

ALZIRA > 28

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE



A M U N D S E N

turismo inteligente



ÍNDICE

00 INTRODUCCIÓN	1
01 DIAGNÓSTICO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA	4
1.0 INTRO	5
1.1 ANÁLISIS DEL TERRITORIO	6
1.2 ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	25
1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	48
1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA	52
1.5 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO	56
1.6 ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD DE MARCA DEL DESTINO	62
1.7 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO	73
02 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	87
2.0 INTRO	88
2.1 IDENTIFICACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO	89
2.2 ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO	92
2.3 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA	95
03 PLAN OPERATIVO	98
3.0 INTRO	99
3.1 OBJETIVOS	100
3.2 EJES ESTRATÉGICOS Y PROGRAMAS	102
3.3 PLAN DE ACCIÓN 2026/2028	103
3.4 CUADRO DE ACCIONES	104
3.5 FICHAS DE ACCIONES	106

00

INTRODUCCIÓN

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE

ALZIRA >28

2514 AEP

INTRODUCCIÓN

La coyuntura competitiva actual del mercado turístico hace necesaria una planificación rigurosa que permita a destinos como Alzira adaptarse a los rápidos cambios del sector. La evolución de la demanda hacia viajes más cortos, organizados de manera individual, con reservas de última hora y una clara preferencia por destinos próximos, seguros y con identidad propia obliga a Alzira a replantear su estrategia de desarrollo, posicionamiento y gestión de sus recursos turísticos. A ello se suma el incremento de la competencia entre destinos de interior y de litoral, la consolidación del turismo activo y de naturaleza, la creciente relevancia de la cultura y los eventos como motivaciones de viaje y el impacto de los procesos de digitalización en la manera de inspirarse, reservar y valorar las experiencias turísticas.

Paralelamente, la sostenibilidad se ha convertido en un eje central de las políticas turísticas. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcan un marco de referencia ineludible para los destinos que aspiran a ser competitivos y responsables. En este contexto, Alzira debe avanzar hacia un modelo de desarrollo turístico que contribuya a la descarbonización, al uso eficiente de los recursos, a la conservación del patrimonio natural y cultural, a la mejora de la cohesión social y a la generación de empleo de calidad, integrando de forma transversal los ODS en la planificación, la gestión y la evaluación de sus políticas turísticas.

Alzira dispone de una base sólida para ello: un patrimonio histórico y cultural relevante, la presencia del río Xúquer y de espacios naturales de alto valor paisajístico, una oferta comercial y de restauración con potencial turístico y un calendario de eventos culturales, festivos y deportivos que refuerzan su identidad. El Plan Estratégico de Turismo de Alzira 2026–2029 se concibe como la herramienta de gestión que debe orientar la mejora de la actividad turística y reforzar su papel como motor económico y social del municipio, garantizando al mismo tiempo la preservación de los recursos y la calidad de vida de la población residente.

Este documento parte de los instrumentos de planificación previos y los actualiza, incorporando una visión renovada alineada con las nuevas tendencias del mercado, con la metodología de Destino Turístico Inteligente (DTI) y con los compromisos de sostenibilidad y ODS asumidos por las administraciones públicas. El diagnóstico de la realidad territorial, turística y socioeconómica de Alzira constituye la base sobre la que se definen las líneas estratégicas, los objetivos y el modelo de destino: competitivo, sostenible, inclusivo y coherente con la Agenda 2030, adaptado a la capacidad de gestión municipal y a las herramientas disponibles para su implementación.

Este servicio se financia en el marco del Convenio entre la Administración General del Estado, a través del Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana y el Ayuntamiento de Alzira, por el que se instrumenta la subvención directa prevista por el artículo 40 del Real Decreto-Ley 7/2024, de 11 de noviembre, por el que se adoptan medidas urgentes de respuesta antes los daños causados por la DANA en diferentes municipios entre el 28 de octubre y el 4 de noviembre.

01

**DIAGNÓSTICO DE POTENCIALIDAD
TURÍSTICA**

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE

ALZIRA >28

2514 AEP

1.0 INTRO

Este primer apartado constituye la base analítica del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Alzira, que tiene como objetivo identificar, evaluar y contextualizar los principales factores territoriales, patrimoniales socioeconómicos y funcionales que inciden en el desarrollo turístico del municipio. Este análisis permite establecer un conocimiento riguroso de la situación actual del destino, detectar oportunidades y limitaciones, y fundamentar la definición de una estrategia turística coherente, realista y alineada con los principios de sostenibilidad.

A estos elementos se suma un legado histórico vinculado a la figura de Jaume I el Conqueridor, cuya presencia en la ciudad (escenario de su abdicación y muerte en 1276) otorga a Alzira un valor simbólico y fundacional dentro de la historia del Reino de València, constituyendo un activo diferencial de alto potencial para la construcción de un relato turístico propio. Su condición de capital comarcal de la Ribera Alta, su buena accesibilidad y su dotación de servicios y equipamientos refuerzan su papel como nodo funcional dentro del sistema territorial valenciano, dotándola de un potencial turístico relevante aún no plenamente desarrollado.

El diagnóstico aborda el análisis del territorio desde una perspectiva integral, considerando la geografía, el paisaje, la estructura urbana, la conectividad y la evolución histórica como elementos clave para comprender la identidad del destino. Asimismo, se incorporan variables demográficas y socioeconómicas que permiten contextualizar el turismo dentro del modelo de ciudad y evaluar su capacidad para generar impactos positivos en términos de cohesión social, dinamización económica y mejora de la calidad de vida de la población residente.

El documento examina los recursos turísticos del municipio (naturales, culturales, gastronómicos y deportivos) evaluando su estado actual, su nivel de aprovechamiento y su potencial de desarrollo. Este análisis pone de manifiesto la existencia de activos turísticos de alto valor, junto a una serie de carencias estructurales relacionadas con la gestión, la comunicación, la señalización, la coordinación público-privada y la experiencia del visitante, que condicionan la competitividad del destino.

El diagnóstico se ha elaborado en coherencia con los principales instrumentos de planificación vigentes, como la Agenda Urbana Alzira 2030 – Un Riu de Futur, la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana (ETCV), el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Desde esta perspectiva, el turismo se concibe no como un fin en sí mismo, sino como un vector transversal de regeneración urbana, valorización del patrimonio y desarrollo económico sostenible, integrado en el modelo de ciudad.

En definitiva, este diagnóstico de potencialidad turística proporciona el marco de referencia necesario para la formulación de las líneas estratégicas y acciones del Plan, identificando los elementos diferenciales de Alzira como destino, así como los retos que deben abordarse para consolidar un modelo turístico sostenible, competitivo y alineado con la identidad y las aspiraciones del municipio.

1.1 ANÁLISIS DEL TERRITORIO

Alzira, capital de la Ribera Alta, es una ciudad intermedia situada junto al río Júcar, a 36 km de València. Con más de 47.000 habitantes y 110 km² de superficie, destaca por su dinamismo económico, su diversidad paisajística y su valioso patrimonio cultural. Su territorio, entre la llanura del Júcar y las sierras de la Murta y el Cavall Bernat, combina huertas, marjales y montes mediterráneos, conformando un paisaje marcado por el agua y la agricultura citrícola. Su ubicación estratégica y buena accesibilidad —por la A-7, la CV-50 y la red ferroviaria— favorecen su potencial turístico.

El casco histórico de la Vila, de origen islámico y declarado BIC, conserva un importante conjunto monumental vinculado a la figura de Jaume I, que ocupa un papel esencial en la identidad histórica del municipio. El desarrollo urbano de Alzira, en armonía con su entorno natural y agrícola, ha permitido mantener una identidad territorial coherente y auténtica, donde el patrimonio, las fiestas y la gastronomía local conforman la esencia de la ciudad.

El análisis del territorio revela un notable potencial para consolidar un modelo de turismo sostenible articulado en tres ejes complementarios. En primer lugar, el turismo de naturaleza, ligado a los parajes de la Murta y la Casella, al paisaje del agua y a una amplia red de senderos y rutas cicloturistas que superan los 130 kilómetros. En segundo lugar, el turismo cultural y patrimonial, centrado en el legado islámico y medieval de la Vila, la figura histórica de Jaume I y los equipamientos culturales como el MUMA. Por último, el turismo agroalimentario y gastronómico, que encuentra su fundamento en la huerta tradicional, los cultivos de cítricos y una rica tradición culinaria que reflejan los valores de sostenibilidad y proximidad.

La presencia de figuras de protección ambiental, la buena dotación de infraestructuras y la condición de capital comarcal refuerzan la posición de Alzira como destino capaz de equilibrar desarrollo económico, cohesión social y conservación del entorno. Estos elementos configuran un marco idóneo para avanzar hacia un modelo de turismo responsable, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con la visión de la Agenda Urbana Alzira 2030: un territorio resiliente, inclusivo y sostenible donde el turismo se consolida como motor de identidad, bienestar y prosperidad colectiva.

1.1.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA Y PAISAJE

El municipio de Alzira se localiza en el centro de la comarca de la Ribera Alta, dentro de la provincia de València, a 36 kilómetros al sur de la capital autonómica. Su término municipal ocupa una superficie de 110,49 km² y limita con los municipios de Carcaixent, Algemesí, Guadassuar, Tous, Llombai y Albalat de la Ribera. Se trata de un enclave estratégico en el eje del río Júcar, que articula la conectividad entre la costa mediterránea y el interior valenciano.

Desde el punto de vista territorial, Alzira ejerce funciones de capital comarcal y de nodo intermedio dentro del sistema urbano regional definido por la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana (ETCV), que la integra en el corredor metropolitano sur de València. Su ámbito funcional se extiende hacia los municipios vecinos, con los que comparte servicios administrativos, sanitarios, educativos y comerciales, consolidando un tejido socioeconómico y de movilidad comarcal de alta interdependencia.

Tipo de paisaje

El término municipal de Alzira presenta una morfología variada, que combina zonas de llanura aluvial, valles agrícolas y relieves montañosos de media altitud. El conjunto conforma un paisaje mediterráneo de elevada diversidad ecológica, donde el agua, la montaña y la huerta se combinan con una trama urbana compacta que mantiene un equilibrio singular entre lo natural y lo construido. El territorio puede estructurarse en tres grandes unidades paisajísticas:

- La llanura agrícola del Júcar, donde predomina la huerta tradicional de regadío, sustentada por la red histórica de la Acequia Real del Júcar. Los cultivos de cítricos, frutales y hortalizas definen un paisaje cultural de alto valor patrimonial y productivo, con un entramado de caminos rurales, partidores y molinos hidráulicos.
- El sistema fluvial del Júcar y su entorno, que constituye el principal eje natural del municipio. Sus riberas acogen vegetación de ribera bien conservada y conforman un espacio de transición entre el medio urbano y la huerta, con potencial para actividades recreativas, senderismo y educación ambiental.
- Las sierras de la Murta y la Casella, en la Serra de Corbera, delimitan el sur y suroeste del término. Estos espacios configuran un relieve abrupto con cimas que superan los 500 metros de altitud, ofreciendo panorámicas sobre la Ribera del Júcar y actuando como pulmón verde de la comarca.

Sistema hídrico y paisaje del agua

El río Júcar constituye el elemento estructurador del territorio y la base histórica del desarrollo agrícola, urbano y cultural de Alzira. Su curso atraviesa el término municipal de oeste a este, generando una amplia llanura fértil que sostiene la huerta tradicional. A este eje fluvial se suman los barrancos y manantiales que descienden desde la Murta y la Casella, como el barranco de la Casella, el barranco de Barxeta o el río Verde, que aportan singularidad al paisaje del agua.

El sistema hídrico se complementa con un valioso patrimonio hidráulico —acequias, partidores, molinos y azudes— que articula el territorio y conserva un alto potencial interpretativo y turístico. La Agenda Urbana Alzira 2030 – Un Riu de Futur promueve precisamente la recuperación del frente fluvial y la integración del río como eje vertebrador del espacio público, conectando la ciudad con la huerta y reforzando la infraestructura verde municipal.

En materia de riesgos, el PATRICOVA (Plan de Acción Territorial sobre Prevención del Riesgo de Inundación en la Comunitat Valenciana) identifica diversas áreas con susceptibilidad media y alta de inundación asociadas al cauce del Júcar y a su red de barrancos, especialmente en los sectores bajos del municipio y zonas de transición hacia la huerta. Estas limitaciones condicionan el planeamiento urbano y la localización de nuevos desarrollos.

Medio natural y figuras de protección

El principal espacio natural protegido es el Paraje Natural Municipal de la Murta y la Casella, con una superficie de 765 hectáreas, integrado en la Red Natura 2000 bajo las figuras de Lugar de Importancia Comunitaria (LIC) y Zona de Especial Conservación (ZEC) dentro del ámbito de la Serra de Corbera. Este enclave combina un elevado valor ecológico con un notable patrimonio cultural, destacando el Monasterio de la Murta, Bien de Interés Cultural (BIC), que refuerza la relación entre naturaleza, espiritualidad y paisaje.

El PORN de la Serra de Corbera establece las directrices de conservación y uso público de este espacio, delimitando las zonas de especial protección y los usos compatibles con la actividad turística y recreativa. En el conjunto del término municipal también se localizan otros enclaves de interés ambiental, como la microreserva del Port de Tous, los Ullals del Riu Verd y tramos del curso medio y bajo del Júcar, reconocidos como ZEC.

Estructura urbana y planificación territorial

El modelo urbano de Alzira se caracteriza por un núcleo compacto de origen medieval —la Vila—, rodeado por barrios de expansión planificada y áreas residenciales periféricas. El Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) vigente, aprobado en 2001, establece una estructura equilibrada entre suelo urbano, agrícola y forestal, aunque se identifican zonas de expansión y transformación en los sectores de Tulell, Venècia y Carretera d’Albalat, que concentran nuevos desarrollos residenciales y dotacionales.

Existen, asimismo, áreas con presión urbanística o conflictos de uso, especialmente en los bordes entre la ciudad y la huerta, en el entorno fluvial del Júcar y en algunos márgenes de la Serra de la Casella afectados por urbanizaciones dispersas o usos recreativos no regulados. Estas situaciones han sido señaladas tanto por la Agenda Urbana Alzira 2030 como por el PACES (Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible), que recomiendan reforzar la conectividad ecológica y contener la expansión urbana mediante una gestión eficiente del suelo.

Infraestructura verde y conectividad paisajística

Alzira cuenta con una infraestructura verde municipal consolidada, que integra el río Júcar, la huerta tradicional y los parajes naturales de la Murta y la Casella. Esta red se articula a través de caminos rurales, corredores ecológicos y una extensa red de senderos y rutas ciclopeatonales, que suman más de 130 km de itinerarios señalizados, entre ellos el GR-236 Ruta de los Monasterios, el PR-CV 303 “De Alzira a la Casella”, y varias rutas locales de carácter panorámico.

El territorio también dispone de trazados aptos para BTT y uso ecuestre, algunos homologados por la Federación Valenciana de Deportes de Montaña y Escalada (FEMEVCV) y la Real Federación Hípica Española, lo que refuerza la conexión entre turismo activo, naturaleza y patrimonio. La Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y el PATIVEL reconocen esta área como un corredor de alta conectividad paisajística y de transición entre ecosistemas agrícolas y forestales.

En síntesis, el territorio de Alzira combina un paisaje mediterráneo diverso con una estructura urbana compacta y una red ambiental bien definida. Su equilibrio entre ciudad, huerta y montaña, junto con la existencia de espacios protegidos y una sólida infraestructura verde, configuran una base territorial idónea para el desarrollo de un modelo turístico sostenible y coherente con los principios de planificación y ordenación del territorio de la Comunitat Valenciana.

Situación geográfica y paisaje de Alzira	
Provincia	Valencia
Comarca	La Ribera Alta
Destino superior en el que se integra	Ribera del Xúquer (47 municipios que conforman la Ribera Alta y la Ribera Baixa)
Consorcio	Consorci de la Ribera: Las Mancomunidades de la Ribera Alta y de la Ribera Baixa conforman el Consorci de la Ribera, organismo a través del que se cubren los servicios de promoción turística, desde el departamento público-privado de Riberaturisme
Núcleos Poblacionales	La Garrofera, El Pla de Cobera, El Respirall, San Berant, Vitella
Superficie (km2)	110,49
Población (habitantes)	47.366
Total empresas	2.829
Ejes territoriales	Río Júcar – A-7 – CV-50 – Línea C-2 Cercanías
Unidades paisajísticas	Llanura agrícola del Júcar, sistema fluvial, sierras Murta-Casella
Principales espacios protegidos	PNM Murta i Casella (LIC/ZEC Serra de Corbera), Ullals del Riu Verd, Port de Tous
Instrumentos de planificación	PGOU de Alzira, Agenda Urbana 2030 “Un Riu de Futur”, ETCV, PATIVEL, PORN Serra de Corbera, PATRICOVA, PACES
Red de itinerarios	>130 km senderos homologados (GR-236, PR-CV 303-304-334-335, SL-CV 81-82)
Usos del suelo (estimado)	55% agrícola, 30% forestal, 10% urbano, 5% industrial y dotacional
Áreas de presión urbanística	Entorno del Júcar, Tulell, Venècia, interfaces urbano-agrícolas
Relaciones funcionales	Carcaixent, Algemesí, Guadassuar, Tous, Albalat de la Ribera
Riesgos ambientales	Inundabilidad (PATRICOVA), erosión, incendios forestales

1.1.2 HISTORIA

La historia de Alzira ilustra una continuidad excepcional entre territorio, poder y cultura. Desde su origen islámico hasta su configuración contemporánea, la ciudad ha mantenido un equilibrio entre su función económica, su legado monumental y su papel como capital comarcal.

La ciudad ha sido, a lo largo de los siglos, un punto estratégico de asentamiento, intercambio y poder dentro del territorio valenciano. Su emplazamiento junto al río Júcar y en el cruce natural de caminos entre el litoral y el interior ha determinado su relevancia política, económica y social desde la Antigüedad.

El conjunto histórico de La Vila, declarado Bien de Interés Cultural (BIC), constituye el núcleo patrimonial más representativo del municipio. En él se conservan elementos de diferentes etapas históricas que reflejan la evolución urbana de Alzira: las murallas medievales, la Casa Consistorial, la Iglesia de Santa Catalina, el Palacio de Casassús o la Casa de los Jurados, asociada a la figura de Jaume I.

