación en la comisión de seguimiento siguiente.

A continuación expongo el modelo de propuesta de gasto acordado por las administraciones:

**Tabla 1: Modelo propuesta de adjudicación y conformidad de gasto**

1.-REF:	
2.-DESCRIPCIÓN DEL GASTO	
3.-ACTUACIÓN DE IMPUTACIÓN DEL GASTO:	
4.-ANUALIDAD:	
5.- PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PROPUESTA:	
6.-EMPRESA ADJUDICATARIA	
7.- PRECIO	
8.-DURACIÓN	
9.-ASPECTOS VALORADOS EN LAS OFERTAS PRESENTADAS:	
10.- DOCUMENTACIÓN QUE CONTIENE EL EXPEDIENTE:	
Vº Bº DEL CONCEJAL	FIRMA DE LA GERENCIA

Fuente: Plantillas suministradas por las administraciones publicas.

#### **7.6.5.- Pliegos.**

En cada actuación hay dos pliegos, el administrativo y el técnico. No solo se elaboran para actuaciones del un Plan de Dinamización, sino para cualquier concurso público realizado por la empresa pública.

En el **administrativo** aparecen los siguientes artículos.

**Tabla 2: Apartados de un Pliego Administrativo**

**INDICE DE ARTICULOS**

Artículo 1.- OBJETO DEL CONTRATO.

Artículo 2.- TIPO DE CONTRATACIÓN.

Artículo 3.- FINANCIACION DEL CONTRATO.

Artículo 4.- PRECIO DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO.

Artículo 5.- GARANTIA PROVISIONAL Y DEFINITIVA.

Artículo 6.- CLASIFICACION DEL CONTRATISTA

Artículo 7.- EJECUCIÓN Y RESPONSABILIDAD DEL CONTRATISTA.

Artículo 8.- MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.

Artículo 9.- CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO, PLAZO DE EJECUCIÓN, CONDICIONES Y PLAZO DE GARANTÍA.

Artículo 10.- CAUSAS DE RESOLUCION DEL CONTRATO

Artículo 11.- PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACION

Artículo 12.- CAPACIDAD PARA CONTRATAR

Artículo 13.- PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES Y DOCUMENTACIÓN.

Artículo 14.- CALIFICACION DE LA DOCUMENTACION ADMINISTRATIVA Y TRATAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN.

Artículo 15.- NEGOCIACIÓN DE LAS PROPOSICIONES

Artículo 16.- ASPECTOS ECONOMICOS Y TECNICOS OBJETO DE NEGOCIACIÓN

Artículo 17.- ADJUDICACIÓN PROVISIONAL Y ADJUDICACIÓN DEFINITIVA DEL CONTRATO.

Artículo 18.- PERFECCIONAMIENTO Y FORMALIZACION DEL CONTRATO

Artículo 19.- GASTOS.

Artículo 20.- OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

Artículo 21.- REGIMEN DE PENALIZACIONES.

Artículo 22.- EXTINCIÓN DEL CONTRATO.

Artículo 23.- PRERROGATIVAS DE LA ADMINISTRACION.

Artículo 24.- NATURALEZA JURÍDICA Y JURISDICCION COMPETENTE.

Artículo 25.- CESIÓN DE DERECHOS.

Artículo 26.- SUBCONTRATACIÓN.

Artículo 27.- REGIMEN JURÍDICO.

Artículo 28.- RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Artículo 29.- RECURSOS.

-----  
**ANEXOS**

ANEXO I.- MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA

ANEXO II.- DECLARACIÓN RESPONSABLE DE NO ESTAR INCURSO EN NINGUNA DE LAS PROHIBICIONES DE CONTRATAR QUE ESTABLECE EL ART. 49 y 50 DE LA LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO

ANEXO III.- MODELO AUTORIZACION TRATAMIENTO DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

Fuente: Plantillas suministradas por las administraciones publicas.

Generalmente estos son los artículos que aparecen en un pliego administrativo aunque varían según el proyecto o la actuación. El contenido del pliego lo elaborarán el técnico correspondiente, la gerencia del plan y finalmente el funcionario de contratación que es quien lo publica.

En el **técnico** aparecen los siguientes:

**Tabla 3: Apartados de un Pliego Técnico.**

<ul style="list-style-type: none"><li>• ANTECEDENTES</li><li>• OBJETO</li><li>• FINALIDAD</li><li>• DESCRIPCIÓN</li><li>• CONTENIDO MÍNIMO DEL TRABAJO</li><li>• ASPECTOS ECONÓMICOS Y TÉCNICOS OBJETO DE NEGOCIACIÓN</li><li>• CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO, PLAZO Y CONDICIONES.</li><li>• PRECIO DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO</li><li>• PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.</li><li>• PROPIEDAD INTELECTUAL Y SECRETO PROFESIONAL</li></ul>
--

Fuente: Plantillas suministradas por las administraciones publicas.

### **2.6.6.- Expedientes.**

Cada actuación deberá tener un expediente, donde aparecerán todos los documentos, autorizaciones, propuestas, etc. Relacionados con la actuación, que deben estar ordenados y completos para una posible revisión o auditoria, por parte de las administraciones, así como consulta de información durante el plan.

## **2.7. Prensa y comunicación.**

La gerencia se encargará de notificar a los medios de comunicación de todos los eventos, actuaciones, etc., que se van sucediendo durante el plan. Generalmente en la primera anualidad aparece una actuación sobre campañas de comunicación sobre el plan de dinamización.

Todos estos documentos que van apareciendo en diferentes medios de comunicación se deben archivar y adjuntar a la justificación anual y final del plan.

Habitualmente cuando se produce un evento, inauguración o acto sobre una actuación del plan, es el departamento de prensa y comunicación quien convoca a

los medios de comunicación, y de no ser así, es la gerencia la que tiene que convocarlos o la empresa adjudicataria si procede así en los contenidos del contrato.

Toda este material queda registrado para la justificación final, para la auditoria de los proyectos y para saber que los proyectos se han realizado con éxito y que han tenido una repercusión mediática para la población.