A este patrimonio urbano se suman los espacios monumentales y naturales de la Murta y la Casella, donde el Monasterio de la Murta (BIC) simboliza la conexión entre espiritualidad y paisaje. El conjunto de bienes inmuebles, tradiciones, archivos y colecciones museísticas (MUMA, Casa de la Cultura, La Gallera) conforman un entramado patrimonial de alto valor, base para la estructuración de productos turísticos culturales, religiosos y educativos.

Este patrimonio material e inmaterial constituye un recurso estratégico para la proyección del destino, al tiempo que exige políticas de conservación activa, gestión integrada y valorización turística sostenible.

Al-Yazirat Suqra: orígenes

Los vestigios arqueológicos localizados en el término municipal —yacimientos del Paleolítico, Neolítico y Edad del Bronce— evidencian una ocupación humana temprana y continuada. Sin embargo, la configuración urbana de la actual Alzira tiene su origen en el periodo andalusí, cuando se fundó Al-Yazirat Suqra (“la isla del Júcar”). La ciudad, asentada sobre una isla fluvial, alcanzó una posición destacada dentro de la estructura político-administrativa de al-Andalus gracias a su fértil entorno agrícola y a su red hidráulica.

Durante los siglos XI y XII, Alzira fue un centro fortificado con murallas, torres defensivas, baños, mezquitas y molinos, alcanzando notoriedad como plaza comercial y sede de actividad intelectual. Cronistas como al-Zuhví mencionan su puente monumental de tres arcos y su riqueza agrícola. La herencia islámica pervive en la actual trama urbana de La Vila, en la disposición de calles estrechas e irregulares y en algunos elementos arquitectónicos subsistentes del recinto amurallado.

Jaume I: la conquista cristiana

El episodio que más profundamente ha marcado la historia y la identidad de Alzira es la conquista por el rey Jaume I en 1242, tras la capitulación de la ciudad islámica. El monarca incorporó la villa a la Corona de Aragón y le concedió privilegios que consolidaron su condición de villa real, otorgándole funciones judiciales, fiscales y representación en las Cortes del Reino de València.

La vinculación de Jaume I con Alzira es particularmente significativa. En la Casa Reial d'Alzira, hoy en proceso de restauración con financiación del Plan Nacional Xacobeo y fondos Next Generation EU, el monarca abdicó en 1276 en favor de su hijo Pere el Gran, pocos días antes de su muerte. Este hecho histórico convierte a Alzira en un escenario de referencia para la historia del Reino de València y de la Corona de Aragón, dotando al municipio de un legado simbólico de primer orden.

La importancia de esta relación se mantiene viva en la memoria colectiva y en la planificación cultural reciente. El Ayuntamiento de Alzira ha declarado 2026 como Año Jaume I, con el objetivo de conmemorar el 750 aniversario de su muerte mediante actividades culturales, rutas interpretativas y la musealización de la Casa Reial. Esta línea de actuación refuerza la conexión entre historia, patrimonio y desarrollo turístico sostenible.

Edad Media y Moderna: consolidación urbana y patrimonial

Tras la conquista cristiana, Alzira mantuvo una estructura urbana compacta dentro de sus murallas y se consolidó como centro administrativo y comercial. Entre los siglos XIV y XV participó en hechos políticos relevantes, reforzando su papel de villa real. Pese al impacto de la expulsión de los moriscos, la ciudad mantuvo su vitalidad y, durante la Edad Moderna, experimentó una expansión económica basada en la agricultura, la artesanía y la producción de seda, vino, aceite y cereales.

Siglo XIX y primeras transformaciones industriales

En 1876, Alzira obtuvo oficialmente el título de ciudad, reflejo de su pujanza demográfica y económica. La llegada del ferrocarril (1853) y el desarrollo de la industria agroalimentaria y manufacturera impulsaron su modernización. Figuras como el empresario Luis Suñer, fundador de la histórica marca Avides, protagonizaron la industrialización local a lo largo del siglo XX.

La ciudad también fue escenario de avances científicos relevantes, como los ensayos de la vacuna contra el cólera del doctor Jaume Ferran (1885), que contribuyeron a su proyección nacional.

Siglo XX: expansión urbana y memoria reciente

El siglo XX supuso la consolidación de Alzira como capital comarcal. Sin embargo, su desarrollo estuvo marcado por episodios de crisis y reconstrucción, especialmente la riada de 1982 (Pantanada de Tous), que afectó gravemente al tejido urbano y agrícola. Este suceso impulsó una renovación integral de infraestructuras, la mejora del sistema hidráulico y la modernización de la planificación urbana.

Desde los años noventa, el municipio ha orientado su crecimiento bajo criterios de sostenibilidad y equilibrio entre desarrollo urbano, medio natural y patrimonio.

La Agenda Urbana Alzira 2030, aprobada en 2022 bajo el lema “Un Riu de Futur”, recoge precisamente la integración entre la ciudad, el río y la huerta como eje estratégico de su modelo territorial, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana (ETCV).

A modo de resumen, la trayectoria histórica de Alzira constituye un activo diferenciador de su identidad territorial. Su herencia islámica, su condición de ciudad real bajo Jaume I y su patrimonio cultural articulado en torno al casco histórico, la huerta y los parajes naturales la convierten en un referente patrimonial de la Ribera Alta y en un destino con un alto potencial para la interpretación cultural y el turismo sostenible.

Hitos históricos y patrimonio relevante de Alzira			
Periodo	Hito o acontecimiento relevante	Bienes patrimoniales	Figura de protección
Etapa prehistórica y romana	Ocupación humana continuada y villas agrícolas	Yacimiento del Sequer de Sant Bernat, restos romanos	Inventario arqueológico municipal
Periodo andalusí (VIII–XIII)	Fundación de Al-Yazirat Suqra, ciudad fortificada	Recinto amurallado, trazado islámico de La Vila	BIC Conjunto Histórico de La Vila
Conquista cristiana (1242)	Jaume I incorpora Alzira a la Corona de Aragón	Casa Reial, Murallas, Cruz Cubierta	BIC / Año Jaume I 2026
Edad Media y Moderna	Consolidación como villa real, construcción de templos y conventos	Iglesia de Santa Catalina, Monasterio de la Murta	BIC / Red Natura 2000
Siglo XIX	Industrialización, ferrocarril y crecimiento urbano	Casa Consistorial, fábricas tradicionales, chimeneas industriales	BRL / PGOU de Alzira
Siglo XX	Riada de 1982 y reconstrucción urbana	Infraestructura hidráulica, urbanismo moderno	Agenda Urbana Alzira 2030
Siglo XXI	Consolidación como capital comarcal sostenible	MUMA, Casa de la Cultura, espacios culturales y naturales	Agenda Urbana 2030

1.1.3 ESTRUCTURA URBANA

La estructura urbana de Alzira responde al modelo clásico de ciudad mediterránea compacta, en la que el crecimiento histórico, condicionado por su entorno fluvial y montañoso, ha generado una morfología equilibrada entre el núcleo histórico, los barrios de expansión planificada y los espacios naturales y agrícolas que rodean el municipio. Este modelo urbano ha permitido mantener una relación estrecha entre la ciudad, la huerta y el paisaje, configurando una identidad territorial coherente que constituye uno de los valores diferenciales del destino.

Evolución y configuración del tejido urbano

El núcleo original de Alzira se encuentra en la actual Vila, asentamiento de origen islámico emplazado sobre una antigua isla fluvial del río Júcar. Su estructura medieval, de calles estrechas e irregulares, responde a criterios defensivos y de adaptación al terreno. El recinto amurallado, parcialmente conservado, delimitaba la ciudad histórica y establecía una clara separación entre el espacio urbano y la huerta circundante.

Durante la Edad Moderna y el siglo XIX, la ciudad inició un proceso de expansión extramuros, primero a lo largo del eje del puente de San Gregori y posteriormente hacia el sur y el oeste, consolidando una malla ortogonal más regular. La apertura de avenidas, la instalación de equipamientos y la llegada del ferrocarril en 1853 marcaron el inicio de la modernización urbana.

En la segunda mitad del siglo XX, especialmente a partir de la década de 1960, Alzira experimentó un crecimiento residencial e industrial acelerado, concentrado en los barrios de Tulell, Venècia y Carretera d'Albalat. Este desarrollo se acompañó de la urbanización de nuevas áreas residenciales periféricas y de la creación de zonas industriales planificadas, que ampliaron el límite urbano sin alterar de forma sustancial la compacidad general de la ciudad.

Modelo urbano y zonificación actual

El Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de Alzira establece una estructura jerárquica que articula el territorio en torno a tres grandes ámbitos funcionales:

- El casco histórico (La Vila), declarado Bien de Interés Cultural (BIC) y núcleo patrimonial de la ciudad. Mantiene la mayor concentración de bienes culturales y edificios singulares, con potencial para el turismo cultural.
- Las áreas residenciales y de expansión, que incluyen los barrios de Tulell, Venècia, Alquenència y el entorno de la carretera d'Albalat, donde se localizan equipamientos educativos, sanitarios y deportivos.
- Las zonas productivas e industriales, distribuidas principalmente en los polígonos de la carretera de Carcaixent, el polígono Albalat y el sector de la Partida del Brosquil, que concentran la actividad económica.

Relación entre ciudad, huerta y paisaje

Uno de los rasgos más característicos del modelo territorial de Alzira es la integración del paisaje agrícola y natural dentro del ámbito urbano. El perímetro de la ciudad mantiene un contacto directo con la huerta tradicional, los márgenes del río Júcar y los accesos a los parajes naturales de la Murta y la Casella. Esta proximidad favorece la movilidad peatonal y ciclista y refuerza la identidad paisajística del municipio.

La Agenda Urbana Alzira 2030 – Un Riu de Futur plantea precisamente la consolidación de este modelo mediante la creación de una infraestructura verde municipal, que conecte el casco urbano con la huerta y los espacios naturales, a través de corredores paisajísticos, itinerarios ciclopeatonales y zonas de recreo fluvial. Esta iniciativa busca mejorar la accesibilidad ambiental y la calidad de vida, al tiempo que genera un soporte territorial para el desarrollo del turismo sostenible.

A pesar de la estabilidad del modelo compacto, el crecimiento urbano ha generado presiones localizadas sobre el suelo agrícola y fluvial. Se identifican situaciones de tensión en tres ámbitos:

- Los bordes urbano-agrícolas, especialmente al norte y oeste del casco urbano, donde el avance de la edificación ha reducido la continuidad de la huerta tradicional.
- El entorno del río Júcar, donde el desarrollo residencial e industrial requiere medidas de contención y compatibilidad con el régimen de inundabilidad establecido por el PATRICOVA y la Confederación Hidrográfica del Júcar.
- Las áreas periurbanas próximas a la Serra de la Casella, afectadas por la dispersión edificatoria y los usos recreativos no regulados.

El PGOU y la Agenda Urbana 2030 establecen directrices para minimizar estas presiones, priorizando la regeneración de suelos urbanos existentes frente a la expansión, la rehabilitación del casco histórico y la integración del río y la huerta como espacios estructurantes.

Equipamientos y estructura funcional

Alzira concentra una amplia dotación de equipamientos públicos, acorde con su papel de capital comarcal. Estos equipamientos garantizan una adecuada cobertura de servicios y constituyen un soporte básico para el desarrollo de actividades turísticas, culturales y recreativas.

- Equipamientos culturales: Museo Municipal (MUMA), Casa de la Cultura, Gran Teatro y espacios expositivos.
- Infraestructuras deportivas: Polideportivo Pérez Puig, Palau d'Esports, Ciudad Deportiva Jorge Martínez "Aspar", y circuitos BTT y de cross.
- Equipamientos sanitarios y educativos: Hospital de la Ribera, centros de salud, centros de educación secundaria y formación profesional.
- Zonas verdes y parques urbanos: Parques de la Alquenència, Pere Crespí, Tulell y Venècia, que articulan la red de espacios libres urbanos.

Movilidad y accesibilidad urbana

El sistema de movilidad de Alzira se estructura en torno a la red viaria principal (A-7, CV-50, CV-41 y CV-550) y la línea ferroviaria C-2 de Cercanías. A nivel interno, la ciudad dispone de un sistema de calles jerarquizado, que combina ejes estructurantes con áreas peatonales en el casco histórico.

El Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), alineado con el PACES y la Agenda Urbana 2030, propone medidas para fomentar la movilidad activa, el transporte

público y la interconexión con la huerta mediante itinerarios ciclopeatonales. Estas actuaciones son fundamentales para la mejora de la accesibilidad turística y la conexión entre los recursos patrimoniales, naturales y culturales del municipio.

El modelo urbano de Alzira presenta fortalezas notables, como su compacidad, la integración con el paisaje agrícola y natural, y una red de equipamientos y servicios. Sin embargo, el análisis territorial evidencia carencias estructurales que requieren atención estratégica: la reversión de la presión urbanística sobre la huerta, la rehabilitación del casco histórico y la consolidación efectiva de la infraestructura verde. Asimismo, es necesario reforzar la coordinación entre planificación urbana, ambiental y turística, de modo que las intervenciones futuras en movilidad, espacio público y patrimonio respondan a un mismo objetivo: consolidar Alzira como una ciudad sostenible donde el turismo actúe como vector de regeneración urbana y no de presión territorial.

Estructura urbana de Alzira		
Aspecto	Descripción actual	Retos
Modelo urbano	Ciudad compacta de escala media, equilibrio entre casco histórico, barrios residenciales y áreas industriales.	Consolidar la regeneración frente a la expansión. Actualizar PGOU a criterios de sostenibilidad.
Casco histórico	Núcleo medieval BIC. Alta concentración de patrimonio, pero con viviendas degradadas y escasa actividad comercial.	Impulsar planes de rehabilitación, ayudas a la vivienda y dinamización cultural.
Huerta y entorno	Alta integración visual y ambiental. Red hidráulica histórica.	Reforzar la protección frente a la presión urbanística. Mejorar accesibilidad y uso público del río.
Zonas de expansión	Tulell, Venècia y Alquenència con buena dotación, pero débil conexión paisajística.	Incrementar espacios verdes, conectividad ecológica y cohesión urbana.
Zonas industriales	Polígonos Carcaixent, Albalat y Brosquil. Concentración de empleo, pero impacto visual en bordes agrícolas.	Promover medidas de integración paisajística y eficiencia ambiental.
Movilidad y conectividad	Red viaria completa, accesos regionales excelentes. Movilidad interna dominada por el vehículo privado.	Fomentar movilidad activa y transporte público. Conectar nodos turísticos.
Infraestructura verde	En desarrollo. Agenda Urbana 2030 plantea corredores ecológicos urbanos-rurales.	Requiere ejecución, mantenimiento y gobernanza coordinada.
Equipamientos públicos	Amplia red cultural, deportiva y sanitaria.	Descentralizar dotaciones y generar espacios multifuncionales.
Riesgos urbanos	Inundabilidad del Júcar, presión en bordes urbanos y erosión en la Casella.	Integrar criterios de adaptación climática y resiliencia urbana.

1.1.4 CONECTIVIDAD

La conectividad constituye un elemento estructural del modelo territorial y turístico de Alzira. Su posición estratégica en el eje central de la comarca de la Ribera Alta, a 36 kilómetros al sur de València, le otorga una función de nodo intermedio entre la costa y el interior, así como un papel clave en los flujos de movilidad comarcal, laboral y turística. La calidad de las infraestructuras de transporte y la articulación de la red de movilidad interna condicionan tanto la competitividad del municipio como la accesibilidad a sus recursos patrimoniales, naturales y culturales.

Accesibilidad externa

Alzira cuenta con una conectividad viaria excelente, sustentada en la autovía A-7 (Autovía del Mediterráneo), que la enlaza con València en apenas 30 minutos y con otras ciudades del litoral mediterráneo como Gandia, Xàtiva o Alicante. La carretera CV-50 desempeña una función transversal estratégica, facilitando la comunicación con el interior provincial y con municipios de las comarcas vecinas. Asimismo, las carreteras CV-41 y CV-550 refuerzan la conexión directa con los núcleos de Carcaixent, Algemesí y la zona baja de la Ribera.

La ciudad está integrada en la línea C-2 de Cercanías Renfe, que conecta València y Moixent con una frecuencia de paso adecuada para los desplazamientos diarios por motivos laborales, educativos y de ocio. Esta infraestructura ferroviaria no solo favorece la movilidad de la población residente, sino también la llegada de visitantes de corta estancia, excursionistas y viajeros procedentes del área metropolitana.

En términos de conectividad aérea, Alzira se sitúa a 45 km del Aeropuerto de València (Manises), con accesos directos por la A-7 y la V-31, y a 135 km del Aeropuerto de Alicante-Elche Miguel Hernández, lo que le permite integrarse en los principales corredores turísticos de la Comunitat Valenciana.

A escala comarcal, los flujos de movilidad cotidiana entre Alzira y municipios como Carcaixent, Algemesí, Guadassuar o Tous son intensos y bidireccionales. Estos desplazamientos —de carácter laboral, comercial y de servicios— configuran un área funcional continua que amplía la base de atracción turística del municipio y refuerza su papel como centro comarcal de servicios.

Movilidad interna y accesibilidad urbana

La estructura viaria interna de Alzira combina un trazado histórico compacto en el entorno de La Vila con una red de avenidas y ejes perimetrales que facilitan la circulación hacia los barrios de expansión (Tulell, Venècia, Alquenència). La configuración urbana favorece la movilidad peatonal, si bien el uso del vehículo privado continúa siendo predominante.

El Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) plantea la reorganización del tráfico mediante la pacificación de calles, la reordenación del estacionamiento y la mejora de la movilidad activa. Su implementación progresiva ha permitido crear itinerarios peatonales y ciclistas que conectan el centro urbano con equipamientos educativos, deportivos y culturales.

No obstante, persisten déficits de conectividad interna entre algunos barrios periféricos y el casco histórico, así como carencias en la accesibilidad universal de aceras, cruces y entornos patrimoniales. La intermodalidad con el transporte público regional es todavía limitada, con escasa integración tarifaria y falta de paradas adaptadas para el acceso turístico.

La Agenda Urbana Alzira 2030 – Un Riu de Futur define la movilidad sostenible como una de las palancas de transformación urbana, promoviendo la continuidad entre los espacios públicos, la huerta y el río Júcar. Esta visión busca reforzar la infraestructura verde mediante itinerarios seguros y accesibles que favorezcan los desplazamientos no motorizados, al tiempo que mejoran la experiencia turística.

Conectividad turística y territorial

La red de accesos turísticos a los principales recursos del municipio es diversa, pero presenta diferencias significativas en calidad y señalización.