## **2.8. Fin del Plan de Dinamización.**

El Plan de Dinamización queda totalmente finalizado cuando todas las actuaciones estén finalizadas y el informe final quede concluido.

Para el informe final se adjuntarán las fichas de gastos, fechas de ejecuciones de actuaciones, autorizaciones, comunicación, extractos bancarios, etc.

La elaboración del informe final es muy detallado y elaborado, porque lo que se ejecuta cuando este todo completamente finalizado y concluido.

## **3. Conclusiones**

Las etapas en la gestión de un Plan de Dinamización, que se han mostrado en este TFC, constituyen una propuesta que he elaborado en base a mi experiencia profesional participando en el Plan de Dinamización del Producto Turístico Cullera, y no procede de ningún manual existente, que yo conozca.

La experiencia laboral que he adquirido participando en dicho Plan de Dinamización, me ha permitido aprender el funcionamiento interno de las administraciones públicas (adjudicaciones, contrataciones, etc.), así como participar en otros proyectos en ámbitos y sectores complementarios al sector turístico

Sin embargo, existen algunos temas, como por ejemplo aspecto legales, que se escapan un poco a lo estudiado durante la Diplomatura de Turismo. Aun así, el día a día te ayuda a aprender cada día más cosas.

En mi caso, la ayuda de la gerente del plan, con muchos años de experiencia en este campo, ha sido fundamental para llevar a cabo correctamente las diferentes tareas que me fueron encomendadas. Además, las administraciones te ayudan también a ejecutarlo correctamente y indican los procedimientos que han de regir el funcionamiento del mismo.

Como ya se ha señalado al principio del TFC, la gestión de un plan es muy compleja, y confío en que esta guía puede servir como una primera aproximación y una base para el seguimiento y gestión del mismo.

#### **4. Bibliografía.**

##### LIBROS

[1] ANTON CLAVÉ, SALVADOR (2005): Planificación territorial del turismo. Ed. Editorial UOC.

[2] BIGNÉ, J. ENRIQUE; FONT, XAVIER; ANDREU, LUISA (2000): Marketing de destinos turísticos; análisis y estrategias. Ed. Esic Editorial.

##### PAGINAS WEB

[3] Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. [www.mityc.es](http://www.mityc.es)

[4] Conselleria de Turisme Generalitat Valenciana. [www.comunidad-valenciana.org](http://www.comunidad-valenciana.org)

[5] Diari oficial de la Comunitat Valenciana. [www.docv.gva.es](http://www.docv.gva.es)

[6] Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera. [www.culleradenou.com](http://www.culleradenou.com)

[7] Tourespaña. [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

[8] Turismo de Santa Pola. <http://www.sportsantapola.com>

## ANEJO I

### DOCUMENTOS OFICIALES

Toda la documentación que se manipula, ya sean documentos oficiales, como material de difusión de proyectos, etc., van con los logos de los agentes participantes en el plan de dinamización o de competitividad.

La leyenda de los documentos o elementos ira con los logos del Ayuntamiento o Mancomunidad, Ministerio de Turismo, Conselleria u órgano competente autonómico y las asociaciones que forman parte del plan.


Todos los documentos que salen desde la gerencia del plan de dinamización o plan de competitividad tienen que ir con los logos oficiales, tal y como voy a mostrar en los ejemplos.

Las diferentes administraciones no aceptan cualquier material referente al plan de dinamización que no tenga como referencia o leyenda los logos de plan, incluso podrían hacer eliminar y volver a editar documentos o material que no los porten.








A continuación unos ejemplos de documentos oficiales.



Cullera:

 <p>M.I. AJUNTAMENT DE CULLERA REGIDORIA DE TURISME</p>	<p>PLAN DINAMIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO DE CULLERA</p>
--	---

Pág. 1 □

M.I. AJUNTAMENT DE CULLERA Carrer del mar, 93 – Tel. 96 1720974 – Fax 96 1738062 – 46400 CULLERA (Valencia)  
[www.culleradenou.com](http://www.culleradenou.com) e-mail: [cullera@pgturistica.com](mailto:cullera@pgturistica.com) CIF P-4610700-I

Requena:

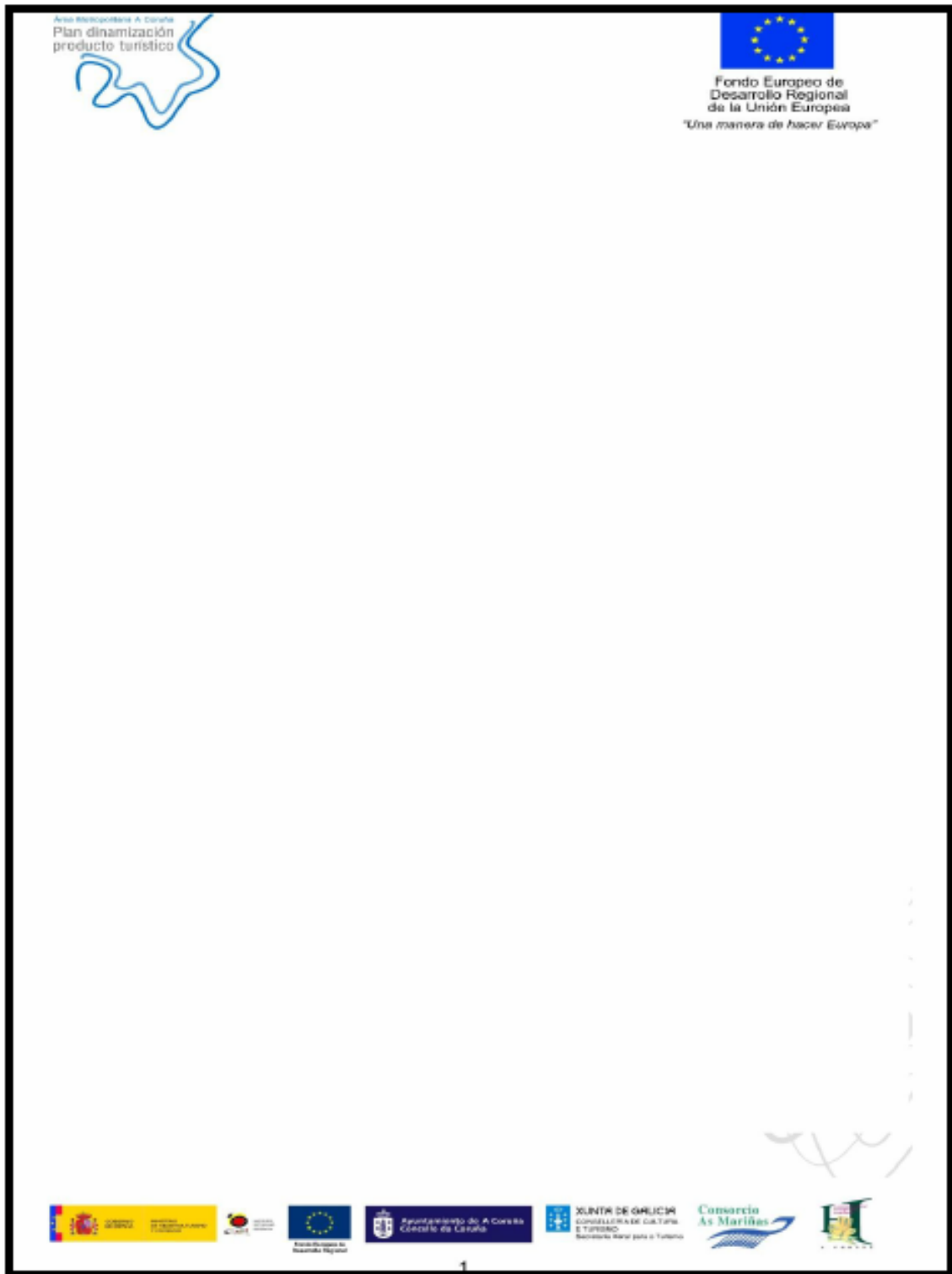
 <p>AYUNTAMIENTO DE REQUENA</p>	<p>PLAN DINAMIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO DE REQUENA</p> <p>CONCEJALÍA DE TURISMO</p> <p><small>PS:G:8deJP. Tlé. 1 603 1 0</small></p>
--	---

Cuevas de La Villa - Plaza Albornoz, 6 - 46340 Requena  
Teléfono: 96 230 11 30  
E-mail: [requena@pgturistica.com](mailto:requena@pgturistica.com)



1

## A Coruña:



## ANEJO II

Ejemplo de Modelo de Acta de un Plan de Dinamización del Producto Turístico.

<b>MODELO DE ACTA DE COMISIÓN</b>	
<b>ACTA DE LA REUNIÓN CELEBRADA POR LOS REPRESENTANTES DE LAS PARTES FIRMANTES DEL CONVENIO DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO EN</b> <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 15px;"></span>	
<b>PRESIDE:</b>  D <sup>a</sup> /D.  Alcalde-Presidente del Ayuntamiento de	En <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 15px;"></span> , siendo las <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 15px;"></span> horas del día <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 30px; height: 15px;"></span> de <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 30px; height: 15px;"></span> de 200 <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 15px;"></span> , se reúnen las personas al margen mencionadas en representación de las Administraciones y Asociaciones firmantes del Convenio de colaboración suscrito en fecha <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 15px;"></span> , para el desarrollo de un Plan de Dinamización de Producto Turístico en <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 15px;"></span> , dando cumplimiento a lo establecido en la cláusula OCTAVA del mismo, al objeto de celebrar una reunión ordinaria de la Comisión de Seguimiento, bajo la presidencia de <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 15px;"></span> . Y como Secretario de la Comisión <span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 50px; height: 15px;"></span> .
<b>ASISTEN:</b>  D <sup>a</sup> /D.  Conselleria de Turismo  Agència Valenciana del Turisme	
D <sup>a</sup> /D.  Secretaría General de Turismo. M <sup>º</sup> de Industria, Turismo y Comercio.	
D.  Presidente de la Asociación de	
<b>ASISTEN COMO INVITADOS:</b>    <b>EXCUSA SU ASISTENCIA</b>    <b>ACTÚA COMO SECRETARIO:</b>	
<b>ORDEN DEL DÍA:</b>  I) Aprobación acta de la sesión anterior.  II).....  III).....  IV) Turno de ruegos y preguntas.	

Por ello, los reunidos actuando en nombre y representación de sus respectivas Administraciones y Asociaciones, SE ABRE LA SESIÓN y como consecuencia del debate, se adoptan los siguientes ACUERDOS en relación con los asuntos incluidos en el orden del día.

I) **APROBACIÓN DEL ACTA Nº----- DE FECHA.....**

II) **DACIÓN DE CUENTAS DE LA EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES CORRESPONDIENTES A LA 1ª ANUALIDAD.**

1- EJEMPLO GERENCIA. **(Importe de partida inicial según Acta anterior)**

\*Descripción de lo que sea relevante y acontecido desde la anterior reunión.

Considerando todo lo anterior.

**LA COMISIÓN POR UNANIMIDAD ACUERDA:**

.....

Consecuencia del acuerdo adoptado:

**IMPORTE FINAL DE LA PARTIDA al día de la fecha:**

**REMANENTE/PENDIENTE DE EJECUCIÓN:** (En su caso)

**APLICACIÓN DE REMANENTE:** (En su caso. Nombre de la actuación a la que se aplica.)

(Al final de la descripción de cada actuación de cada anualidad)

CUADRO QUE INCORPORA LOS ACUERDOS RATIFICADOS (OPCIONAL)

ACTUACIÓN	CONCEPTO	IMPORTE

CUADRO RESUMEN DE LAS ACTUACIONES DE CADA ANUALIDAD (PRECEPTIVO).

ACTUACIÓN	INVERSIÓN INICIAL (Fecha de Precomisión o de Comisión de aprobación de actuaciones)	PROPUESTA DE INVERSIÓN ACTUALIZADA (Fecha)	FECHA DE MODIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Y sin más asuntos que tratar, se levanta la sesión siendo las ..... horas en el lugar y fecha al comienzo indicados.