- El acceso a los parajes naturales de la Murta y la Casella se realiza por la carretera CV-570, con trazado sinuoso y tramos estrechos, que limita el acceso de vehículos grandes y grupos organizados. Se dispone de aparcamientos regulados, aunque con capacidad insuficiente en periodos de alta afluencia.
- El casco histórico de La Vila cuenta con accesos señalizados desde el eje central urbano, pero el tráfico rodado y la falta de espacios de estacionamiento dificultan la visita turística espontánea.
- En la zona del río Júcar y su entorno fluvial, los accesos son discontinuos y en algunos casos carentes de señalización o puntos de información turística, lo que limita su aprovechamiento recreativo y paisajístico.

A nivel comarcal, Alzira se encuentra integrada en las rutas cicloturistas y senderos homologados que permiten la conexión con otros municipios de la Ribera y con espacios de valor ambiental y patrimonial. Estas rutas constituyen un elemento de cohesión y una oportunidad para fortalecer la movilidad turística no motorizada.

Asimismo, la ciudad participa en iniciativas de movilidad supramunicipal sostenible impulsadas por la Diputació de València y Turisme Comunitat Valenciana, orientadas a la creación de redes ciclopeatonales y a la promoción del turismo activo.

Flujos funcionales y movilidad turística ampliada

Los flujos de movilidad asociados al turismo en Alzira no se limitan a los visitantes propiamente dichos, sino que incluyen los desplazamientos laborales, comerciales, formativos y de servicios, que configuran un conjunto de movimientos funcionales con repercusión directa en el tejido económico y turístico. La gestión eficiente de estos flujos, su compatibilidad con la movilidad residente y su integración con la oferta turística son elementos clave para la sostenibilidad del destino.

- **Flujos laborales y comerciales:** la ciudad ejerce una fuerte atracción diaria de trabajadores de municipios próximos, especialmente hacia el sector industrial y sanitario (Hospital de la Ribera). Estos desplazamientos fortalecen la base económica y generan un flujo constante de usuarios en restauración, comercio y servicios.
- **Flujos educativos y culturales:** los centros de enseñanza secundaria, formación profesional y universidad popular atraen estudiantes de otras localidades, incrementando la movilidad intra e intercomarcal.
- **Flujos de ocio y eventos:** festividades como las Fallas o la Semana Santa — ambas de Interés Turístico Nacional— generan picos de movilidad temporal que requieren planificación específica de accesos, transporte y aparcamiento.

Del análisis anterior se puede concluir que Alzira cuenta con una infraestructura de movilidad sólida y bien conectada con el área metropolitana de València y su entorno comarcal, lo que constituye una base favorable para el desarrollo turístico. Sin embargo, el modelo actual requiere una mayor integración entre transporte, paisaje y recursos turísticos para consolidar un sistema de accesibilidad adaptado a las nuevas demandas del visitante. El reto principal consiste en transformar la conectividad funcional en conectividad turística, mejorando los accesos a los parajes naturales, el casco histórico y la huerta mediante itinerarios cicloturistas y peatonales, y una señalización coherente.

Conectividad de Alzira		
Aspecto	Descripción actual	Retos
Accesibilidad viaria	A-7, CV-50, CV-41 y CV-550. Conexión directa con València y municipios comarcales.	Excelente red, pero acceso limitado a entornos naturales (Murta, Casella).
Conectividad ferroviaria	Línea C-2 de Cercanías Renfe (València-Xàtiva-Moixent).	Frecuencia adecuada, sin integración tarifaria con transporte urbano.
Conectividad aérea	Aeropuerto de València a 45 km.	Accesibilidad óptima mediante A-7. Falta de conexión directa en transporte público.
Movilidad interna	Red viaria jerarquizada. Itinerarios peatonales y ciclistas en desarrollo.	Faltan conexiones seguras entre barrios y casco histórico.
Transporte público urbano	Servicio interurbano comarcal. Escasa cobertura horaria y funcional.	Necesario mejorar frecuencia, accesibilidad y señalización turística.
Accesos a recursos turísticos	Accesos diferenciados a La Vila, Murta, Casella y río Júcar.	Señalización insuficiente, déficit de aparcamientos y transporte colectivo.
Movilidad cicloturista	>130 km de senderos (GR-236, PR-CV 303-334-335).	Potencial elevado, pero baja promoción y mantenimiento desigual.
Flujos funcionales comarcales	Movilidad laboral, comercial y educativa con Carcaixent, Algemesí, Guadassuar y Tous.	Oportunidad para fortalecer el turismo de servicios y proximidad.
Instrumentos de planificación	Agenda Urbana 2030, PMUS, PACES, ETCV.	Necesidad de coordinación e implementación conjunta.
Infraestructura verde	En desarrollo. Ejes de conexión río-huerta-Murta-Casella.	Requiere continuidad física, señalización y mantenimiento periódico.

1.1.5 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO.

Alzira presenta un perfil demográfico y socioeconómico propio de una ciudad intermedia consolidada, con un peso decisivo dentro de la comarca de la Ribera Alta y una posición estratégica en la red territorial de la Comunitat Valenciana. Su población, su estructura económica diversificada y su dinamismo comercial configuran una base sólida para el desarrollo de un modelo turístico sostenible, articulado sobre la calidad de vida, la identidad local y la economía de proximidad.

Estructura demográfica y tendencias poblacionales

Con una población cercana a los 47.000 habitantes (2024) y una densidad de más de 420 hab/km², Alzira se sitúa como una de las ciudades de mayor peso demográfico del eje metropolitano sur de València. Su crecimiento ha sido estable en la última década, lo que refleja una capacidad de atracción residencial sostenida gracias a su oferta laboral, educativa y de servicios.

La estructura poblacional muestra un proceso de envejecimiento progresivo, con un incremento del grupo de mayores de 65 años y una ligera reducción de la población joven. Este fenómeno, común en los municipios urbanos maduros, plantea la necesidad de adaptar la oferta turística y cultural a públicos intergeneracionales, favoreciendo experiencias accesibles, inclusivas y compatibles con el turismo senior, de salud y de bienestar.

La diversidad demográfica constituye una fortaleza adicional: la presencia de población de origen extranjero (alrededor del 13 %) aporta riqueza cultural y nuevas dinámicas sociales, que pueden reforzar la proyección internacional del destino y diversificar su base de emprendimiento turístico y comercial.

Estructura productiva y actividad económica

La economía de Alzira combina agricultura tradicional, industria consolidada y servicios especializados, conformando un sistema económico equilibrado:

- **Sector primario y paisaje agrario:** El sector agrario, aunque con menor peso económico, mantiene un alto valor identitario y paisajístico. El cultivo del naranjo y la huerta tradicional configuran un recurso con potencial para el turismo rural, gastronómico y agroalimentario. La estructura de pequeña propiedad puede convertirse en una oportunidad mediante circuitos cortos de comercialización y clubes de producto que integren agricultura, restauración y turismo sostenible.
- **Sector industrial y logístico:** El desarrollo industrial iniciado en la segunda mitad del siglo XX —con hitos como la creación de Avides— consolidó a Alzira como un centro productivo comarcal. Hoy su estructura industrial se

concentra en los polígonos de Carcaixent, Albalat y Tulell, con empresas de alimentación, embalaje, textil, transporte y servicios logísticos. Este tejido productivo ofrece potencial para el turismo empresarial y patrimonial, especialmente en torno a la historia industrial y agroalimentaria del municipio, aún poco integrada en la oferta turística.

- Sector servicios, comercio y economía urbana: El sector servicios, que concentra más del 80 % de la actividad económica, es el principal motor de Alzira. El comercio consolida su papel como centro comarcal de referencia, con una oferta diversa que combina negocios tradicionales, mercados y medianas superficies. Sin embargo, su conexión con la oferta turística aún es limitada. La AFIC impulsa la digitalización y la modernización del sector, abriendo oportunidades para integrar el comercio local en el turismo mediante la gastronomía y la artesanía.

Capital social y tejido asociativo

El tejido asociativo de Alzira, con más de 120 entidades culturales, sociales, deportivas y festivas, es una de sus principales fortalezas. Las Fallas y la Semana Santa, de Interés Turístico Nacional, junto con otras asociaciones locales, refuerzan la cohesión social y proyectan la imagen del municipio. Este capital social constituye una infraestructura intangible clave para impulsar experiencias turísticas auténticas y sostenibles.

Del análisis de la información anterior se concluye que Alzira cuenta con una base demográfica y económica sólida que la posiciona como una ciudad intermedia con potencial para un turismo sostenible. Su diversidad poblacional, su equilibrio productivo y su dinamismo comercial y asociativo son fortalezas clave, aunque debe diversificar su oferta, revalorizar la huerta y el patrimonio industrial y vincular mejor el comercio y los servicios locales con la promoción turística.

Indicadores socioeconómicos de Alzira (2024)		
Indicador	Dato/descripción	Fuente
Población total	47.366 habitantes	INE 2024
Estructura por edades	<18 años: 19 % / 18-64: 62 % / >65: 19 %	INE 2024
Población extranjera	13 % del total	INE 2024
Tasa de actividad	59% aprox.	LABORA
Sectores de empleo	Servicios 80% /Industria 11% /Construcción 8%/ Agricultura <1 %	INE 2024
Comercio y visitantes	94,7 % de los visitantes acuden por motivos de compra	AFIC Alzira
Indicador de dotación comercial	12 (nº establecimientos / 1000 habitantes)	AFIC Alzira
Grado de concentración comercial	Ejes comerciales principales: Hispanitat-Sants Patrons (48 establecimientos); Pérez Galdós (37). Ejes secundarios (174): Pedro Esplugues, Plaça Major, Carretera Albalat, Xúquer, Doctor Ferran, Hort dels Frares, Pare Castells i Reis Catòlics. Otros ejes (74): Parc, Santa Caterina, Faustí Blasco, Joseph Pau Margantoni, Piletas, Luis Suñer i Calderó de la Barca	AFIC Alzira
Mercados	Mercado municipal (en el Barrio de La Vila, 13 paradas de bienes de consumo diario). Mercadillo de los miércoles	AFIC Alzira
Polígonos industriales	Carcaixent, Albalat, Tulell	PGOU
Aparcamientos	Zona azul (calles principales del casco urbano); Plaça Generalitat (parquing subterràneo); pàrquing subterrani amb oferta de places públiques; Reis Catòlics, Hispanitat i Plaça Major (servicio a residentes principalmente).	
Tejido asociativo	>120 entidades (culturales, festivas, deportivas, ambientales, sociales), de las que 82 son culturales (15 hermandades y cofradías, 15 musicales, 28 Fallas, 24 Otras) y 30 deportivas.	Ayuntamiento
Instrumentos estratégicos	Agenda Urbana 2030, ETCV, PACES, Plan de Empleo Local, PET Alzira 2026-2028	Ayuntamiento / GVA

1.2 ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

El municipio de Alzira dispone de un conjunto amplio y diversificado de recursos turísticos que reflejan su riqueza natural, cultural y social, y que constituyen la base sobre la que se articula su modelo de desarrollo turístico sostenible. La combinación entre paisaje, patrimonio, gastronomía y deporte confiere al municipio una identidad diferenciada dentro del ámbito de la Ribera Alta y del conjunto de la Comunitat Valenciana.

El territorio, caracterizado por la interacción entre el río Júcar, la huerta tradicional y las sierras prelitorales de la Murta y la Casella, ofrece un marco paisajístico de alto valor ambiental y escénico, donde el turismo de naturaleza y activo encuentra un espacio de desarrollo consolidado. A ello se suma un patrimonio histórico y cultural singular, encabezado por el conjunto monumental de la Vila —declarado Bien de Interés Cultural— y por la relevancia simbólica de la figura de Jaume I, elementos que sustentan una oferta cultural de primer orden.

En el plano gastronómico, la huerta citrícola y la tradición agroalimentaria local constituyen un recurso estratégico vinculado a la identidad territorial, mientras que en el ámbito deportivo, la red de senderos, rutas cicloturistas y espacios naturales permite diversificar la oferta hacia un turismo activo y sostenible.

El análisis de estos recursos se estructura en cuatro apartados —naturales, culturales, gastronómicos y deportivos— con el objetivo de evaluar su estado actual, su grado de aprovechamiento turístico y su potencial de desarrollo en coherencia con los principios de sostenibilidad, calidad y autenticidad que inspiran la Agenda Urbana Alzira 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

1.2.1. RECURSOS NATURALES

El patrimonio natural de Alzira constituye uno de los pilares de su atractivo turístico y uno de los elementos que mejor reflejan la identidad del municipio. Su ubicación entre la llanura aluvial del Júcar y las sierras de la Murta y la Casella configura un paisaje de transición de gran diversidad ecológica, en el que confluyen espacios protegidos, ecosistemas agrícolas y áreas de alto valor paisajístico.

El municipio alberga recursos naturales con protección medioambiental de relevancia autonómica y europea —como el Paraje Natural Municipal de la Murta y la Casella, la Serra de Corbera o los Ullals del Riu Verd—, integrados en la Red Natura 2000 y gestionados bajo criterios de conservación y uso público sostenible.

Junto a estos enclaves se desarrolla un amplio litoral continental vinculado al curso del río Júcar, que articula el territorio y genera paisajes fluviales de gran interés ecológico y recreativo. A ello se suma la riqueza del paisaje agrícola, las floraciones

estacionales, la ornitología y la calidad del cielo nocturno, que aportan recursos complementarios para el turismo de naturaleza, científico y fotográfico.

Por último, la existencia de una red consolidada de senderos y rutas cicloturistas — que supera los 130 km— permite articular estos recursos en un sistema de movilidad turística sostenible, apto para la práctica del senderismo, el ciclismo, la observación ambiental y la interpretación del territorio.

Este apartado analiza, de forma integrada, los principales recursos naturales de Alzira, su grado de protección y accesibilidad, así como las oportunidades que ofrecen para consolidar un producto turístico basado en la sostenibilidad, la educación ambiental y la valoración del paisaje.

Recursos naturales con protección medioambiental

El término municipal de Alzira cuenta con un conjunto de espacios naturales de alto valor ecológico y paisajístico, que configuran una parte esencial de su identidad territorial. Estos enclaves, además de su función ambiental, constituyen la base de la oferta potencial de turismo de naturaleza y ecoturismo del municipio.

El Paraje Natural Municipal de la Murta y la Casella, con una extensión de 765 hectáreas, representa el principal espacio protegido. Integrado en la Red Natura 2000 bajo las figuras de Lugar de Importancia Comunitaria (LIC) y Zona de Especial Conservación (ZEC), forma parte del ámbito de la Serra de Corbera, junto a otros municipios limítrofes. Se trata de un enclave de alto valor ecológico, con hábitats forestales y rupícolas bien conservados, donde destacan especies de fauna como el águila perdicera, el búho real o el halcón peregrino, y formaciones vegetales típicas del monte mediterráneo.

El espacio combina además un relevante patrimonio cultural e histórico, especialmente en torno al Monasterio jerónimo de la Murta (Bien de Interés Cultural), a ermitas, fuentes y antiguos sistemas hidráulicos. La red de senderos y miradores — entre ellos la ruta del Cavall Bernat o el ascenso a la Creu del Cardenal— ofrece múltiples posibilidades para el senderismo, la observación de fauna y flora, la fotografía de naturaleza o la educación ambiental.

A este conjunto se suman otros espacios naturales de interés con distintas figuras de protección:

- Los Ullals del Riu Verd, zona húmeda catalogada y hábitat de especies acuáticas y aves ligadas al ecosistema fluvial.
- La microreserva del Port de Tous, de relevancia botánica.
- Los tramos del curso medio y bajo del río Júcar, declarados Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA) y Zona Húmeda de la Ribera Sur del Xúquer.

- Sectores forestales del entorno de la Serra de Corbera, incluidos en la Red Natura 2000.

A pesar de su relevancia ambiental, los espacios naturales protegidos de Alzira afrontan diversos retos de gestión que condicionan su capacidad de consolidarse como atractivos turísticos sostenibles. Entre los principales problemas detectados se encuentran:

- Riesgo elevado de incendios forestales, especialmente en el entorno de la Murta y la Casella, que exige intensificar las labores de prevención, mantenimiento y vigilancia.
- Presión de visitantes en periodos de alta afluencia, que genera impactos sobre los senderos, la vegetación y la tranquilidad de la fauna, y que requiere establecer sistemas de control de acceso y regulación de flujos.
- Necesidad de mejorar la señalización, accesos y servicios básicos, ya que en algunos tramos se carece de paneles interpretativos, áreas de descanso adecuadas o aparcamientos suficientes.
- Problemas puntuales de vertidos y residuos en cauces fluviales, que deterioran la calidad ambiental y la imagen del destino.
- Falta de integración de la oferta ambiental en la estrategia turística municipal, lo que impide aprovechar plenamente estos espacios como productos turísticos organizados.

Alzira cuenta con varios Árboles Monumentales y Singulares reconocidos por la Generalitat Valenciana por su valor botánico, paisajístico e histórico, entre los que destacan el Árbol Monumental del Pla de Corbera, con 12,8 m de altura, el Olmo del Río Júcar (16 m) y la Tipuana del IES José María Parra (20 m). Estos ejemplares, testigos vivos de la historia natural del municipio, poseen un alto potencial para integrarse en una oferta de turismo ambiental, educativo y cultural.

Para convertir los espacios protegidos en auténticos recursos turísticos sostenibles, Alzira debe mejorar su gestión y uso público, reforzar la infraestructura interpretativa y de acogida, y fomentar la colaboración con entidades locales. Una gestión coordinada permitirá que estos entornos pasen de un uso recreativo a ser activos turísticos estratégicos, generadores de economía responsable y valor ambiental para el destino.

Litoral continental

El litoral continental de Alzira hace referencia al conjunto de espacios naturales vinculados al agua dulce, fundamentalmente el río Júcar, eje vertebrador del municipio, y sus afluentes y barrancos, como el río Verde (o de los Ojos) y el barranco de Barxeta. Este sistema hídrico constituye uno de los elementos más singulares del paisaje alzireño, integrando valores naturales, agrícolas y patrimoniales en un mismo ámbito territorial.

El río Júcar estructura una llanura fértil de gran valor agrícola y ecológico, donde se combinan los regadíos históricos de la Séquia Reial del Xúquer con la vegetación de ribera y una rica biodiversidad. Su cauce y los barrancos secundarios, como los del entorno de la Murta y la Casella, conforman un paisaje fluvial de alto interés escénico y recreativo, apto para actividades sostenibles como senderismo, ciclismo o educación ambiental, y vinculado al patrimonio hidráulico tradicional representado por los Ullals del Riu Verd y las antiguas infraestructuras de riego.