Por la Secretaría General de Turismo	Por la Conselleria de Turismo-Agència Valenciana del Turisme.
Por el Ayuntamiento de	Por la Asociación de Empresarios

Los días posteriores a la Comisión de Seguimiento, la Gerencia del Plan, será la encargada de redactar y enviarla a todas las administraciones, para realizar los cambios oportunos y la posterior aprobación de la misma.

## ANEJO IIIV

Diferentes ejemplos de programas y líneas estratégicas de un Plan de Dinamización Turística.

### Caso Santa Pola:

**Tabla 4: Epígrafe 2.4 del Plan de Dinamización de Santa Pola**

#### **2.4. Líneas de programas estratégicos**

##### *2.4.1. Avance de programas*

Tras haber realizado un análisis exhaustivo de situación del destino y haber definido el modelo de desarrollo turístico en el que se recogen los objetivos turísticos que Santa Pola debe plantearse, es momento de definir los programas y las actuaciones que permitirán su consolidación como destino turístico.

A tal efecto, se han propuesto seis grandes programas o líneas de actuación en torno a los cuales se articularán todas aquellas actuaciones que se han considerado necesarias para la dinamización de la actividad turística en la ciudad. Los programas y actuaciones han sido concebidos manteniendo en todo momento una visión de destino turístico global en la que se integran distintos agentes público privados, además la premisa medioambiental ha sido tomada en cuenta en la definición de propuestas, el valor natural del destino y la necesidad de su puesta en valor turístico llevan consigo un trabajo que asegure su conservación y aprovechamiento sostenible.

La decisión final acerca de las actuaciones que deberían llevarse a cabo corresponderá en última instancia a los gestores del destino y en especial al ente gestor del Plan de Competitividad, instándose desde este documento a que toda decisión sea resultado del consenso entre todos los agentes turísticos implicados: organismos públicos, empresarios, población local y demanda turística.

Este apartado del Plan debe ser considerado un instrumento de trabajo destinado a facilitar la labor de los responsables públicos y una herramienta de gestión para los técnicos.

Es imprescindible mencionar que el presente documento ha sido concebido con carácter abierto, de forma que permite la incorporación de actuaciones que puedan surgir como consecuencia del cambio de la realidad turística, social y económica del destino o la puesta en marcha de proyectos de mayor envergadura paralelos a la ejecución del presente Plan. Los programas se encuentran perfectamente alineados con los objetivos planteados por el programa de Planes de Dinamización del Producto Turístico impulsados por la Secretaría General de Turismo de Ministerio de Economía Comercio y Turismo. De esta manera se plantea una propuesta inicial para arrancar un Plan de Competitividad que pudiera contar con un presupuesto de alrededor de 5 millones de euros.

*Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 41*

A continuación se procede a detallar los programas propuestos.

- A. Programa de sensibilización
- B. Programa de creación y mejora de la oferta turística
- C. Programa de puesta en valor y uso turístico de los recursos.
- D. Programa de creación de nuevos productos turísticos
- E. Programa de apoyo a la mejora de las infraestructuras y los servicios públicos.
- F. Programa de promoción y comercialización
- G. Programa de coordinación y gestión del Plan

Los programas de actuación aquí seleccionados se articulan en base a los cuatro soportes fundamentales sobre los que se desarrolla la actividad turística y que son los siguientes:

Agentes implicados

- A. Programa de sensibilización

Oferta turística

- B. Programa de creación y mejora de la oferta turística

Recursos turísticos

- C. Programa de puesta en valor y uso turístico de los recursos

Oferta turística

- D. Programa de consolidación de productos turísticos

Infraestructuras y servicios

- E. Programa de apoyo a la mejora de las infraestructuras y los servicios públicos.

Mercado turístico

- F. Programa de promoción y comercialización

Agentes implicados

- G. Programa de coordinación y gestión del Plan

El último de los programas considerados, constituye un programa transversal a los cuatro anteriores que permitirá la ejecución de los mismos y que ha sido denominado Programa de Coordinación y Gestión.

Sin duda todos los programas considerados son propuestos al objeto de permitir el lanzamiento y consolidación del destino Santa Pola, aún cuando se pueda comprobar que



existen acciones concretas relacionadas con la gestión de la calidad y la gestión medioambiental, puede hablarse de la existencia de dos programas transversales, el de gestión de la calidad y el de gestión medioambiental, ya que ambos son considerados indirectamente en la puesta en valor de cada una de las acciones incluidas dentro de los distintos programas y subprogramas.

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 42  
[<http://www.sportsantapola.com/gestionwebsport/contenido/biblioteca-objetos-contenido/plan%20de%20competitividad%20turismo%20deport%20intern.pdf>]

#### 2.4.2. Programas y actuaciones

##### A. Programa de sensibilización

###### Objetivo:

Comunicar y sensibilizar a todos los agentes de Santa Pola implicados en la puesta en marcha de la Memoria de Actuaciones en materia de Turismo.

###### Justificación:

La redacción del presente documento se ha realizado con la ayuda, supervisión y consenso de una amplia representación de la sociedad de Santa Pola, implicada en mayor o menor medida con el sector turístico. Siguiendo esta línea es imprescindible comunicar las decisiones, objetivos, estrategias y acciones que desde él se proponen. Esta comunicación tiene un importante componente de sensibilización social debido a la necesidad actual de orientar y de hacer partícipes de manera cohesionada a los distintos agentes implicados en el desarrollo turístico del destino.

En este sentido y dentro del programa, se propone la realización de acciones de comunicación tanto a agentes del sector público como a empresarios, representantes sociales y población en general.

##### B. Programa de creación y mejora de la oferta turística

###### Objetivo:

Adecuar y mejorar la oferta y los servicios turísticos de la ciudad a las exigencias del mercado, permitiendo la capacidad de respuesta del destino.