En la actualidad, estos entornos se utilizan principalmente con fines recreativos y deportivos (rutas fluviales, senderismo, baño o piragüismo), y se encuentran sujetos a la regulación municipal y autonómica en materia de dominio público hidráulico, seguridad y conservación ambiental. Parte de su superficie está integrada en la Red Natura 2000 y otras figuras de protección que limitan los usos intensivos y exigen un manejo compatible con los objetivos de conservación.

El litoral continental de Alzira presenta un alto potencial para el turismo sostenible, aunque su aprovechamiento se ve limitado por la presión estacional, la escasa señalización y la falta de infraestructuras adecuadas. Para consolidarlo como recurso estratégico, será necesario regular los accesos, mejorar la interpretación ambiental y vincular su gestión al desarrollo de productos de ecoturismo y turismo activo que integren naturaleza, patrimonio hidráulico y paisaje agrícola, fortaleciendo así su papel como eje de identidad fluvial del municipio.

Otros recursos naturales

El territorio de Alzira alberga una notable variedad de recursos naturales complementarios que amplían la base ambiental y paisajística del municipio y diversifican su potencial turístico. Estos recursos, aunque en muchos casos no cuentan con una protección formal, poseen un elevado valor ecológico, cultural y experiencial, y pueden integrarse en productos turísticos sostenibles vinculados a la naturaleza, la agricultura y la educación ambiental.

- **Ornitología** y turismo de observación de aves: La riqueza ornitológica de Alzira es uno de sus recursos más singulares. Las sierras de la Murta y la Casella, junto con el curso fluvial del Júcar y los barrancos que lo alimentan, constituyen hábitats idóneos para especies de alto interés, como el águila perdicera, el búho real o el martín pescador. La combinación de ambientes forestales, de ribera y agrícolas genera un mosaico de ecosistemas que atrae tanto a observadores especializados como a público general.
- **Paisaje agrícola** y agroturismo: El paisaje agrícola tradicional de la llanura del Júcar, vertebrado por la Séquia Reial del Xúquer, representa un patrimonio de valor cultural y escénico. Los cultivos de cítricos, frutales y hortalizas, junto a los molinos, partidores y acequias históricas, configuran un espacio apto para la creación de rutas agroecológicas y culturales.

Las explotaciones apícolas tradicionales presentes en el entorno de la Murta y la Casella y la miel de montaña de Alzira puede integrarse en rutas temáticas o experiencias de turismo participativo, acercando al visitante a las prácticas tradicionales y al conocimiento de los ecosistemas forestales.

Las floraciones aportan valor paisajístico y fotográfico al territorio. Entre marzo y mayo, la flor del azahar de naranjos y mandarinos aporta atractivo visual y sensorial. que puede convertirse en reclamo turístico si se refuerza con acciones de comunicación vinculadas al paisaje y la gastronomía del azahar.

- **Cielo nocturno** y astroturismo: El entorno natural de la Casella y la Murta, con baja contaminación lumínica, ofrece condiciones favorables para el astroturismo y la observación astronómica. La instalación de miradores o la organización de actividades divulgativas y nocturnas permitiría incorporar esta modalidad como producto turístico complementario.

Red de rutas y su potencial turístico

El territorio de Alzira dispone de una amplia red de rutas de senderismo y cicloturismo, que constituye uno de los pilares del turismo activo y sostenible del municipio. Con más de 130 km de senderos y alrededor de 420 km de rutas BTT, esta red conecta los principales recursos naturales, patrimoniales y paisajísticos del término municipal, articulando un sistema de movilidad y de ocio al aire libre.

La mayoría de los recursos naturales analizados —la Murta y la Casella, la Serra de Corbera, el litoral continental del Júcar, el paisaje agrícola y los árboles monumentales— se encuentran integrados, total o parcialmente, en esta red de itinerarios, lo que garantiza su accesibilidad y potencial interpretativo. Sin embargo, algunos recursos complementarios, como los Ullals del Riu Verd, las floraciones estacionales, las explotaciones apícolas o las zonas de observación ornitológica, carecen de conexión directa con rutas señalizadas o infraestructuras adecuadas, lo que limita su visibilidad y aprovechamiento turístico.

- La red de **senderos** locales (SL), de pequeño recorrido (PR) y de gran recorrido (GR) de Alzira ofrece itinerarios de distinta dificultad que conectan sus principales espacios naturales. Destacan las rutas de la Murta y la Casella (SL-CV 81 y 82), de gran valor ambiental y educativo, y las PR-CV 303, 304, 334 y 335, que enlazan con la Serra de Corbera y el Cavall Bernat. A nivel supramunicipal, Alzira se integra en rutas de relevancia autonómica como el GR-160 Alzira-Xàtiva y el GR-236 Ruta de los Monasterios, consolidando su papel dentro de las redes de turismo cultural y de naturaleza de la Comunitat.
- La red **cicloturista** de Alzira ofrece rutas de diferentes niveles. Entre las más accesibles destacan Alzira-Cullera, Alzira-Cova Negra, Alzira-Alfarp, Canal Xúquer-Túria y Carcaixent Circular, que recorren paisajes agrícolas, riberas y espacios de transición entre municipios. Las rutas Llombai-Alfarp, Llombai-Montroï, Tous Circular y la Ruta de los Monasterios ofrecen recorridos de mayor exigencia física.
- **El Anell Verd d'Alzira** es un proyecto estratégico de movilidad sostenible que conecta la ciudad con la Murta, la Casella, el río Júcar y las áreas agrícolas mediante itinerarios para peatones y ciclistas. Financiado por la Diputació de València y en fase de ejecución por tramos, ya incluye mejoras en caminos, zonas peatonales y miradores. Concebido como corredor paisajístico y recurso turístico estructurante, busca integrar los espacios naturales en una red coherente y accesible. Para su plena consolidación será necesario completar los tramos pendientes, reforzar la señalización y su promoción turística, consolidando así a Alzira como destino sostenible y comprometido con la movilidad verde.

Recursos naturales de Alzira

Recurso	Descripción actual	Retos
Espacios naturales con protección medioambiental		
Paraje Natural Municipal Murta y Casella	Principal espacio protegido, Red Natura 2000. Patrimonio cultural (Monasterio de la Murta, ermitas).	Riesgo de incendios y sobrecarga de visitantes; mejorable señalización y servicios de acogida; necesidad de gestión del uso público.
Serra de Corbera	Espacio forestal y montañoso incluido Red Natura 2000. Conecta Alzira con municipios vecinos.	Mejorar la conexión con rutas señalizadas y su promoción conjunta como espacio supramunicipal de senderismo.
Ullals del Riu Verd	Zona húmeda, Especies acuáticas y aves de ecosistema fluvial.	Mejorar accesos y señalización; integrar en rutas interpretativas y educación ambiental.
Microreserva Port de Tous	Área de interés botánico y geológico en el límite suroeste del término.	Poco conocida y sin señalización; incorporar a material divulgativo y a itinerarios de biodiversidad.
Curso medio y bajo del río Júcar (ZEPA y ZH)	Tramo fluvial con gran valor ecológico, agrícola y paisajístico.	Requiere limpieza de cauces, control de vertidos y ordenación del uso recreativo. Potencial para rutas fluviales y observación de fauna.
Litoral continental y patrimonio hidráulico		
Río Júcar y afluentes (río Verde, barranco Barxeta)	Eje vertebrador del territorio, con llanura fértil y vegetación de ribera. Usos recreativos y deportivos.	Regular accesos, señalar puntos de observación, crear itinerarios fluviales y mejorar la gestión de residuos y vertidos.
Séquia Reial, molinos, partidores	Infraestructuras de regadío históricas activas, valor cultural y paisajístico.	Integrar en rutas agroecológicas; reforzar interpretación de sistemas hidráulicos.
Árboles monumentales y singulares		
Árbol Pla de Corbera	Ejemplar de gran porte y antigüedad, catalogado por la GVA.	Señalar y vincular a rutas interpretativas rurales; instalar panel informativo.
Olmo del Río Júcar y Tipuana del IES	Árboles singulares de alto valor paisajístico y educativo.	Crear itinerario urbano y fluvial de árboles monumentales; promover su uso didáctico.
Otros	Árboles de gran porte dispersos en caminos rurales y huerta.	Inventariar. Itinerario de árboles singulares
Otros recursos naturales de interés		
Ornitología (birding)	Aves forestales, rupícolas y acuáticas (Murta, la Casella y el Júcar).	Crear puntos de observación; formar guías especializados; incorporar el birding.
Paisaje agrícola y agroturismo	Llanura de regadío tradicional con cultivos; paisaje cultural de alto valor.	Diseñar rutas agroecológicas y experiencias de gastronómico; vincular productores locales.
Apicultura tradicional	Explotaciones apícolas (Murta y Casella); Miel de montaña.	Promover rutas apícolas y talleres educativos; integrar el producto en campañas gastronómicas.
Floraciones estacionales	Fenómeno natural con gran atractivo visual entre marzo y mayo.	Rutas fotográficas y promoción del paisaje.
Cielo nocturno y astroturismo	Entornos con baja contaminación lumínica en la Casella y la Murta.	Instalar miradores astronómicos y programar actividades nocturnas.

Rutas y movilidad turística de Alzira

Recurso	Descripción (Tipo / Distancia km/ Dificultad)			Retos
Red de senderos				
SL-CV 81 Senda Botánica por la Vall de la Murta	C	3,80	Baja	Unificar señalización, mejorar su mantenimiento e interpretación, incluyendo recursos complementarios. Consolidar una red formal de miradores naturales. Homologar GR 236 y GR 160. Realizar los controles de calidad de SL CV 81 y PR-CV 303
SL-CV 82 Senda Histórica por la Vall de la Mura	L	1,60	Baja	
PR-CV 303 De Alzira a la Casella	L	24,70	Baja	
PR-CV 304 Pico de la Ratlla	L	6,80	Alta	
PR-CV 334 Cruz del Cardenal	C	6,80	Media-Alta	
PR-CV 335 Cavall Bernat. Itinerario Panorámico	L	5,30	Alta	
GR 160 E11 Alzira - Xàtiva	L	ND	ND	
GR 236 Ruta de los Monasterios – Paso del Pobre	L	85,70	Media-Alta	
Red BTT y cicloturismo				
Alzira a Cullera	L	31,40	Baja	Mejorar promoción y seguridad en tramos compartidos; crear puntos de descanso e información.
Alzira – Cova Negra	L	35,20	Baja	
Alzira y Alfarp	L	24,30	Baja	
Canal Xúquer – Túria	L	36,70	Baja	
Carcaixent Circular	C	40,70	Baja	
Llombai y Alfarp	L	21,30	Alta	
Llomabai y Montroi	L	37,80	Alta	
Ruta de los Monasterios	L	142,50	Alta	
Tous Circular	C	45,70	Alta	
Proyecto Anell Verd d'Alzira				
Corredor paisajístico adaptado que conecta ciudad, huerta, montaña y río con recursos visitables, mediante vías ciclopeatonales y equipado con miradores.	C	8	Baja	Culminar ejecución e integrar su trazado en la oferta turística municipal. Ampliar el trazado conectando con otros circuitos. Dar una mayor visibilidad al circuito y promocionar sus características en webs turísticas.

1.2.2 RECURSOS CULTURALES

El patrimonio cultural de Alzira constituye uno de los pilares fundamentales de su identidad territorial y de su potencial turístico. Heredera de un legado histórico que abarca desde el periodo andalusí hasta la contemporaneidad, la ciudad conserva un notable conjunto monumental, arqueológico y etnológico que testimonia la evolución del territorio y de su comunidad a lo largo de los siglos.

El casco histórico de La Vila, declarado Bien de Interés Cultural (BIC), representa el núcleo patrimonial más relevante, integrando un entramado urbano medieval que conserva murallas, templos, edificios institucionales y viviendas nobles de alto valor histórico. A este conjunto se suman enclaves singulares como el Monasterio de la Murta, los restos de la Casa Real de Jaume I, los conventos históricos o los escudos heráldicos distribuidos por el centro urbano, que reflejan la continuidad entre poder civil, religioso y cultural.

El patrimonio arqueológico, industrial y agrícola complementa este legado, configurando una red diversa de recursos con alto potencial para su interpretación turística. Yacimientos como el Sequer de Sant Bernat o el Poblado de la Muntanya Assolada, las chimeneas industriales del siglo XIX o los molinos y acequias tradicionales vinculan la memoria histórica con la cultura del trabajo y el paisaje de la huerta.

Asimismo, la ciudad mantiene un calendario festivo y cultural de primer orden, con celebraciones declaradas de Interés Turístico Nacional —como la Semana Santa y las Fallas— y con una oferta permanente de equipamientos y actividades culturales que fortalecen su papel como capital comarcal.

Este capítulo analiza de forma estructurada el estado y aprovechamiento del patrimonio material e inmaterial de Alzira, sus equipamientos culturales y su calendario festivo, con el fin de identificar oportunidades para consolidar una oferta cultural integrada y sostenible, alineada con los principios de la Agenda Urbana Alzira 2030. La riqueza y diversidad de su legado histórico, junto con la vitalidad de su vida cultural, constituyen una base sólida para impulsar nuevos productos turísticos, fortalecer la marca patrimonial del municipio y proyectar a Alzira como un destino cultural de referencia en la Ribera Alta, donde se conjugan memoria, identidad y participación ciudadana.

Recursos históricos: Jaume I y su vinculación con Alzira

La figura de Jaume I el Conqueridor constituye uno de los referentes más significativos de la identidad histórica de Alzira y un recurso cultural diferenciador con alto potencial turístico. Su presencia en la ciudad está estrechamente vinculada al proceso de expansión cristiana del Reino de València durante el siglo XIII, en el marco de la consolidación política y territorial de la Corona de Aragón.

Tras la conquista de València en 1238, Jaume I continuó su avance hacia el sur y en 1242 tomó Alzira (Al-Yazirat al-Suqra), una de las plazas más estratégicas del valle del Xúquer. A partir de entonces, la ciudad pasó a formar parte de la Corona y recibió el título de Vila Reial, iniciando una etapa de prosperidad política, económica y religiosa que reforzó su papel como núcleo administrativo y comercial. El monarca mantuvo una relación directa con la ciudad, residiendo en ella durante diferentes estancias y ordenando la reorganización del recinto islámico y de la estructura urbana de la Vila, cuya huella perdura en el trazado medieval y en elementos patrimoniales como la Plaza Mayor, las murallas o la Casa Reial.

El episodio más destacado que vincula al rey con Alzira fue su abdicación a favor de su hijo Pere el Gran, acontecida el 26 de julio de 1276 en la propia Casa Reial, poco antes de su fallecimiento, hecho recogido en el *Llibre dels Fets*. Este episodio marcó el final de un reinado determinante para la historia del Reino de València y consolidó el carácter fundacional de Alzira dentro del territorio valenciano.

El legado de Jaume I permanece visible tanto en el patrimonio urbano y arquitectónico como en la memoria colectiva de la ciudad. Su nombre designa calles y centros educativos, y su figura se integra en el calendario festivo municipal, con la conmemoración del 30 de diciembre, fecha de su entrada en la ciudad, celebrada mediante actos institucionales. Asimismo, las fiestas de Moros y Cristianos mantienen viva su presencia simbólica, al evocar a Jaume I y a Na Violant d'Hongria como protagonistas del proceso de conquista y de la convivencia cultural posterior.

También, en el Archivo Municipal de Alzira salvaguarda y custodia el *Aureum Opus*, más conocido como el *Llibre dels Privilegis* o el *Llibre dels Fets*. Esta joya histórica, es la crónica autobiográfica de Jaume I, donde narra su vida y los hechos más importantes de su reinado. Es una fuente histórica clave para conocer el nacimiento del Regne de València y el papel de ciudades como Alzira. Por eso, para el relato turístico de Alzira, el *Llibre dels Fets* es muy útil: permite vincular la figura de Jaume I, los lugares históricos del municipio y un documento original de la época que da credibilidad y contenido a las rutas y recursos culturales.

En 2025, el consistorio aprobó declarar 2026 como “Año Jaume I”, con motivo del 750 aniversario de su muerte. Entre las primeras acciones se encuentra la ruta cultural “Caminant amb Jaume I. Un passeig per l'època medieval”, realizada en el marco de las festividades del 9 d'Octubre.

El legado de Jaume I sitúa a Alzira como una ciudad real y fundacional del Reino de València, pero su aprovechamiento turístico sigue siendo limitado y poco

estructurado. Integrar su figura como eje interpretativo del destino permitiría conectar patrimonio, historia y cultura bajo un relato coherente, posicionando a Alzira como un referente del turismo histórico y medieval, en consonancia con los valores de autenticidad y sostenibilidad de la Agenda Urbana Alzira 2030.

Recursos vinculados a Jaume I en Alzira		
Recurso	Dato/descripción	Potencial turístico
Casa Reial de Jaume I	Ubicada en el casco histórico de La Vila. Lugar donde, según las crónicas, Jaume I abdicó en 1276. Se conservan restos arqueológicos.	Espacio de alto valor simbólico e histórico; potencial para uso interpretativo y creación de un centro temático sobre el monarca.
Murallas y recinto medieval de La Vila	Restos conservados del sistema defensivo islámico y cristiano posterior a la conquista.	Testimonio directo del contexto histórico de Jaume I y del proceso de cristianización del territorio.
Libro Aureum Opus (Llibre dels Fets)	Obra medieval del siglo XIII en lengua catalana/valenciana, donde narra el propio Jaume I su vida y los hechos y conquistas más importantes de su reinado.	Ofrece una base histórica y literaria real para construir un relato turístico propio, generar nuevos productos culturales y educativos.
Iglesia de Santa Catalina Mártir	Primer templo cristiano tras la conquista. Contiene la Ojiva de Santa Maria, elemento conmemorativo (ventana ojival gótica) de la antigua iglesia: en la Crónica de Jaime I se menciona que este expresaba su deseo de ser enterrado en ese lugar si llegaba a morir en Alzira.	Representa la transición cultural; recurso fundamental para la interpretación del legado.
Cruz Cubierta	Monumento gótico – mudéjar que, según la tradición local, señala el lugar donde murió Jaime I.	Vinculación simbólica y no tanto histórica.
Referencias en la vía pública	Presencia del nombre de Jaume I en calles, plazas (escultura y relieve de Jaume I), arte-mural monumental en diferentes ubicaciones.	Refuerza la identidad colectiva y la proyección de la figura real en la vida actual del municipio.
Documentación y objetos históricos (MUMA)	El Museu Municipal de Alzira conserva material gráfico, reproducciones y documentos relativos a la conquista y al reinado de Jaume I.	Base documental para el desarrollo de materiales interpretativos y productos educativos.
Ruta Jaume I – Territori Conqueridor (ámbito autonómico)	Red de municipios de la Comunitat Valenciana vinculados históricamente al monarca. Alzira figura como enclave principal del itinerario.	Integrar la oferta local en esta red reforzaría la visibilidad del municipio en circuitos culturales y turísticos temáticos.
Festividades	El 30/12 fecha vinculada a la entrada del rey en Alzira en 1242— se conmemora con actos institucionales. En Moros y Cristianos las comparsas recuerdan la figura del rey Jaume I y Na Violant.	Refuerzan el vínculo del municipio con la figura del monarca y su papel en la historia del Reino de València.