###### Justificación:

El trabajo de campo realizado ha puesto de manifiesto las debilidades con las que cuenta actualmente la oferta de alojamiento y restauración de Santa Pola, así como las necesidades que existen asociadas a la consecución del modelo de desarrollo turístico propuesto para el destino.

Desde este programa se proponen acciones mediante las cuales facilitar la adecuación de los establecimientos, profesionales y servicios de la ciudad a las necesidades de la demanda actual, especialmente de aquella que consume destinos

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 43 turísticos donde el componente natural vinculado al sol y playa es la base del producto.

Estos objetivos serán alcanzables a través de jornadas de formación basadas principalmente en criterios de calidad y de profesionalización de trabajadores del sector. También se trabajará en líneas de asesoramiento para la adecuación y reorientación de los establecimientos a los modelos turísticos solicitados por el turista basado principalmente en la singularidad y puesta en valor de los elementos naturales.

### C. Programa de puesta en valor y uso turístico de los recursos

#### Objetivo:

Conseguir la puesta en valor de los principales recursos del destino para mejorar su aprovechamiento turístico.

#### Justificación:

La ciudad de Santa Pola cuenta tal como se desprende del diagnóstico, con numerosos recursos naturales y culturales con el suficiente atractivo como para poder ser aprovechados turísticamente, pero que debido a diferentes razones, actualmente, un importante número de estos no están puestos en valor turístico.

El programa de puesta en valor y uso turístico de los recursos tiene como finalidad definir las actuaciones necesarias para dotar y/o mejorar las posibilidades de aprovechamiento turístico de los recursos naturales e histórico-culturales de Santa Pola, lo que sin duda redundará en una mayor estancia del visitante sobre el destino, una mayor satisfacción y por ende un mayor índice de gasto.

Una de las primeras acciones que se pretende con este documento es la recuperación y rehabilitación de los recursos más deteriorados y susceptibles de ser incluidos en el circuito de visitas, así como la habilitación de los mismos para este fin. Del mismo modo, se considera que la señalización e interpretación deben ser acciones prioritarias en este proyecto. Sin duda el recurso playa juega un rol determinante no solo por su valor en el producto sol y playa si no por su componente de recurso natural con capacidad de generar nuevas demandas. En este proceso el recurso natural del entorno de la ciudad podrá jugar un importante papel complementario o prioritario en función de la época y del tipo de consumidor al que se oriente el destino.

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 44

[<http://www.sportsantapola.com/gestionwebsport/contenido/biblioteca-objetos-contenido/plan%20de%20competitividad%20turismo%20deport%20intern.pdf>]

#### D. Programa de implementación y consolidación del producto TURISMO

##### DEPORTIVO INTERNACIONAL

###### Objetivo:

Impulsar la creación de productos y servicios turísticos que sean atractivos y singulares y que justifiquen, diferencien y complementen la visita al destino Santa Pola.

###### Consolidar SANTA POLA como destino de TURISMO DEPORTIVO

INTERNACIONAL y potenciar la realización de eventos nacionales e internacionales de ámbito deportivo.

###### Justificación:

Santa Pola posee gran variedad de recursos turísticos y una enorme riqueza natural que facilita la posibilidad de consolidar productos turísticos, cuestión que a día de hoy no termina de materializarse. La creación de productos adaptados al perfil del visitante de Santa Pola y a las posibilidades del destino son elementos muy importantes para el desarrollo de la actividad turística puesto que consiguen motivar la visita, enriquecerla y prolongar la estancia. Sin duda el valor natural se muestra a priori como eje fundamental en la vertebración de productos para el destino, además las singularidades orográficas y paisajísticas le confieren valores con potencialidad para consolidar más de un producto turístico.

Santa Pola tiene una bahía natural protegida de los fuertes vientos, con una sierra predominante de cierta elevación, que garantiza la permanencia de brisas térmicas que posibilitan la realización de actividades deportivas de índole náutica y aérea, por ello, en sus aguas y en su sierra se pueden practicar deportes náuticos.

Su idiosincrasia, su litoral con más de 15 km. de costa y 11 de playas, y su fisonomía, además de su climatología, hacen de Santa Pola el lugar del litoral mediterráneo ideal para consolidarse como DESTINO TURÍSTICO DEPORTIVO, complementario al tradicional de SOL Y PLAYA.

No debe obviarse que para la puesta en valor de un producto turístico es necesario contar además de con los atractivos naturales y paisajísticos con los agentes privados del destino que son los que finalmente permitirán su puesta en marcha y por lo tanto su comercialización.

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 45

[<http://www.sportsantapola.com/gestionwebsport/contenido/biblioteca-objetos-contenido/plan%20de%20competitividad%20turismo%20deport%20intern.pdf>]

#### E. Programa de apoyo y mejora de las infraestructuras y servicios públicos

##### Objetivo:

Ofrecer una imagen positiva del destino mediante la mejora de los servicios complementarios e infraestructuras utilizadas por el turista.

##### Justificación:

La visita turística supone una experiencia que no sólo se nutre del disfrute de los diferentes recursos culturales, naturales, etc. Los servicios utilizados por los visitantes, tales como aparcamientos, mobiliario urbano o las infraestructuras de acogida, son elementos que complementan esta experiencia y que pueden suponer una mejora de la misma o justo todo lo contrario.

Cualquier destino turístico que desee consolidarse debe contemplar imperiosamente el desarrollo y mejora de estos servicios e infraestructuras que también forman parte del producto turístico que se está vendiendo. Como valor añadido, dichas mejoras no inciden sólo en el visitante, sino que también redundan en la mejora de las condiciones de vida de la población local.

#### F. Programa de promoción y comercialización

##### Objetivo:

Potenciar la promoción y la comercialización de Santa Pola como destino turístico transmitiendo adecuadamente los valores del mismo.

##### Justificación:

La puesta en valor de los diferentes recursos y productos de un destino turístico es importante a la hora de su disfrute, pero también es muy importante colocar el destino en la mente de los posibles consumidores. Para ello es fundamental la creación de un programa global de promoción y comercialización en el que se pongan de manifiesto las estrategias y acciones concretas a realizar tanto en medios de comunicación, en soportes tan importantes estratégicamente como Internet o las encaminadas a conectar con posibles prescriptores del destino entre otras.

La comunicación del destino se concibe sin duda como uno de los elementos fundamentales para la puesta en valor del destino Santa Pola, los tiempos y formas deben ser bien gestionados al objeto de rentabilizar los esfuerzos e inversiones.

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 46  
[<http://www.sportsantapola.com/gestionwebsport/contenido/biblioteca-objetos-contenido/plan%20de%20competitividad%20turismo%20deport%20intern.pdf>]

#### G. Programa de coordinación y gestión del plan

##### Objetivo:

Dotar a la ciudad de mecanismos de integración para los distintos agentes implicados en el desarrollo turístico de Santa Pola, con los que impulsar, organizar y apoyar las acciones de puesta en marcha indicadas en el presente Plan.

##### Justificación:

La gestión y coordinación a través de equipos profesionales implicados en la ciudad es un aspecto imprescindible para la puesta en marcha del Plan de Competitividad y para asegurar la obtención de resultados favorables en el destino.

El proceso de desarrollo turístico de Santa Pola y su puesta en el mercado como destino turístico requieren la adecuación y creación de nuevos organismos de participación, consenso y coordinación. Estos organismos deben tener cierta capacidad de actuación y será su responsabilidad impulsar y controlar la participación de los distintos agentes implicados en el desarrollo turístico de la ciudad.

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 46

[<http://www.sportsantapola.com/gestionwebsport/contenido/biblioteca-objetos-contenido/plan%20de%20competitividad%20turismo%20deport%20intern.pdf>]

Cuadro de actuaciones a realizar para las diferentes anualidades en Santa Pola.

PROYECTO	PRESUPUESTO
<b>AÑO 2009</b>	
Internacionalización MEDIA MARATHÓN Internacional Villa de Santa Pola	150.000,00 €
Internacionalización prueba Campeonato KITESURF	100.000,00 €
Internacionalización prueba Campeonato WINDSURF	100.000,00 €
Internacionalización prueba TRAVESÍA A NADO SANTA POLA	75.000,00 €
Internacionalización prueba TRIATLÓN DE SANTA POLA	150.000,00 €
Nacionalización prueba DUATLÓN MONTAÑA PEPE BONET	100.000,00 €
Nacionalización prueba OPEN MIXED TRIPLES BOWLING	75.000,00 €
Consolidación Eventos deportivos Nacionales	165.000,00 €
Creación y adecuación Sendero de Gran Recorrido "Volta al Terme"	56.260,00 €
<b>AÑO 2010</b>	
Implementación de nuevos Eventos deportivos Internacionales	368.000,00 €
Implementación sistema seguimiento deportistas	200.000,00 €
Adquisición Escenarios desmontables, carpas, y gradas	330.000,00 €
Adquisición equipos de imagen y sonido	245.000,00 €
Actuaciones promocionales Producto TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL	300.000,00 €
Proyecto adecuación y mejora Ruinas Villa Romana del Palmeral	37.546,88 €
Proyecto adecuación entorno Torre Escaletes	49.764,00 €
Reconstrucción Palomar situado en Monte Público	40.600,00 €
Adecuación y consolidación Aljibe del Maño	49.900,00 €
Adquisición bancos, papeleras e infraestructuras puesta en valor recursos	95.000,00 €
Adquisición bancos, papeleras e infraestructuras puesta en valor recursos	
<b>AÑO 2011</b>	
Proyecto adecuación zona deportiva y área varadero Av. Santiago Bernabeu-C/ Almería	322.236,43 €
Parte Proyecto Recuperación Ambiental Borde Litoral Santiago Bernabeu-Varadero	850.800,00 €
Creación carril-bici Santa Pola-Gran Alacant	543.332,57 €
Plantación Arbolado varias zonas verdes y calles	68.440,00 €
Construcción Plaza peatonal junto Gimnasio Silvia Martínez	219.619,55 €
Adecuación zona verde Gran Alacant - Avda. Escandinavia	379.610,00 €
Remodelación Plaza Castilla	14.751,09 €
Remodelación rotonda Avenida Salamanca y Calle Catral	1.034,72 €
Remodelación Plaza Aitana	13.320,42 €
Remodelación Plaza Baix Vinalopó	13.320,42 €
<b>TOTAL</b>	<b>5.113.536 €</b>

Memoria Santa Pola, Destino de TURISMO DEPORTIVO INTERNACIONAL pag 62

[<http://www.sportsantapola.com/gestionwebsport/contenido/biblioteca-objetos-contenido/plan%20de%20competitividad%20turismo%20deport%20intern.pdf>]



## Caso Cullera:

Tabla 5: Plan de Dinamización de Cullera.



### **1- Señalización global y turística del destino**

Este proyecto incluye la coordinación de todo tipo de señalización existente en el municipio, atendiendo a naturaleza, urgencia, claridad, estética, etc. Su desarrollo no solo influirá fuertemente en la imagen del municipio, sino que facilitará la fluidez de tráfico y peatones, mejorará el conocimiento de los recursos, facilitará información sobre instalaciones públicas y privadas de interés y mejorará la percepción global del municipio, potenciando las cualidades turísticas del mismo y potenciando recursos poco conocidos para la demanda y la propia población local y sectores económicos de gran potencial diversificador.

### **2- Proyecto de Accesibilidad y adaptación del mobiliario urbano**

El objetivo esencial es facilitar el acceso a los recursos, servicios e infraestructuras turísticas a las personas con diferentes discapacidades, con especial atención a las motrices. En este proyecto se trabajará con organismos e instituciones de reconocida solvencia técnica para asesorar y poner en marcha el proceso de adaptación, incluyendo la renovación paulatina del mobiliario urbano para adaptarlo a las últimas pautas de accesibilidad. Igualmente se incluiría una campaña de sensibilización y asesoramiento para el empresariado local y la población.