Año Jaume I

El municipio ha declarado 2026 como Año Jaume I para celebrar el 750 aniversario de su muerte.

Oportunidad estratégica de proyección turística para atraer turismo cultural. Los actos con otros municipios del ámbito Jaume I pueden situar a Alzira dentro de los circuitos autonómicos de turismo histórico.

Patrimonio histórico-artístico e industrial

El patrimonio histórico-artístico de Alzira constituye uno de los ejes centrales de su identidad y un recurso estratégico para el desarrollo del turismo cultural. Su configuración urbana y monumental es el resultado de una trayectoria histórica continua, desde la etapa andalusí hasta la actualidad, que ha dejado una impronta visible en la morfología de la ciudad, en sus edificaciones y en el paisaje cultural.

- El casco histórico de La Vila, declarado Bien de Interés Cultural (BIC), representa el **núcleo patrimonial más relevante** del municipio. Su trazado islámico, con calles estrechas y una estructura orgánica adaptada al antiguo meandro del Júcar, conserva elementos de valor como los restos de la muralla medieval (obras de restauración paralizadas), la Torre dels Coloms, la Casa Reial (cerrada y obras paralizadas), el Palacio de Casassús (actualmente cerrado por obras paralizadas), la Iglesia de Santa Catalina Mártir (no es visitable, solo está abierta en las horas de misa) o la Casa Consistorial, ejemplos de la superposición de estilos y épocas que definen la historia urbana de Alzira. La recuperación del antiguo recinto amurallado y la rehabilitación de edificios singulares han permitido mantener un alto grado de autenticidad en el paisaje urbano del centro histórico.
- En el ámbito periurbano destaca el Monasterio jerónimo de Santa María de la Murta, BIC y uno de los conjuntos monásticos más importantes de la Comunitat. Su emplazamiento en el Paraje Natural Municipal de la Murta y la Casella refuerza la conexión entre patrimonio y naturaleza. La ruta de acceso al monasterio, junto con la recuperación de sus dependencias, ofrece una oportunidad como espacio de interpretación patrimonial.
- Junto a estos bienes de primer orden, el municipio conserva un conjunto de edificios religiosos y civiles de distintas épocas —conventos, ermitas, torres defensivas, casas solariegas y fábricas de valor industrial— que amplían el registro histórico-artístico y conforman una **red patrimonial** diversificada.
- Los **yacimientos arqueológicos** confirman la ocupación humana desde la prehistoria que evidencian la presencia de comunidades agrícolas y ganaderas tempranas en la Muntanya Assolada, el Alt del Cinto o la zona del

Xúquer. El Poblado de la Muntanya Assolada representa uno de los testimonios más relevantes del poblamiento prehistórico en la Ribera Alta.

De época ibérica y romana se conservan restos depositados en el Museo Municipal de Alzira (MUMA), que actúa como principal espacio de interpretación del patrimonio arqueológico. En el ámbito medieval y moderno, destacan los restos de la Al-Yazirat al-Suqra islámica, origen de la ciudad actual, y estructuras hidráulicas históricas asociadas a la Séquia Reial del Xúquer, que combinan valor arqueológico y etnológico.

- El **patrimonio etnológico** de Alzira se manifiesta principalmente en los elementos arquitectónicos vinculados a la vida rural y al trabajo agrícola, como las estructuras de regadío en el entorno del río Júcar y de la Murta.

También los molinos harineros, partidores de riego, almazaras y casas de labranza tradicionales, algunos de los cuales han sido rehabilitados o documentados. Hay que destacar el Huerto del Remedio (Hort de Cabrera), una finca agrícola con cultivo de naranjos, datada en la segunda mitad del siglo XIX, catalogada con Espacio Etnológico de Interés Local.

- El **patrimonio religioso monumental** de Alzira es un recurso cultural identitario. Destacan la Iglesia de Santa Catalina Mártir (BIC), principal templo gótico-barroco de la ciudad, los conventos de Santa Lucía, San Agustín y Santa Clara, así como las ermitas de Santa María del Lluch y San Bernardo, y el Monasterio de la Murta.
- El **patrimonio industrial** de Alzira refleja la transformación del municipio en los siglos XIX y XX, cuando pasó de una economía agrícola a un centro industrial y comercial de referencia en la Ribera Alta.

Destacan las antiguas instalaciones de Avidesa, las chimeneas fabriles (antiguas fábricas de harina, aceite o materiales de construcción, como la chimenea industrial de 1912 La Constructora declarada Bien de Relevancia Local), y otras construcciones vinculadas a la producción y el transporte, junto con equipamientos culturales contemporáneos como el Gran Teatre, la Casa de la Cultura y el MUMA.

El patrimonio histórico-artístico de Alzira constituye un eje estructural de su identidad y una de las bases más sólidas para el desarrollo del turismo cultural en la Ribera Alta. La coexistencia de bienes arqueológicos, etnológicos, religiosos e industriales ofrece una oportunidad para articular un sistema patrimonial diversificado, capaz de generar recorridos temáticos y experiencias interpretativas que integren pasado y presente. Sin embargo, este potencial aún no se traduce plenamente en un producto turístico estructurado y reconocible, lo que limita su proyección más allá del ámbito local.

El diagnóstico evidencia avances significativos en la conservación y recuperación del patrimonio material, pero también carencias en su gestión turística y comunicativa. La fragmentación de la oferta, la escasa señalización unificada y la ausencia de una narrativa interpretativa integral dificultan la lectura global del patrimonio por parte del visitante.

Recursos patrimoniales protegidos en Alzira		
Nombre	Protección	Tipo
Casa de los Jurados	BIC	Patrimonio arquitectónico/histórico
Casa Real	Incluido en BIC de La Vila	Patrimonio arquitectónico/histórico
Ojiva de Santa Maria	Sin protección	Monumento conmemorativo
Monumento a Jaime I	Sin protección	Escultura / monumento urbano
Monasterio de Nuestra Señora de la Murta	BIC	Patrimonio arquitectónico / en ruinas
Cruz cubierta	BIC	Monumento gótico–mudéjar / simbólico
Escudos heráldicos	BIC	Elementos heráldicos / ornamentales
Monumento al labrador	Sin protección	Escultura / monumento urbano
Conventos de los Capuchinos	Sin protección	Patrimonio arquitectónico / religioso
Conjunto histórico de La Vila	BIC	Conjunto urbano / patrimonio histórico
Casa Consistorial	BIC	Patrimonio arquitectónico / institucional
Palacio de Casassús	BRL	Patrimonio arquitectónico / civil
Entorno de la Playa Mayor	Incluido en BIC de La Vila	Espacio urbano / patrimonial
Muralla medieval	BIC	Patrimonio arquitectónico / defensivo
Yacimiento del Sequer de San Bernat	Incluido en el Catálogo de Bienes y Espacios Protegidos del PGOU	Yacimiento arqueológico / religioso
Poblado de la Muntanya Assolada	Incluido en el Inventario Arqueológico Municipal	Yacimiento arqueológico (Edad del Bronce)
Patrimonio agrícola y de la huerta (Huerto del Remedio – Hort de Cabrera)	Espacio Etnológico de Interés Local y BRL	Patrimonio etnológico / agrícola
Molinos y restos hidráulicos (la Reixa, l'Orba, El Pla, les Fonts)	Sin protección	Patrimonio hidráulico / industrial

Recursos culturales inmateriales: festividades y tradiciones

El patrimonio inmaterial de Alzira constituye uno de los activos culturales más representativos del municipio y un vector esencial de atracción turística. Las festividades, tradiciones y expresiones populares reflejan la identidad colectiva de la ciudad y su fuerte cohesión social, configurando un calendario anual de celebraciones que combina devoción, arte, participación y valor simbólico.

Entre los acontecimientos más relevantes destacan dos fiestas declaradas de Interés Turístico Nacional: la Semana Santa de Alzira y las Fallas, ambas de gran proyección local, autonómica y nacional:

- **La Semana Santa**, Declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional. Es una de las más antiguas de la Comunitat Valenciana. Tiene sus primeras referencias documentadas en 1539 con la Cofradía de la Preciosísima Sangre de Jesucristo. Hoy en día reúne a más de 7.000 cofrades agrupados en 18 Hermandades y Cofradías, que procesionan con 25 pasos de gran valor artístico y devocional.

Hay que destacar la Tamborada, una de las manifestaciones culturales y religiosos más singulares de la Semana Santa de esta ciudad. Forma parte de la red de tamboradas del Mediterráneo español, e inscrita en la lista representativa del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2018.

Su singularidad radica en la fusión entre fervor popular y patrimonio artístico, la música sacra y el uso del casco histórico de La Vila como escenario ceremonial. La organización y mantenimiento de la fiesta, a través de la Junta de Hermandades y Cofradías, aseguran su continuidad y autenticidad.

- Las **Fallas** de Alzira, celebradas del 16 al 19 de marzo, representan una manifestación artística y festiva profundamente arraigada en la sociedad local. Con más de una treintena de comisiones falleras activas, la ciudad se transforma en un espacio de creación, convivencia y expresión popular, donde confluyen arte efímero, música, indumentaria tradicional y gastronomía. El reconocimiento al conjunto de festividades de las Fallas, como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, refuerza su proyección internacional y su capacidad para consolidarse como atractivo turístico.
- **Moros y Cristianos**. Declarada Fiesta de Interés Turístico Local, tienen relación con la celebración de las fiestas mayores y patronales de la ciudad, en honor de los Patronos: Sant Bernat, María i Gràcia i la Mare de Déu del Lluch. Se celebran cada año el primer fin de semana de octubre. Entre los aspectos más peculiares de la celebración figura el concurso nacional de carteles y portada del libro de la Asociación de Moros y Cristianos, la Gran

Entrada Mora i Cristiana por las calles del centro histórico y la representación de la entrega de la ciudad de Alzira al Rey Jaume I, el 30 de diciembre de 1242.

En este contexto, la figura de **Jaume I** también ocupa un lugar destacado en el patrimonio inmaterial. Cada 30 de diciembre se conmemora su entrada en la ciudad en 1242 con actos institucionales y celebraciones cívicas. Asimismo, su presencia se simboliza en las fiestas de Moros y Cristianos, donde las comparsas evocan al monarca y a Na Violant d'Hongria como protagonistas del proceso histórico de conquista. La reciente declaración de 2026 como "Año Jaume I" refuerza esta conexión entre memoria y celebración, abriendo nuevas oportunidades para convertir su legado en un elemento principal de la identidad de Alzira.

Junto a estas celebraciones principales, el calendario cultural incluye otras festividades como las Fiestas Patronales en honor a los Santos Patronos Bernardo, María y Gracia, la Feria de Todos los Santos, la Procesión de la Virgen del Lluch, y numerosos eventos de carácter tradicional, musical y gastronómico organizados por asociaciones, bandas y colectivos vecinales.

Mencionar el festival Art al carrer, que se lleva celebrando desde hace 10 años. Se trata de un festival cultural y participativo con intervenciones artísticas en espacios públicos, espectáculos de teatro, música, danza, circo, arte urbano y jornadas de ilustración.

Fiestas declaradas de Interés Turístico de Alzira

Evento	Mes	Tipo
Moros y Cristianos de la Villa de Alzira	Octubre	FIT Local
Fallas de Alzira	Marzo	FIT Nacional
Semana Santa de Alzira	Marzo - Abril	FIT Nacional

Calendario anual de fiestas de Alzira 2025												
Evento (municipio)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Día de Reyes Magos	■											
San Antoni Abad	■											
La Candelera		■										
Fallas de Alzira			■									
Semana Santa – Pascua			■	■	■							
Nuestra Señora del Lluch					■				■			
Nuestra Señora de la Murta					■							
San Bernabé Apóstol						■						
San Pedro Apóstol						■						
San Cristóbal							■					
San Bernardo, María y Gracia							■					
Nuestra Señora de los Ángeles								■				
Nuestra Señora del Rosario								■				
Cristo de la Virgen María								■				
Cristo del Raco de les Vinyes								■				
El Salvador								■				
Cristo del Savegó								■				
San Roque								■				
San Lorenzo Mártir								■				
Colonia Santa María								■				
Horno de Carrascosa								■				
Ángel de la Guarda									■			
Nuestra Señora de Aguas Vivas									■			
San Francisco de Asís										■		
Cristo de los Alfareros										■		
San Judas Tadeo										■		
Santa Cecilia											■	
San Silvestre												■
Navidades		■										■

Equipamientos culturales e infraestructuras

La red de equipamientos culturales de Alzira actúa como soporte estructural de la vida cultural y social del municipio. Su distribución, diversidad funcional y nivel de actividad reflejan el papel de Alzira como capital comarcal de servicios y referencia cultural en la Ribera Alta, ofreciendo una oferta estable de espacios destinados a la creación, difusión y formación artística.

Entre los equipamientos más relevantes destaca:

- Gran Teatre d'Alzira, principal espacio escénico del municipio. Edificio modernista de principios del s.XX que acoge una programación anual de teatro, danza y música de ámbito autonómico y nacional.
- Casa de la Cultura (BRL), núcleo vertebrador de la actividad cultural local, albergando el Auditori Municipal, la Biblioteca Central, salas expositivas, aulas de formación y dependencias de entidades culturales. Además, al estar en el entorno protegido del Conjunto Histórico BIC de la Vila de Alzira, goza de doble protección patrimonial (por edificio y por localización)
- El Museu Municipal d'Alzira (MUMA) es el equipamiento museístico más emblemático. El Museo se encuentra en la Casa del Empeño, un caserón gótico-renacentista de los siglos XVI-XVII, antiguo depósito de carbón, conocido por haber sido "Montepío de Labradores de la Real Villa de Alzira y demás pueblos agregados" construido por el Ayuntamiento para defender a los agricultores de la seda, ante las adversidades económicas, frente al prestamista o al comerciante. Su colección permanente y las exposiciones temporales documentan la evolución histórica, arqueológica y artística del municipio, cumpliendo una función educativa y de conservación patrimonial. Aunque el museo se encuentra en buen estado, el contenido y musealización del mismo tiende a ser sobrio y poco atractivo, lo que puede repercutir en un menor número de personas que lo visiten.
- La Gallera (BRL): Es el círculo alcireño, un centro recreativo de 1882. Destacan los salones Valenciano, Dorado y Árabe, su biblioteca y la escalera. Actualmente es de propiedad privada.

A estos espacios se suman otros equipamientos especializados, el Museu Faller d'Alzira, dedicado a la historia y evolución de las Fallas locales, el Archivo Municipal, el Conservatorio Profesional de Música, y una red de centros cívicos y socioculturales distribuidos por los barrios y pedanías.

El diagnóstico evidencia que Alzira dispone de infraestructuras culturales con una gestión consolidada, lo que constituye una fortaleza estructural de su sistema cultural. Sin embargo, su oferta de programación cultural presenta niveles desiguales

de especialización y conexión con la actividad turística, y además algunos espacios muestran limitaciones en accesibilidad, señalización o difusión.

Rutas culturales

Las rutas culturales constituyen un instrumento fundamental para la interpretación y difusión del patrimonio de Alzira, al facilitar la conexión entre los recursos históricos, artísticos y paisajísticos del municipio. Estas rutas —tanto guiadas como autoguiadas— permiten articular el relato urbano y territorial del destino, contribuyendo a su consolidación como espacio cultural accesible, educativo y sostenible.

Actualmente, Alzira dispone de un conjunto de itinerarios urbanos señalizados y de recorridos temáticos impulsados por el Ayuntamiento y el Museu Municipal d'Alzira (MUMA), así como de visitas guiadas y autoguiadas integradas en materiales divulgativos y folletos turísticos. Entre los recorridos más representativos destacan los siguientes:

- Ruta Cultural de La Vila: recorre el casco histórico de origen islámico y medieval, declarado Bien de Interés Cultural (BIC), poniendo en valor elementos patrimoniales como la Casa Consistorial, la Iglesia de Santa Catalina, la Casa Reial, las murallas, los portales históricos y la Plaza Mayor. Su trazado combina paneles interpretativos y señalización direccional, lo que permite su realización de forma autoguiada o en visitas organizadas por el MUMA.
- Ruta “Caminant amb Jaume I. Un passeig per l'època medieval”: diseñada en el marco del 9 d'Octubre, con motivo de la declaración de 2026 como Año Jaume I, esta ruta propone un recorrido histórico por los escenarios vinculados al monarca, entre las murallas, la Casa Reial y el entorno del Xúquer. Constituye un ejemplo de itinerario interpretativo con fuerte carga simbólica e identidad local.
- Rutas temáticas y autoguiadas: el Ayuntamiento ha editado diversos folletos que incluyen recorridos por el patrimonio. Estas publicaciones son: “Visita al Centro Histórico La Vila”; “Descubre La Murta, patrimonio natural y cultural” y “Visita al Museo Municipal”.
- Rutas culturales con guía: las visitas guiadas institucionales, organizadas por el MUMA, la Tourist Info y entidades culturales locales, abordan la historia urbana de Alzira, la evolución del patrimonio y su relación con la cultura popular. Suelen programarse con motivo de fechas señaladas —como el Día Internacional de los Museos o la Semana del Patrimonio— y constituyen un formato de éxito en la mediación cultural del destino.

1.2.3. RECURSOS GASTRONÓMICOS

La gastronomía de Alzira constituye un recurso turístico de alto valor identitario, profundamente vinculado a la huerta y a los productos agroalimentarios del entorno del río Xúquer. Este patrimonio culinario no solo refleja la tradición y la autenticidad del territorio, sino que representa una oportunidad estratégica para diversificar la oferta turística y generar experiencias diferenciadoras basadas en la sostenibilidad, la proximidad y la cultura local.

Platos emblemáticos

Como parte de la Comunidad Valenciana, ofrece una amplia variedad de arroces y platos mediterráneos, el arroz es el eje vertebrador de la cocina en Alzira, con especial protagonismo de la paella de pollo, conejo y albóndigas, y el histórico arroz a la alzireña, recuperado por el Ayuntamiento como símbolo gastronómico del municipio. Otros platos tradicionales de la huerta, como el arròs amb fesols i naps, el espençat o el gazpacho valenciano, completan un recetario donde la temporalidad y la cercanía del producto son esenciales.

Entre los postres y elaboraciones dulces destacan el arnadí de calabaza y almendra, el panquemado, las reganyàs o los rollets de anís, todos ellos vinculados a festividades concretas. La gastronomía de Alzira mantiene una fuerte conexión con su calendario festivo: los buñuelos de calabaza en Fallas, el suquet de quaresma y las mandonguilles d'abadejo en Semana Santa, las monas de Pascua o el tradicional puchero navideño son ejemplos de cómo las celebraciones actúan como vehículo de transmisión cultural y gastronómica.

Productos agroalimentarios locales

Alzira dispone de productos agroalimentarios de gran calidad, con especial mención al kaki DOP Ribera del Xúquer, la naranja, el aceite de oliva virgen extra, los quesos artesanales, la miel local y una amplia gama de frutas y hortalizas de temporada. La combinación de clima mediterráneo, paisaje agrícola y tradición hortícola refuerza el valor de estos productos como base de un futuro desarrollo de turismo agroalimentario y gastronómico sostenible.

No obstante, se observa una escasa articulación de estos recursos en torno a experiencias gastronómicas estructuradas, así como una limitada presencia digital y una débil conexión con el relato turístico del municipio. Pese a ello, la iniciativa de la Mancomunitat de la Ribera del Xúquer —que ha elaborado un catálogo de productos agroalimentarios locales— constituye una buena práctica replicable a escala municipal.

Experiencias gastronómicas

Alzira cuenta con iniciativas vinculadas a la formación culinaria y la puesta en valor del producto local. La Escuela de Cocina Cremades organiza talleres participativos y demostrativos, como “Cocina tu reganyà en familia”. En su calendario de eventos destacan la Fira Alzira Oberta – Comerç, Tapa i Automoció, el Mercado Medieval y el concurso “Alzira busca la millor espardenya”, certamen centrado en la cocina tradicional valenciana.

En el ámbito de la restauración, el municipio dispone de más de 80 establecimientos, entre los que destaca uno reconocido con el sello Bib Gourmand de la Guía Michelin y distinguido por la Guía Repsol como el mejor restaurante para Celíacos de España. Ha recibido numerosos reconocimientos y distinciones a su trayectoria como la insignia de oro de la ciudad de Alzira. Este restaurante impulsó una experiencia llamada Esencias de la Ribera, donde se proponía una combinación de visita al Huerto Ribera para aprender sobre el cultivo de la naranja, seguida de una comida o menú temático en el restaurante basado en productos cítricos.

El municipio cuenta con comercios tradicionales, como son los hornos que ofrecen productos locales (monas de pascua, embutidos, o quesos). Asimismo, algunos restaurantes incorporan cocina tradicional singular (All i Pebre).

A pesar de que Alzira posea una rica cultura gastronómica y potencial turístico, no cuenta con ningún evento que sea específicamente de gastronomía. Las siguientes ferias y eventos cuentan con parte gastronómica, entre otros contenidos.

Ferias y eventos relacionados con la gastronomía en Alzira

Recursos	Tipo	Particularidades
Feria “Alzira Oberta – Comerç, Tapa i Automoció”	Feria	Octubre. Contenido: Feria que combina gastronomía y automoción con zona de tapas.
Mercado Medieval de Alzira	Feria	Octubre. Con ambientación medieval, artesanía y gastronomía
Concurso “Alzira busca la mejor “Espardenya”	Evento	Agosto. Certamen gastronómico local centrado en la receta tradicional de la espardenya.

Aunque la Mancomunitat de la Ribera del Xúquer ha puesto en valor los productos agroalimentarios comarcales mediante un catálogo digital, Alzira aún no cuenta con una estrategia propia que estructure y promueva su gastronomía como producto turístico. Pese a su identidad y calidad culinaria, la oferta no se presenta de forma organizada ni se apoya en rutas, centros o campañas específicas, sino en acciones puntuales integradas en programas generales, lo que evidencia una línea de mejora para su posicionamiento gastronómico.

1.2.4. RECURSOS DEPORTIVOS

El deporte constituye uno de los pilares de la oferta de ocio y calidad de vida en Alzira, con un destacado peso tanto en el ámbito social como en el potencial turístico del municipio. Su amplia red de instalaciones, la diversidad de disciplinas practicadas y la implicación del tejido asociativo local convierten al deporte en un elemento diferenciador dentro del conjunto de recursos del destino.

La figura de Jorge Martínez “Aspar”, alzireño y uno de los deportistas valencianos más laureados a nivel internacional, representa un referente simbólico de la identidad deportiva del municipio y un activo con potencial para su proyección turística. Su trayectoria como cuatro veces campeón del mundo de motociclismo y su reconocimiento como embajador del deporte valenciano aportan notoriedad y prestigio a la marca Alzira. La existencia de la Ciudad Deportiva Jorge Martínez “Aspar”, que lleva su nombre, refuerza esta conexión entre legado deportivo, infraestructura y orgullo local.

Infraestructuras deportivas

Alzira dispone de una infraestructura deportiva moderna, diversificada y bien distribuida, que responde tanto a la práctica cotidiana como a la organización de eventos de carácter autonómico o nacional. Destacan el Palau d’Esports, el Polideportivo Jorge Martínez “Aspar”, el Campo de Deportes Venècia, el Polideportivo Pérez Puig, el Estadio Lluís Suñer Picó y la Ciudad Deportiva “Jorge Martínez Aspar”, todos ellos equipamientos de referencia en la comarca.

A esta red se suman otras instalaciones complementarias —como piscinas cubiertas y al aire libre, pistas de tenis y pádel, trinquet, circuitos de BTT, skate park o espacios de calistenia— que consolidan una oferta deportiva muy completa. El municipio cuenta con más de 30 clubes y entidades federadas, y una elevada participación ciudadana en competiciones locales, lo que evidencia un fuerte arraigo del deporte en la vida social y cultural de Alzira.

La publicación del Consorcio “Turisme Actiu Ribera del Xúquer” (2019) reseña a Alzira en el apartado de eventos deportivos, cicloturismo BTT Camino Natural Vía Verde y senderismo. Las publicaciones “Cicloturisme” (2019) y “Senderisme” (2019) también incluye alusiones al municipio en muchas de sus propuestas.

Deporte en la naturaleza y turismo activo

Los parajes de la Murta y la Casella, junto con el río Júcar, permiten la práctica del senderismo, trail running, BTT, escalada o piragüismo. La red de senderos y rutas

homologadas (GR-236 y PR-CV 303, 334 y 335) alcanza más de 130 km y conecta la ciudad con su paisaje agrícola y forestal. Proyectos recientes como el Anell Verd d'Alzira refuerzan la conexión entre el espacio urbano y el natural mediante itinerarios ciclopeatonales que facilitan la práctica deportiva, al tiempo que fomentan la movilidad sostenible.

Estos recursos podrían reforzar su atractivo con estrategia de promoción conjunta y una mayor coordinación entre las áreas de deporte, medio ambiente y turismo para diseñar experiencias integradas que vinculen deporte, paisaje y gastronomía local.

Eventos deportivos y proyección turística

Alzira dispone de un calendario deportivo con eventos ligados al running y el ciclo, como el Marató Ciutat d'Alzira, la Volta a Peu, la San Silvestre, el Duatló Escolar, pruebas ciclistas y de triatlón, como el Gran Fondo de Ciclismo la Ribera del Xúquer, con salida y llegada en Alzira. Sus instalaciones también son sede de competiciones autonómicas de fútbol, atletismo o natación.

Si bien estos eventos presentan un alto grado de participación y fidelización, no cubren la totalidad del año, y todavía no se encuentran integrados como atractivo turístico en la promoción del destino. Incorporar estos aspectos permitiría maximizar su retorno económico y reforzar la visibilidad de Alzira.



1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA DE EMPRESAS TURÍSTICAS

El análisis de la oferta turística de Alzira permite evaluar la capacidad del municipio para acoger, atender y fidelizar visitantes dentro de un modelo de desarrollo sostenible y competitivo. Este apartado aborda la estructura actual de los alojamientos turísticos reglados y no reglados, la presencia de empresas de turismo activo y agencias de viaje, así como la oferta de restauración y su grado de especialización, con el objetivo de identificar fortalezas, carencias y oportunidades de diversificación.

En términos generales, Alzira presenta una oferta alojativa limitada en volumen y capacidad, con predominio de establecimientos de pequeña escala y orientación funcional, vinculada principalmente al turismo de negocios y a la movilidad comarcal, más que al turismo vacacional o experiencial. A esta realidad se suma la presencia creciente de alojamiento no reglado y de zonas de pernocta informal para autocaravanas, fenómenos que amplían la capacidad de acogida, pero plantean retos en materia de regulación, control y calidad del servicio.

Asimismo, el municipio dispone de una estructura incipiente de empresas turísticas, con una escasa representación del turismo activo y de intermediación, lo que limita su capacidad para generar experiencias estructuradas y prolongar la estancia media. La oferta gastronómica, aunque variada y de buena calidad, carece aún de una segmentación y visibilidad adecuada que la posicionen como producto turístico.

En conjunto, el diagnóstico de la oferta turística de Alzira pone de manifiesto un modelo en transición, caracterizado por una infraestructura básica consolidada, pero todavía con márgenes amplios de especialización, integración territorial y diversificación de productos. La consolidación de una oferta turística competitiva requerirá avanzar hacia un ecosistema más articulado, capaz de conectar alojamiento, restauración, turismo activo y patrimonio bajo una estrategia de posicionamiento coherente con los principios de sostenibilidad y calidad establecidos en la Agenda Urbana Alzira 2030.

Alojamiento turístico

Alzira cuenta (2025) con 28 empresas de alojamiento turístico reglado, que suman una capacidad total de 308 plazas. Las principales tipologías de alojamiento corresponden a hotel y a viviendas vacacionales (115 y 107 plazas respectivamente). No hay empresas camping, zonas de acampada en finca particular, áreas de pernocta o albergues. Estos datos hacen referencia a empresas inscritas en el Registro de Empresas Turísticas de la Generalitat Valenciana en 2025.

A la oferta se suma la presencia de alojamiento no reglado (casas y habitaciones en alquiler), visible en plataformas como Airbnb, Booking o Vrbo, lo que incrementa la capacidad de acogida del municipio, pero plantea retos en materia de regulación.

Debe tenerse también en cuenta la oferta vinculada a los equipamientos públicos que permiten la pernoctación de autocaravanas. En Alzira no existen áreas reguladas específicamente para este fin; sin embargo, la localidad figura en plataformas especializadas como Park4night, donde se identifican hasta nueve zonas utilizadas habitualmente para la pernocta, aunque no se encuentran legalizadas. Esta situación favorece la integración del municipio en las rutas de turismo itinerante, si bien plantea desafíos en materia de regulación, control y adecuación de espacios. Actualmente, la estancia de autocaravanas se rige por las ordenanzas municipales de tráfico y seguridad vial, al no disponer de equipamientos específicos habilitados.

El parque de alojamientos de Alzira es limitado en número y capacidad, con predominio de establecimientos de pequeña escala. La oferta hotelera se caracteriza por su orientación a viajeros de negocios, técnicos y visitantes de paso, vinculados a la actividad económica de la comarca, más que al turismo vacacional o de ocio. Este perfil se refleja en la escasa especialización de los alojamientos, que presentan un posicionamiento funcional sin una personalidad identificable.

En el entorno territorial inmediato, son los municipios de la comarca vecina de La Ribera Baixa, Cullera y Sueca, los que concentran el mayor volumen de alojamiento turístico, especialmente en las tipologías de vivienda de uso turístico. Esto refuerza la necesidad de integrar Alzira en una estrategia de red turística comarcal, donde el visitante pueda pernoctar, disfrutar de experiencias gastronómicas o deportivas y desplazarse por el territorio.

Agencias de viaje y empresas de turismo activo

El municipio cuenta con 9 agencias de viajes de tipo emisor (viajes fuera de Alzira) y sólo una de turismo activo, según el Registro de Empresas Turísticas de Turisme Comunitat Valenciana para 2025, sin figurar ninguna referencia a ella en la página web municipal.

Las rutas guiadas en Alzira se encuentran en una fase de desarrollo inicial, con predominio institucional y escasa participación del sector privado. No existe una plataforma de comercialización o calendario único que integre las actividades guiadas municipales, asociativas y comarcales, lo que dificulta su promoción y accesibilidad para el público visitante. Si bien las visitas promovidas por el MUMA y las asociaciones locales tienen una calidad interpretativa notable, su visibilidad turística y continuidad temporal son limitadas, lo que reduce su impacto en la atracción de visitantes externos.

A través del departamento de turismo del Consorcio de La Ribera se promueven iniciativas para dar visibilidad a la oferta de turismo activo del territorio comarcal, como son la edición de publicaciones especializadas. La guía “La Ribera del Xúquer”, señala que en Alzira se ubica la infraestructura ciclista Centro BTT de La Ribera y una escuela de animación. El resto de las empresas de turismo activo se ubican en Antella (Centro de turismo rural), Cullera (una empresa que realiza descensos en el río Júcar y recorridos marítimos), Sueca (una empresa de multiaventura), Guadassuar (circuito de karting) y Carcaixent (campo de golf). La publicación “Un río de experiencias en Ribera de Xúquer”, también del Consorcio, identifica diferentes empresas que ofrecen actividades experienciales para público familiar en Alzira y otros municipios de la comarca.

El Consorci de la Ribera, a través de su Área de Turismo, ha desarrollado una guía digital de experiencias turísticas comarcales con el objetivo de visibilizar la oferta de actividades disponibles en los municipios de la Ribera Alta y la Ribera Baixa. Esta guía estructura las experiencias bajo distintas líneas temáticas —Tesoros de la Ribera, Secretos de la Albufera, Un río de experiencias, Tasta la Ribera, Entre naranjos, Al gra, La Ribera + Activa y Fiestas y eventos—, abarcando desde el turismo patrimonial y gastronómico hasta la naturaleza, el deporte y la cultura festiva.

El municipio únicamente aparece mencionado en productos vinculados con la naturaleza y el turismo activo (La Murta y la Casella, y el Centro BTT La Ribera), sin incluir referencias a su patrimonio histórico-artístico, con la excepción de la Ruta Bernardina. Por su parte, la plataforma regional Creaturisme (experienciascv.es),

gestionada por Turisme Comunitat, no ofrece ninguna experiencia turística comercializada en Alzira.

Desde una perspectiva crítica, esta situación pone de manifiesto la necesidad de reforzar la participación de Alzira en la estrategia comarcal y regional de producto turístico, articulando su oferta experiencial bajo un relato coherente con las temáticas ya existentes y ampliando su presencia al ámbito cultural principalmente.

Restaurantes

Según datos de Turisme Comunitat Valenciana (2022, último informe disponible), Alzira cuenta con 82 establecimientos de restauración, que en conjunto ofrecen 6.125 plazas. Sólo uno de ellos figura reseñado en la Guía Michelin 2025 con el sello de Bib Gourmand, distinción gastronómica se concede a los restaurantes que ofrecen buena relación calidad precio, y parece referenciado en la Guía Repsol aparece como uno de los restaurantes recomendados.

No se ha detectado que Alzira ni el Consorcio de la Ribera realice una segmentación de restaurantes por tipologías que ponga en valor los recursos gastronómicos diferenciales del municipio.

Oferta de alojamiento turístico de Alzira y destinos del entorno							
Municipio (Número/Plazas)	Hotel	Casas Rurales	Vivienda uso turístico	Bloque viviendas turísticas	Área de pernocta	Camping o acampada finca particular	Albergue
Alzira (2025)	4/115	5/58	18/107	1/28	0/0	0/0	0/0
Carcaixent (2022)	1/96	3/40	1/12	-	0/0	0/0	0/0
Sueca (2022)	2/55	0/0	166/920	-	0/0	3/4.300	0/0
Cullera (2022)	12/1.212	0/0	1.141/6.002	-	0/0	1/657	0/0

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El análisis de la demanda turística en Alzira es esencial para diseñar estrategias competitivas y sostenibles, ya que permite comprender el perfil, las motivaciones y el comportamiento de los visitantes, identificar oportunidades de mercado, optimizar recursos y adaptar la oferta a las expectativas reales. Su función es estratégica en el proceso de planificación, al orientar las decisiones sobre producto, promoción y gestión del destino en base a evidencias y tendencias verificadas.

Una de las claves de la relación entre el turismo y el territorio es aprovechar la escala supramunicipal para favorecer la cohesión territorial. En este sentido, el turismo debe entenderse como una red de relaciones interdependientes entre espacios litorales, urbanos e interiores, de forma que las demandas se distribuyan de manera más equilibrada y se generen sinergias entre destinos complementarios.

En el caso de Alzira, existe una estrecha interrelación con la capital regional, València, situada a menos de una hora de distancia, así como con los municipios costeros de Cullera y Sueca, destinos de litoral con mayor capacidad alojativa. Estas localidades constituyen importantes emisores potenciales de flujos turísticos hacia Alzira, especialmente en segmentos interesados en el patrimonio cultural, el turismo activo o las experiencias gastronómicas y de naturaleza. La conectividad por carretera y ferrocarril, junto con la creciente demanda de escapadas de proximidad, refuerzan la posición de Alzira como destino complementario dentro del área funcional metropolitana.

Alzira no dispone actualmente de un observatorio turístico local que permita recopilar y analizar datos sistemáticos sobre las características de sus visitantes. Tampoco las entidades turísticas comarcales, provinciales o autonómicas publican información desagregada a escala municipal. Por ello, para la elaboración de este análisis se ha utilizado información agregada a nivel provincial, procedente de las publicaciones de Turisme Comunitat Valenciana (“El Turismo en la Comunitat Valenciana 2024” y “Perfil del turista español en la Comunitat Valenciana 2023”), complementada con los resultados obtenidos a través de la encuesta a usuarios de la oficina Tourist Info Alzira, integrada en la Red de Oficinas de Información Turística de la Comunitat Valenciana.