### **3- Recuperación, adecuación y mejora de los márgenes del río Xúquer**

Proyecto que se iniciaría con una exhaustiva limpieza de todo el perímetro y el posterior estudio de usos posibles. Tras redactar el Plan de Usos Sostenibles y de protección contra posibles agresiones medioambientales y paisajísticas, se llevarían a cabo acciones de reforestación, embellecimiento, señalización y adecuación para el uso lúdico responsable del río.

### **4- Recuperación, ampliación y mejora de rutas ecoturísticas**

Se realizarían acciones de recuperación y adecuación funcional de las rutas ecoturísticas existentes (infrautilizadas y poco conocidas hasta la fecha). Además de recuperar las rutas existentes en las zonas de humedales y la montaña, se realizarían acciones de señalización y promoción específica para facilitar el acceso ordenado de los visitantes a los espacios naturales del término. Además de promover el trazado de nuevas rutas que pongan en valor recursos hasta ahora desconocidos para el visitante, mejorando y diversificando el producto.

### **5- Punto de recepción para la puesta en valor turístico de recursos naturales y creación de centro de difusión, formación y sensibilización medioambiental**

Este proyecto se centrará en la creación de una oficina de recepción y centro de formación medioambiental e incluirá el desarrollo de herramientas que permita gestionar y desarrollar de manera sostenible, los recursos ecológicos del municipio. Enclaves como la Bassa de Sant Llorenç, l'Estany o las dunas del Dossel, son parajes conocidos pero no optimizados. Sus usos hasta ahora han sido muy limitados y los peligros que les acechan son elevados. Por ese motivo es necesario trabajar en un mayor conocimiento de su puesta en valor e invertir en su protección y optimización como recurso turístico de alto valor ecológico en colaboración con las instituciones implicadas y favoreciendo la formación de agentes y visitantes.

### **6- Declaración de Centro Histórico y puesta en valor del barrio del Pou / Sta. Ana**

Es uno de los proyectos de mayor atractivo turístico y efecto multiplicador. Permitirá sentar las bases para la recuperación física del patrimonio arquitectónico y urbanístico local, facilitando su reactivación social y económica. Su dinamización y recuperación como señas de identidad local y parte de la historia de Cullera, no solo facilitará su reactivación socioeconómica también su puesta en valor como recurso de indudable interés turístico.

La recuperación de este barrio de origen judío situado a las faldas de la montaña, entre el casco urbano "tradicional" de Cullera y las zonas de playa, permitirá no solo recuperar un atractivo barrio mediterráneo de incuestionable valor etnológico, también permitirá el desarrollo de una zona hostelera y comercial de gran atractivo turístico, generador de riqueza y empleo, que enlazará los dos grandes núcleos del municipio, favoreciendo el flujo de visitantes y su contacto con la población y empresas locales, ofreciendo atractivos complementarios.

Plan Estratégico de Cullera elaborado por "Enclave proyectos de turismo" pag. 98.

### **7- Optimización turística del Castillo de Cullera y recuperación del entorno**

En Castillo de Cullera es, sin lugar a dudas, el recurso monumental de Cullera más popular y admirado por la demanda. A pesar de estas circunstancias, su estado de conservación no ha permitido desarrollar todo su potencial como recurso turístico de primer orden. El proyecto se encargará de analizar y poner en marcha las acciones necesarias para favorecer el uso sostenible y rentable del Castillo y su espectacular mirador sobre la Bahía. En el proceso se trabajará con las instituciones y empresas encargadas de su restauración para facilitar su posterior puesta en valor y optimizar la inversión realizada en su recuperación estructural.

### **8- Apoyo y colaboración para la reactivación y adecuación del ocio como recurso**

Es evidente que municipios turísticos como Cullera, necesitan contar con una estable, dinámica y variada oferta de ocio que permita no solo complementar la temporada alta de "Sol y Playa", sino que pueda catalogarse como atractivo y potenciarse como motivación de viaje. Los últimos años han acentuado el declive de los sistemas tradicionales de ocio y Cullera necesita de una reactivación y adecuación a las nuevas pautas de mercado, desarrollando una nueva oferta complementaria de ocio que tenga en su punto de mira a los diferentes sectores de la demanda y favoreciendo la integración de la población local como empresarios de ocio y como usuarios.

### **9- Incentivos para el mantenimiento de actividad empresarial en temporada baja y reactivación del Plan de Comercio integrado en el Producto Turístico**

Otro de los grandes problemas de la mayor parte de municipios costeros, es la alta estacionalidad. Este proyecto estaría centrado en el desarrollo de actividades en temporada baja que incentivarán la actividad empresarial y favorezcan el flujo de turísticas más allá de la época estival y los periodos vacacionales tradicionales. En este apartado la reactivación comercial, adecuándola a la actividad turística sería uno de sus pilares.

### **10- Plan de formación integral para la mejora de la gestión y planificación turísticas**

Este Plan incluiría la colaboración con las instituciones y organismos competentes en materia de gestión turística como la Universidad, Cosellería de Turismo o Secretaria General de Turismo junto para la formación especializada del personal del consistorio, técnicos y agentes sociales involucrados en el desarrollo del Producto Turístico de Cullera.

### **11- Creación de Centro de Formación y Desarrollo Turístico Sectorial**

En este proyecto se pondría en marcha un centro (Modelo CdT), encargado de analizar las necesidades formativas del sector y de facilitar los medios para la puesta en marcha de cursos adaptados a dichas necesidades. Gestión de negocios, calidad, comercialización, formación hostelera y todo lo necesario para mejorar el nivel de conocimientos de los profesionales del sector y facilitar el acceso de nuevos trabajadores cualificados.

### **12- Creación de página Web integral y optimización de Internet para gestión y comunicación**

El objetivo del proyecto es poner en marcha una página de comunicación y promoción turística interactiva, muy atractiva, acorde a las últimas tecnologías y tendencias y de fácil uso y renovación. La nueva página integrará información fresca, detallada y actualizada de recursos públicos y privados que potencien la imagen de un destino turístico atractivo, que aumente la intención de viaje y favorezca el conocimiento y disfrute de todos los recursos y servicios que ofrece el municipio. Además, este proyecto incluye su uso como herramienta de gestión institucional y de coordinación con los agentes sociales. El desarrollo de intranets de gestión, para todos los agentes públicos y privados involucrados en el desarrollo del municipio, permitirá, facilitar la comunicación, estructurar los proyectos, evitar duplicidad de acciones, economizar tiempo y dinero y en una frase, facilitar el desarrollo armónico de todos los proyectos planteados. Por otro lado, el acceso vía Internet a las tramitaciones municipales, facilitará el proceso para la población local, visitantes y trabajadores.