Características de la demanda provincial aplicación al ámbito local

Durante 2024, la provincia de Valencia recibió aproximadamente 10,6 millones de turistas, de los cuales el 39,5 % fueron residentes en España y el 60,5 % visitantes internacionales. El volumen total experimentó un ligero descenso interanual (-2,1 %), asociado a la estabilización del crecimiento tras los años de recuperación pospandemia.

Dentro de esa cifra global, el destino urbano de la capital, València-ciudad, concentra un porcentaje muy elevado. Según el documento “Evolución de la actividad turística. Provincia de Valencia 2022”, la ciudad de València, con 2,4 millones de turistas, concentraba el 92,1 % de la demanda de la provincia. Esta concentración implica que buena parte de la demanda internacional del conjunto provincial esté focalizada en la ciudad de València y su gran entorno urbano.

La demanda turística del interior valenciano está formada principalmente por turistas nacionales de proximidad, que realizan escapadas de fin de semana en vehículo propio, motivados por el ocio, la naturaleza, la cultura y la gastronomía. Así, el visitante tipo presenta una edad media (25-64 años), nivel formativo medio-alto y situación laboral activa, lo que se traduce en una capacidad adquisitiva moderada y en viajes cortos. Las principales procedencias son la Comunitat Valenciana (58 %), Madrid (13,5 %), Catalunya (8,1 %) y Castilla-La Mancha (6,9 %). Se aloja preferentemente en viviendas de familiares o amigos, segundas residencias o hoteles, y sus motivaciones se centran en el ocio y descanso (46 %) y las visitas familiares (38 %).

Las actividades más habituales incluyen visitas culturales y urbanas, senderismo y naturaleza, compras y gastronomía, lo que evidencian un interés creciente por las experiencias culturales, naturales y gastronómicas, segmentos en los que Alzira dispone de un notable potencial de desarrollo.

El turismo en Alzira depende en mayor medida de la demanda nacional y principalmente de proximidad, compuesta principalmente por residentes de la Comunitat Valenciana. La ciudad de València actúa como principal mercado emisor hacia Alzira durante todo el año, mientras que Cullera y Sueca —destinos de litoral cercanos— generan flujos estacionales en los meses de verano, lo que favorece la complementariedad entre espacios litorales e interiores.

El perfil del visitante que recibe Alzira es el que corresponde al interior provincial: turismo de corta estancia (2-3 días), de ocio y motivaciones culturales o naturales, que viaja en vehículo particular y se aloja preferentemente en viviendas propias, de familiares o de segunda residencia. Su gasto medio diario se mantiene en torno a

50-55 euros, con un comportamiento de consumo moderado, aunque con potencial de incremento mediante productos de valor añadido vinculados al patrimonio, la gastronomía y la naturaleza.

Los flujos de movilidad en Alzira trascienden el turismo convencional e incluyen desplazamientos laborales, comerciales, educativos y culturales que configuran una movilidad funcional con impacto directo en la economía local. La ciudad ejerce una atracción diaria de trabajadores y usuarios de servicios, especialmente en los sectores industrial, sanitario y educativo, lo que genera un flujo constante hacia el comercio y la restauración. A ello se suman los desplazamientos por motivos de ocio y eventos, con picos de afluencia durante las Fallas y la Semana Santa, ambas de Interés Turístico Nacional. Se plantea aquí el reto de transformar la conectividad funcional en conectividad turística.

Las fuentes utilizadas para la elaboración del cuadro resumen proceden de documentación estadística oficial y de información complementaria de carácter local. En concreto, se ha utilizado la información publicada por Turisme Comunitat Valenciana, a través de los informes El Turismo en la Comunitat Valenciana 2024. Datos provincia de Valencia y Perfil del turista español en la Comunitat Valenciana 2023. A nivel local, se ha tenido en consideración las referencias procedentes de la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana, que recoge datos de la oficina Tourist Info Alzira sobre perfil de usuarios, y de la Agencia para el Fomento de la Innovación Comercial (AFIC Alzira), que aporta información cualitativa sobre la afluencia de visitantes durante eventos y campañas comerciales.

Ni Alzira ni la Ribera Alta disponen actualmente de un observatorio turístico que registre de forma sistemática los flujos y perfiles de visitantes. Por ello, el análisis de la demanda se apoya en datos provinciales y autonómicos, complementados con estimaciones locales, lo que pone de manifiesto la necesidad de crear en el futuro un sistema de observación turística municipal o comarcal con indicadores propios y actualizados.

Demanda turística en la provincia de Valencia y su aplicación al ámbito de Alzira			
Variable	Provincia de Valencia	Estimación para el interior de la provincia	Interpretación para Alzira
Volumen	10,6 millones de turistas/año	Sin datos oficiales, muy inferior al volumen costero o urbano	Mercado estable basado en escapadas cortas, visitas de día y turismo de proximidad. Potencial de captación de flujos de València y litoral cercano
Procedencia	60 % internacional / 40 % nacional	80-85 % nacional / 15-20 % internacional (datos orientativos del turismo rural y de interior)	Predominio de visitantes españoles (Comunitat Valenciana, Madrid, Catalunya, Castilla-La Mancha). La ciudad de València actúa como principal mercado emisor durante todo el año, mientras que Cullera y Sueca generan flujos estacionales en época estival
Motivación	51 % ocio y vacaciones; 38 % visitas a familiares y amigos; resto negocios y otros	Mayoría por ocio y visitas personales. Escapadas culturales, naturaleza y gastronomía	Demanda motivada por patrimonio, senderismo, naturaleza y eventos culturales. Oportunidad para captar visitantes del área metropolitana en fines de semana y del litoral de la provincia (Cullera) en época estival.
Actividades	Visitas a familiares y amigos (44 %), playa (39 %), ciudades y recursos culturales (29 %), senderismo (12 %), compras (17 %), gastronomía (4 %)	Preferencia por actividades de naturaleza, senderismo, rutas BTT y visitas culturales; menor peso del producto sol y playa	Interés en experiencias auténticas, sostenibles y vinculadas al paisaje y al patrimonio local. Potencial de complementariedad con los productos litorales de Cullera y Sueca
Transporte	77 % vehículo particular; 13 % tren; 5 % autobús; < 3 % avión	Casi exclusivamente vehículo propio por proximidad y buena red viaria	Facilita el turismo de proximidad y el modelo de excursiones de día desde València, Cullera y Sueca hacia Alzira
Alojamiento	18,8 % hoteles, 50,7 % viviendas de familiares y amigos, 15,8 % segunda residencia, 10 % vivienda en alquiler	Principalmente vivienda propia, rural o de familiares	Necesidad de ampliar la oferta reglada y profesionalizar los alojamientos rurales y de pequeña escala para fidelizar al visitante de proximidad
Estancia media	3,9 días; en turismo de ocio 5,5 días media autonómica	2-3 días (escapadas de fin de semana o puentes)	Predominio de estancias cortas, con posibilidad de ampliarlas mediante productos combinados con municipios litorales
Gasto medio diario	53 € (-4,5 % respecto 2023)	Entre 45 y 55 €, según tipo de alojamiento y actividad	Visitante de gasto moderado, con potencial de aumento mediante productos de valor añadido (cultura, gastronomía, naturaleza y eventos temáticos)
Visitantes por comercio/trabajo desde la comarca	-	Estimación: 50-60 % del tránsito diario dentro de la comarca puede tener vínculo comercial o laboral (no dato turístico).	Alzira, como capital comarcal, actúa como centro de servicios, comercio y administración para la Ribera Alta; conviene considerar este flujo como parte del "público" que puede, a su vez, convertirse en demanda turística de complemento.

1.5 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO

El presente apartado analiza la organización y funciones del Ayuntamiento de Alzira en materia turística, así como su articulación con los organismos supramunicipales responsables de la gestión turística comarcal. El municipio ejerce un papel esencial en la planificación, coordinación y promoción del turismo local, integrando esta actividad en su modelo de desarrollo sostenible y en coherencia con los principios de la Ley 15/2018 de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana.

A través de su Departamento de Turismo, integrado actualmente dentro del área municipal de Museo, Patrimonio Histórico, Memoria Democrática y Comunicación, el consistorio impulsa la planificación estratégica, la atención al visitante y la promoción de los recursos patrimoniales, naturales y gastronómicos del municipio.

Este trabajo se complementa con la labor de la Oficina Tourist Info Alzira, que forma parte de la Red Tourist Info de la Generalitat Valenciana, y con la participación activa del Ayuntamiento en redes, ferias y programas de calidad turística. Asimismo, la gestión turística local se coordina con la Mancomunitat de la Ribera Alta y el Consorci de la Ribera, entidades que desarrollan la planificación y promoción turística a escala comarcal.

El apartado ofrece una descripción detallada del funcionamiento del área de turismo municipal, del personal técnico disponible, de las líneas de promoción y comunicación, así como de los principales instrumentos de cooperación y planificación existentes en el ámbito supramunicipal.

Ayuntamiento de Alzira

El Ayuntamiento de Alzira asume un papel central en la planificación, gestión y promoción del turismo local, actuando como la entidad responsable de coordinar las políticas municipales que inciden en la actividad turística y en la proyección de la ciudad como destino sostenible. Desarrolla labores de planificación estratégica, promoción y atención al visitante, en coherencia con la Ley 15/2018 de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana, el Estatuto del Municipio Turístico y los objetivos de la Agenda Urbana Alzira 2030 – “Un riu de futur”.

Entre sus **principales funciones** se encuentra la planificación del desarrollo turístico municipal, mediante la elaboración de documentos estratégicos, la adhesión a redes de calidad y sostenibilidad (como el modelo DTI-CV y el sistema SICTED) y la colaboración con entidades supramunicipales, como el Consorcio de la Ribera y la Mancomunitat de la Ribera Alta, en la definición de proyectos

comarcales. Asimismo, gestiona la Oficina Tourist Info Alzira, ubicada en la Plaza del Reino, desde la que se ofrece atención al visitante, información sobre recursos, rutas y eventos, así como la coordinación de campañas de promoción y actividades divulgativas.

En materia de promoción turística, el Ayuntamiento difunde contenidos a través de su página web institucional (www.alzira.es) y de las redes sociales municipales y de turismo, principalmente el perfil Facebook Alzira Turisme, donde se publican noticias, eventos, vídeos y material audiovisual sobre el patrimonio y la oferta turística local. Participa activamente en ferias turísticas de ámbito autonómico y nacional, como FITUR, en coordinación con el Consorcio de la Ribera y Turisme Comunitat Valenciana, y promueve la participación del municipio en portales de promoción como comunitatvalenciana.com.

El Ayuntamiento impulsa la creación y estructuración de productos turísticos, como las rutas culturales y patrimoniales —entre ellas la Ruta Bernardina—, las visitas guiadas al Paraje Natural Municipal de la Murta y la Casella, y la promoción de actividades deportivas y de naturaleza vinculadas al centro BTT de Alzira. Además, edita y actualiza material promocional (folletos, planos, cartelería y contenidos digitales) y organiza eventos de interés turístico, como la Semana Santa de Alzira — Fiesta de Interés Turístico Nacional—, la Fira de Sant Bernat o la Fira Alzira Oberta, que contribuyen a dinamizar la actividad turística y comercial del municipio. Por último, desempeña una función de coordinación y gobernanza entre los agentes locales, fomentando la participación en la definición de políticas turísticas.

Para realizar estas funciones el Ayuntamiento cuenta con un **departamento dedicado al sector turístico** compartido con las concejalías de Patrimonio Histórico, Memoria Democrática y Comunicación. Desde este departamento se generan las políticas municipales relacionadas con la promoción turística del municipio mediante la puesta en valor turístico y difusión de sus recursos de naturaleza, cultural y gastronomía-

El área de turismo cuenta con los servicios de una oficina de información turística perteneciente a la Red Tourist Info de la Generalitat Valenciana, cuya función principal es ofrecer información y atención al visitante, además de coordinar la promoción turística del municipio. La oficina, ubicada en el centro, cuenta con **personal técnico especializado** (1 puesto de informador turístico y apoyo de personal en prácticas) y cuenta con la certificación de calidad SICTED. Además, cuentan con una segunda oficina de información turística, más pequeña, situada en la Plaza Mayor y que actualmente está en desuso. Se trata de una pequeña caseta en forma de glorieta revestida de pinturas hechas a mano en cerámica

valenciana, considerándose de alto valor identitario y patrimonial, pero la falta de uso habitual como punto de información ha provocado de esta caseta se encuentre en un estado de conservación deficiente, con signos visibles de desgaste en sus elementos exteriores y una pérdida progresiva de su función como equipamiento turístico. Esta situación supone una infrautilización de un recurso singular ubicado en un enclave estratégico del casco histórico, cuyo potencial como punto de información y elemento de identidad urbana no está sido aprovechado adecuadamente.

Entre las funciones principales del informador turístico de Alzira, destaca la atención personalizada al visitante, tanto de forma presencial como a través de canales no presenciales. Este servicio se ha complementado con la gestión de encuestas de satisfacción durante la temporada estival y con la actualización continua del inventario de material informativo.

Existe convocatoria para una plaza de Técnico/a de Turismo en el Ayuntamiento de Alzira con Resolución del 5 de agosto de 2025, por lo que en breve se contará con un puesto de coordinación con responsabilidad en el ámbito turístico municipal, gestión técnica de proyectos, promoción, coordinación de iniciativas de turismo sostenibles, etc.

Aunque el Ayuntamiento de Alzira no dispone de un **órgano formal de coordinación turística**, sí mantiene un mecanismo interno de cooperación transversal entre las distintas áreas municipales con incidencia en el turismo —cultura, patrimonio, medio natural, fiestas, comercio o comunicación—. Esta coordinación se materializa mediante reuniones, proyectos conjuntos y acciones compartidas de promoción, lo que permite una gestión integrada del turismo.

Pese a esta vocación de desarrollo turístico, Alzira no contaba, hasta la fecha, con ningún **documento estratégico monográfico sobre turismo**, tan sólo algunas referencias al sector integradas otros documentos generalistas como el Plan Estratégico Local Alzira 2020 o la Agenda Urbana.

Documentos de planificación con incidencia en el turismo de Alzira

Documento	Año/vigencia	Ámbito	Referencias en materia turística
Plan estratégico local Alzira 2020	2015–2020	Estrategia local de desarrollo económico y social con enfoque en innovación, sostenibilidad y cohesión.	Incluye líneas orientadas al impulso del turismo local, la mejora de la imagen del municipio y la promoción de su patrimonio cultural y natural.
EDUSI “Alzira Avanza” (Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado)	2016–2022	Financiada por FEDER, orientada a regenerar espacios urbanos, mejorar la movilidad y la eficiencia energética.	Aunque no se centra directamente en el turismo, contribuye indirectamente mediante la mejora del entorno urbano y la recuperación del patrimonio histórico, aspectos clave para el atractivo turístico.
PACES – Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible de Alzira	2019	Instrumento del Pacto de Alcaldías para mitigar el cambio climático y adaptar la ciudad a sus riesgos.	No es un plan turístico, pero tiene impacto en la sostenibilidad del destino: eficiencia energética, gestión de recursos naturales, y adaptación de equipamientos e infraestructuras turísticas al riesgo climático.
Plan de Empleo Local	2022–2030	Documento estratégico alineado con la Agenda Urbana Española y los ODS. Define proyectos integrales para un modelo de ciudad sostenible e inclusiva.	Incluye referencias explícitas al turismo sostenible como motor de desarrollo local, destacando la valorización del patrimonio natural, la cultura y la identidad local como ejes de transformación urbana.
Plan General de Ordenación Urbana (Versión preliminar 2016)	En revisión	Documento de ordenación del territorio y regulación del uso del suelo.	Incorpora la protección de espacios naturales (Murta, Casella, Xúquer), la preservación del paisaje agrícola y la regulación de usos compatibles con actividades turísticas sostenibles.
Plan Urbano de Actuación Municipal (PUAM Alzira)	2022	Define la hoja de ruta hacia un modelo de ciudad sostenible, inteligente y resiliente, en coherencia con la Agenda Urbana y los ODS.	Menciona la promoción del turismo sostenible, la economía verde y la valorización del patrimonio como ejes de desarrollo local.

Principales funciones del Ayuntamiento de Alzira en materia turística

Ámbito funcional	Descripción
1. Planificación y gestión turística local	
Elaborar y ejecutar el Plan Estratégico de Turismo del municipio.	Definir la hoja de ruta del desarrollo turístico sostenible, alineado con los ODS y la Agenda Urbana 2030
Coordinar con el Consorci de la Ribera, la Mancomunitat y Turisme Comunitat Valenciana.	Participar en planes supramunicipales (Plan de Gobernanza y Dinamización Turística, DTI-CV, etc.).
Impulsar la adhesión al modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI-CV) y al Sistema de Calidad SICTED.	Supervisar indicadores, promover buenas prácticas y la mejora continua de los servicios turísticos.
2. Promoción y comunicación turística	
Diseñar y difundir la imagen turística de Alzira.	Promocionar el destino a través de campañas, ferias, web turística, redes sociales y material impreso.
Gestionar la Oficina Tourist Info Alzira.	Atención al visitante, información turística, recepción de grupos y coordinación con la Red Tourist Info de la Generalitat.
Promocionar eventos culturales, patrimoniales y festivos.	Fallas, Semana Santa (Fiesta de Interés Turístico Nacional), Fira de Sant Bernat, actividades culturales y gastronómicas.
3. Desarrollo y estructuración de producto	
Poner en valor los recursos turísticos municipales.	Rutas patrimoniales (Ruta Bernardina), turismo de naturaleza (Murta-Casella), BTT, cicloturismo, gastronomía local, etc.
Fomentar la creación de productos turísticos sostenibles.	Incentivar la cooperación entre empresas locales, asociaciones y entidades culturales.
4. Sostenibilidad y conservación del entorno	
Integrar criterios ambientales en la planificación turística.	Coordinación con Medio Ambiente y Urbanismo para la gestión de parajes naturales y control de la capacidad de carga.
Promover la educación ambiental y el turismo responsable.	Actividades divulgativas, rutas interpretativas, campañas de sensibilización.
5. Gobernanza y participación	
Coordinar la Comisión Municipal de Turismo y el Consejo Local de Turismo (si está constituido).	Fomentar la participación del tejido empresarial y ciudadano en la toma de decisiones turísticas.
Colaborar con entidades públicas y privadas.	Firmar convenios, adherirse a redes o clubs de producto (p. ej., turismo cultural, naturaleza, familiar).
6. Competencias económicas y de apoyo al sector	
Gestionar subvenciones y ayudas al sector turístico local.	Convocatorias de apoyo a pymes, mejora de equipamientos turísticos, digitalización y sostenibilidad.
Fomentar la profesionalización del sector.	Formación en calidad, atención al cliente, idiomas, digitalización, etc.