Plan Estratégico de Cullera elaborado por "Enclave proyectos de turismo" pag. 99.



### **13- Creación, implantación y desarrollo de imagen global consensuada y duradera**

Hasta el día de hoy, Cullera ha contado con diferentes "marcas" o logos turísticos que no han contado con el seguimiento o implantación esperados. Los nuevos proyectos y el objetivo de reactivar Cullera como destino turístico de primer orden, necesita ir acompañado de una imagen gráfica, atractiva, fresca, dinámica y acorde a los nuevos objetivos. Esta imagen necesita ser desarrollada con la participación de todos los agentes sociales e involucrando a la población local para favorecer su aceptación y continuidad. En este proyecto se pretende familiarizar a todos los departamentos municipales, agentes sociales, población local y demanda con la nueva imagen planteada. El objetivo es que todos los agentes implicados y la propia demanda encuentren atractiva la imagen y la tomen como propia, provocando la relación directa entre dicha imagen y la nueva etapa turística.

### **14- Diseño de plan global de publicidad y promoción (anual)**

Hasta la fecha, la promoción turística se ha centrado en acciones puntuales, atendiendo más cuestiones de efectismo interno que ha pautas de promoción turística enfocada a una demanda objetiva. El proyecto trazará y pondrá en marcha pautas y estrategias de promoción basadas en la captación de demanda potencial para recursos objetivos, potenciando la colaboración interdepartamental y facilitando la coordinación con las acciones de promoción y objetivos del empresariado.

### **15- Puesta en marcha del Equipo de Gestión Turística Municipal**

Hasta la fecha y tal y como se desprende de análisis realizado en el Plan Estratégico, la gestión turística municipal ha estado estrechamente relacionada, y condicionada por la gestión del servicio post venta. El consistorio local quiere potenciar con este proyecto la creación de un equipo multidisciplinar y profesional que controle, desarrolle y cree el nuevo Producto Turístico Local. Este equipo estaría formado por profesionales, de la planificación, gestión del territorio, urbanismo, comunicación, imagen, comercialización, etc. Siempre en colaboración con un ADT o Agente de Desarrollo Turístico.

### **16- Campaña de comunicación y sensibilización sobre el Plan Estratégico y Dinamización**

El desarrollo de los Planes Estratégico y de Dinamización, depende de una serie de factores externos e internos, entre los que destaca la integración en los procesos de los agentes sociales y de la población local. Sin la participación directa de dichos agentes los objetivos de ambos planes peligrarían y el desconocimiento por parte de la población local y de los visitantes, acentuaría el distanciamiento ente el sector turístico y el día a día de Cullera.

### **17- Puesta en marcha y desarrollo del equipo gestor del Plan de Dinamización**

El numero de proyectos presentados y la magnitud de trabajo que implican, hace necesario contar desde el inicio con instalaciones técnicas y un equipo de trabajo multidisciplinar que permita llegar con garantías de éxito a los objetivos marcados.



Plan Estratégico de Cullera elaborado por "Enclave proyectos de turismo" pag. 100.

Cuadro de actuaciones a realizar para las diferentes anualidades en Cullera.

GRUPO	Nº	PROYECTO	Coste
Accesibilidad	1	Plan de señalización global, funcional y turística	135.000 €
	2	Proyecto de Accesibilidad global. Facilitando el acceso a los recursos y adaptando el mobiliario urbano a las personas con discapacidad.	167.000 €
Medio ambiente y Producto	3	Recuperación y adecuación del Río Xúquer. Plan Gestor de Usos para su control, protección y optimización como recurso turístico	162.000 €
	4	Recuperación, ampliación y mejora de rutas ecoturísticas. Señalización, mantenimiento, control, promoción, etc	110.000 €
	5	Punto de recepción para la puesta en valor turístico de recursos naturales protegidos y creación de centro de difusión, formación y sensibilización medioambiental.	135.000 €
Patrimonio y Producto	6	Declaración de Casco Histórico protegido y activación y coordinación de puesta en valor del barrio del Pou / Sta. Ana	335.000 €
	7	Optimización turística del Castillo de Cullera	108.000 €
Reactivación empresarial	8	Apoyo y colaboración para la reactivación y adecuación del ocio como recurso turístico	135.000 €
	9	Incentivos para el mantenimiento de actividad empresarial en temporada baja y la reactivación del Plan Comercial integrado	98.000 €
Formación y dinamización	10	Plan de formación integral para la mejora de la gestión y planificación turística, dirigida a personal municipal y agentes sociales	77.000 €
	11	Creación del Centro de Formación Turística (CdT) para potenciar la formación sectorial en todos sus ámbitos profesionales	225.000 €
Imagen Comunicación y comercialización	12	Creación y mantenimiento de una página Web de promoción turística, sensibilización, formación y participación	63.000 €
	13	Creación de imagen global consensuada y Plan de comunicación e implantación	43.000 €
	14	Plan de marketing turístico anual.	90.000 €
Gestión y Plan de Dinamización	15	Puesta en marcha de un equipo de gestión turística profesional, encargado de la gestión y planificación turística local y desvinculado funcionalmente del servicio post venta.	85.000 €
	16	Campaña de comunicación y sensibilización sobre el Plan Estratégico de Dinamización y la evolución del Producto Turístico Local	60.000 €
	17	Puesta en marcha y desarrollo del equipo gestor del Plan de Dinamización	372.000 €
<b>Coste del Plan</b>			<b>2.400.000,00 €</b>

Plan Estratégico de Cullera elaborado por “Enclave proyectos de turismo” pag. 102.