Mancomunidad y Comarca

La Mancomunitat de la Ribera Alta incluye entre sus competencias el desarrollo socioeconómico y la promoción turística, industrial, comercial y agrícola, según la Resolución de 13 de diciembre de 2021 que modifica sus Estatutos. Sin embargo, la gestión efectiva de la promoción turística comarcal se canaliza principalmente a través del Consorci de la Ribera, entidad compartida con la Mancomunitat de la Ribera Baixa, que asume la planificación, dinamización y promoción turística del conjunto del territorio.

El Consorci de la Ribera, a través de su Área de Turismo, impulsa un conjunto de programas y actuaciones orientadas a fortalecer la competitividad turística de los municipios de la Ribera Alta y la Ribera Baixa. Su gestión se centra en la cooperación intermunicipal, la puesta en valor de los recursos comarcales y la promoción conjunta del destino, con criterios de sostenibilidad y gobernanza compartida.

Tanto el Consorci como la Mancomunitat cuentan con personal dedicado a la gestión turística del territorio —más claramente en el caso del Consorci, cuya Relación de Puestos de Trabajo (RPT) incluye un puesto de “Tècnic/a Turisme” (A2).

Ambas entidades cuentan con instrumentos de planificación que impactan (directa o indirectamente) en el desarrollo turístico. El Consorci está más explícitamente focalizado en turismo con su Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Ribera, mientras que la Mancomunitat lo aborda desde un marco más amplio de desarrollo urbano y territorial (Agenda Urbana /Plan de Acción Local).

Principales líneas de actuación del Consorci de la Ribera en materia turística

Línea de actuación	Descripción	Ámbito de aplicación
Diseño y promoción de experiencias comarcales	Creación de una guía digital de experiencias estructurada por temáticas que integran productos turísticos de los municipios	Tesoros de la Ribera, Secretos de la Albufera, Un río de experiencias, Tasta la Ribera, Entre naranjos, Al gra, La Ribera + Activa, Fiestas y Eventos.
Promoción conjunta del destino comarcal	Acciones de comunicación, ferias y material promocional conjunto.	Ferias turísticas, campañas digitales, promoción de productos culturales y naturales.
Apoyo a la digitalización y formación turística	Programas de formación para empresas y profesionales del sector, enfocados en marketing digital, calidad y sostenibilidad.	Cursos, talleres y jornadas comarcales de capacitación turística.
Proyectos europeos y sostenibilidad	Participación en proyectos financiados con fondos europeos	Programas Next Generation EU, proyectos FEDER, valorización del río Xúquer y la huerta citrícola.
Eventos y rutas temáticas	Organización de actividades y rutas para fomentar la identidad comarcal.	Ruta Bernardina, Camino del Císter, Paraje Natural de la Murta y la Casella, red de centros BTT.

1.6 ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD DE MARCA DEL DESTINO

En un entorno turístico cada vez más saturado y globalizado, la diferenciación de los destinos depende de su capacidad para construir una marca sólida, coherente y reconocible. La identidad de marca no se limita al logotipo o al eslogan, sino que constituye el relato que da sentido al destino: la manera en que se proyectan sus valores, su carácter y las experiencias que promete ofrecer.

Una marca territorial bien definida actúa como herramienta de gestión y de competitividad. Permite orientar la comunicación, reforzar el orgullo local, atraer visitantes afines y generar confianza en el mercado. Su función no es solo promocional, sino estratégica: alinea los recursos y productos del destino con una narrativa compartida por la ciudadanía, las empresas y las instituciones.

En el caso de Alzira, la identidad de marca debe partir de los valores que la distinguen —su paisaje de huerta y montaña, su legado histórico vinculado a Jaume I, su dinamismo cultural y su compromiso con la sostenibilidad— y transformarlos en una propuesta clara y atractiva para el visitante.

Construir y consolidar una marca de destino implica, por tanto, un trabajo continuado de análisis, coherencia y actualización. Requiere identificar los atributos diferenciales, definir una personalidad reconocible y traducirla en mensajes, imágenes y experiencias coherentes en todos los canales de comunicación. Solo así puede lograrse una imagen de destino unificada que refuerce la notoriedad de Alzira, potencie su competitividad y fomente una relación emocional duradera entre el visitante y el territorio.

1.6.1 ANÁLISIS DE LA MARCA TURÍSTICA

Un Plan Estratégico debe analizar no solo los recursos y servicios turísticos, sino también la imagen que proyecta el destino. La forma en que se percibe Alzira condiciona su capacidad para atraer visitantes y competir con otros territorios. Por eso, es fundamental revisar la marca turística actual y proponer mejoras que refuercen su posicionamiento.

La marca refleja la personalidad del destino: muestra qué lo hace especial, transmite emociones y valores, y ayuda a diferenciarlo frente a la competencia. Una marca bien definida genera confianza, facilita la fidelidad de quienes ya han visitado el territorio y atrae a nuevos públicos, lo que se traduce en más actividad económica.

La promoción turística depende en gran medida de cómo se comunica la marca. Si se transmite con claridad y coherencia, será más fácil diseñar campañas atractivas, llegar al público adecuado y reforzar la imagen del destino. Para lograr este objetivo es fundamental tener en cuenta los siguientes principios:

- Mirar a largo plazo: la marca no solo representa el territorio, también a las empresas y personas que lo hacen posible.
- Transmitir lo que la gente percibe: debe estar en sintonía con lo que residentes y visitantes identifican como propio de Alzira.
- Diferenciarse: resaltar lo que hace único al territorio frente a otros destinos.
- Ser clara y directa: contar de manera sencilla qué se puede vivir y disfrutar en Alzira.

Alzira cuenta con marca turística propia, que se compone de una gran “A” verde que integra una llave en la parte inferior izquierda, acompañada del *claim* “Alzira, un riu de Turisme” (juego metafórico entre el río físico, el Xúquer, y un “riu” de posibilidades turísticas). El color verde va asociado directamente con la naturaleza, sostenibilidad y paisaje ribereño.



Aunque es una marca sencilla, clara y de fácil reproducción, presenta una serie de limitaciones. La marca habla de un relato demasiado genérico y poco diferencial, ya que el *claim* podría funcionar en cualquier municipio con río, por lo que no singulariza lo suficientemente a Alzira. El lenguaje visual está algo desactualizado y la composición es poco versátil para el formato digital.

La marca existente no responde plenamente a los nuevos criterios de competitividad turística, que exigen una comunicación clara, emocional y alineada con valores como la sostenibilidad, la autenticidad y la experiencia del visitante. Alzira dispone de activos diferenciales de alto valor, como su condición de ciudad real vinculada a Jaume I, su paisaje fluvial y agrícola, y la proximidad entre ciudad, huerta y montaña, pero estos elementos no se encuentran adecuadamente reflejados ni jerarquizados dentro de la identidad turística actual.

Desde el punto de vista de la gestión, se detecta una falta de herramientas que regulen el uso de la marca turística, como un manual de identidad o criterios

comunes de aplicación. Esta carencia genera incoherencias visuales y discursivas entre los diferentes agentes que participan en la promoción del destino, tanto públicos como privados, y limita la capacidad de generar una imagen sólida y reconocible en los distintos canales de comunicación, especialmente en el ámbito digital.

Por otro lado, la inexistencia de una estrategia clara de posicionamiento dificulta la identificación de públicos objetivo prioritarios y la adaptación de los mensajes a los distintos segmentos de demanda (turismo cultural, naturaleza, turismo activo, turismo de proximidad o excursiones de un día). Esta situación reduce la eficacia de las acciones promocionales y limita el retorno de las inversiones realizadas en marketing turístico.

En este contexto, el análisis pone de manifiesto la necesidad de renovar y redefinir la marca turística de Alzira como una actuación estratégica prioritaria. La nueva marca deberá servir como herramienta transversal del Plan Estratégico, integrando los valores identitarios del municipio, reforzando su diferenciación dentro del ámbito de la Ribera y de la Comunitat Valenciana, y facilitando una comunicación coherente, moderna y alineada con el modelo de turismo sostenible que se pretende impulsar.

1.6.1 POSICIONAMIENTO

En el contexto actual del turismo, el posicionamiento en motores de búsqueda se ha convertido en un factor determinante para la competitividad de los destinos. Este análisis examina la presencia digital de Alzira, como parte fundamental de su imagen digital, abordando los retos que plantea su identidad dual en el entorno online.

El posicionamiento de Alzira como destino turístico en Google puede considerarse correcto en términos de visibilidad básica, pero presenta carencias desde la perspectiva de gestión estratégica de la marca. Para las búsquedas de marca (“Alzira turismo”, “Alzira Turisme”), el dominio municipal aparece de forma destacada (www.alzira.es), de modo que el Ayuntamiento mantiene el control del primer impacto institucional. Sin embargo, en las búsquedas genéricas de inspiración turística (“qué ver en Alzira”, “qué hacer en Alzira”) suelen ocupar las primeras posiciones blogs de viaje, portales privados y páginas de ámbito autonómico o estatal, por delante de los contenidos municipales. Esto implica que, en muchos casos, la primera imagen turística del destino en Google la construyen agentes externos.

En términos de “visibilidad pura”, el destino aparece en la primera página de resultados para las principales combinaciones de búsqueda, pero el protagonismo de la marca propia (Alzira Turisme) queda diluido entre portales externos y el propio site corporativo del Ayuntamiento. Para búsquedas genéricas ligadas al turismo (“Alzira turismo”, “qué ver en Alzira”), los primeros resultados los ocupan el portal municipal alzira.es, tanto a través de la sección Turismo como de la página “Alzira, una ciudad para vivirla”, en portales institucionales supramunicipales, y plataformas privadas de viaje y reseñas (TripAdvisor y similares).

En relación con los productos tractores, la presencia en Google es elevada, pero fragmentada. El Paraje Natural Municipal de la Murta y la Casella, la Semana Santa o los principales recursos patrimoniales aparecen bien indexados a través de una combinación de páginas municipales, portales institucionales (autonómicos y estatales), Wikipedia, plataformas de reseñas y webs de senderismo. Esta dispersión aporta volumen de visibilidad, pero diluye el papel de la marca turística de Alzira y dificulta canalizar el tráfico hacia contenidos propios orientados a la planificación de la visita, la reserva de servicios o la puesta en valor del enfoque sostenible del destino.

El relato vinculado a Jaume I y a la condición de Alzira como escenario relevante en la biografía del monarca está presente en Google, pero principalmente a través de portales temáticos, rutas histórico-turísticas y contenidos enciclopédicos. La web municipal incorpora esta dimensión histórica, si bien aún no se dispone de una página eje específica, optimizada en términos de SEO, que articule de forma clara el binomio “Alzira–Jaume I” como elemento diferenciador de la oferta turística local. De cara al horizonte 2026, esta ausencia se convierte en una oportunidad para estructurar un clúster de contenidos digitales que conecte historia, recursos visitables, y eventos.

En síntesis, el destino tiene una presencia estable del dominio municipal para búsquedas de marca, refuerzo de visibilidad gracias a dominios institucionales y grandes plataformas. Por otro lado, la marca turística carece de capacidad para liderar las búsquedas genéricas, falta de landings específicas y optimizadas para productos clave, y dependencia de terceros en la construcción del relato en Google. Desde la óptica del nuevo Plan Estratégico, se identifican oportunidades claras: creación de una página principal de turismo orientada a las búsquedas más frecuentes (“visitar Alzira”, “qué ver en Alzira”), desarrollo de contenidos específicos sobre turismo sostenible y naturaleza, y diseño de una landing temática sobre Jaume I que consolide en Google el posicionamiento del municipio como destino cultural e históricamente singular, alineado con los principios de la Agenda 2030 y los ODS.

1.6.1 PÁGINA WEB TURÍSTICA

El portal web oficial del Ayuntamiento de Alzira, accesible desde el dominio alzira.es, es el único soporte web institucional que integra información turística del municipio.

Tras un análisis exhaustivo del sitio web y de sus contenidos, en el que se ha valorado tanto el nivel de actualización y la calidad visual como la capacidad del portal para reflejar de forma coherente y efectiva la identidad de marca turística del municipio, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- **Estética.** La web presenta una estética claramente institucional, sobria y orientada al servicio público, presidida por la imagen corporativa del Ayuntamiento (escudo y tipografía genérica). Predominan los bloques de texto y los listados, con un uso limitado de recursos visuales en las secciones turísticas, salvo algunos ejemplos concretos como la visita virtual del MUMA. En las secciones turísticas no se identifica la marca turística diferenciada, esto hace que la página cumpla su función informativa, pero no proyecta una imagen atractiva del destino ni refuerce visualmente un relato turístico vinculado al patrimonio, naturaleza o Jaume I.
- **Estructura.** La arquitectura de la web está pensada para la ciudadanía local: el turismo se integra dentro del menú “Servicios municipales > Museo, Patrimonio y Turismo”, lo que obliga al usuario a realizar varios pasos hasta localizar la información de interés turístico. No existe una página de entrada claramente identificable como “portal turístico” ni una estructura específica por productos o experiencias; las noticias de patrimonio y turismo se organizan en formato hemeroteca cronológica, más útil para consulta administrativa que para la planificación de una visita.
- **Contenido informativo.** Los contenidos son correctos desde el punto de vista descriptivo y patrimonial (museo, exposiciones, restauraciones, visitas guiadas, horarios de la Tourist Info, etc.), pero responden a un enfoque informativo clásico. No se trabaja apenas la segmentación de la demanda, la presentación de itinerarios recomendados ni las llamadas a la acción propias de una web turística. El relato sobre Jaume I, el patrimonio histórico y los parajes naturales aparece disperso entre fichas y noticias, sin una página eje que articule estos recursos como propuesta de valor integrada del destino.
- **Accesibilidad.** El portal está adaptado a dispositivos móviles (diseño *responsive*), aunque la experiencia sigue siendo la de un portal administrativo más que la de una web pensada para el visitante en movimiento. No se observan controles de contraste, accesos rápidos de

navegación o lectura fácil. Las tipografías y tamaños de letra son adecuados, aunque sin herramientas específicas para accesibilidad.

- **Idiomas.** El portal está disponible en castellano y valenciano, lo que garantiza la atención a la ciudadanía local y comarcal. Algunos recursos concretos, como la visita virtual del MUMA, incorporan además el inglés, lo que constituye una buena práctica. No obstante, el conjunto de la información turística no se presenta de forma sistemática en otros idiomas, por lo que la web no funciona todavía como una herramienta sólida de acogida y prescripción para mercados internacionales.
- **Redes Sociales:** No se ofrece acceso directo a las redes sociales turísticas del municipio, quedando la integración web-redes en un segundo plano. La conexión entre la web institucional y las redes sociales existe, pero no se explota como elemento de refuerzo de la marca turística ni como puerta de entrada a contenidos más dinámicos e inspiracionales.

En síntesis, el portal del Ayuntamiento cumple adecuadamente su función como web corporativa y soporte informativo básico, pero resulta insuficiente como plataforma de marketing turístico. Esta situación justifica, dentro del Plan Estratégico 2026–2028, el diseño y puesta en marcha de una web turística específica o microsite de destino, integrado con el portal municipal pero dotado de identidad propia, orientado a la experiencia del visitante, alineado con la Agenda 2030 y articulado en torno al relato histórico de Jaume I y al patrimonio natural y cultural de Alzira.

1.6.1 REDES SOCIALES

Tras el análisis de los perfiles de redes sociales turísticos de Alzira en Instagram (@alzira_turisme), Facebook (Alzira Turisme) y X (Twitter) (@AlziraTurismo) se concluye lo siguiente:

- Las **publicaciones** en las tres redes sociales (mismo contenido) están enfocadas a la promoción de los recursos del municipio, algún evento, y noticias urgentes (cambio de fecha o cancelación de evento, cierre de espacios). Hay una falta de segmentación temática visible.
- **Calidad** de texto e imágenes. La calidad de fotografías y creatividades es aceptable, pero sin seguir gama cromática homogénea.

- **Frecuencia** de publicación. Se realizan entre 3-4 posts semanales. La publicación de reels o vídeos es ocasional, y no se utilizan con regularidad herramientas como stories, encuestas o publicaciones interactivas.
- **Engagement.** El contenido genera más consumo pasivo que interacción. No siempre se ve un llamado claro a la acción (por ejemplo “visita/haz reserva”, “descarga ruta”) vinculado directamente al destino turístico.

Características de los perfiles turísticos en RRSS de Alzira

Imagen	Calidad	Contenido	Actualización	Comunidad e interacciones
INSTAGRAM (@alzira_turisme)				
El icono del perfil corresponde al logotipo turístico.	Las imágenes son carteles de eventos o fotos de paisajes/ciudad y reels. No utilizan la paleta de colores de la marca turística. Imágenes heterogéneas y, en algunas ocasiones, poco cuidadas. Calidad mejorable.	Frecuencia de publicación buena (3/4 por semana), aunque hay largos períodos donde no se publicó nada (2021 – 2023). Copies sencillos, poco atractivos, en castellano o valenciano. Uso de hashtags propios como #AlziraTurisme.	OK	2.009 seguidores y 236 publicaciones. Las publicaciones suelen recibir comentarios, y los me gusta suelen ser escasos, salvo alguna publicación de mayor interés. Las publicaciones relacionadas con cultura, naturaleza y cicloturismo suelen obtener mejores datos.
FACEBOOK (Alzira Turisme)				
El icono del perfil corresponde al logotipo turístico. Encabezado: Imagen de la oficina de turismo	Las imágenes son carteles de eventos o fotos de paisajes/ciudad y reels. No utilizan la paleta de colores de la marca turística. Imagen de carteles de entidades externas heterogénea y, en algunas ocasiones, poco cuidada. imágenes y vídeos de calidad mejorable.	Publicaciones similares a las de Instagram. Copies sencillos. Redacción en valenciano. Uso de hashtags propios como #AlziraTurisme.	Desactualizado	3.700 seguidores. No se publica nada desde abril de 2021. No tiene apenas likes, y ningún comentario en las publicaciones.
X (@AlziraTurismo)				
El icono del perfil corresponde al logotipo turístico. Encabezado: diseño con elementos emblemáticos de Alzira, con el hashtag #descobreixAlzira	Las imágenes son carteles de eventos o fotos de paisajes/ciudad y reels. No utilizan la paleta de colores de la marca turística. Imagen de carteles de entidades externas heterogénea y, en algunas ocasiones, poco cuidada. imágenes y vídeos de calidad mejorable.	Publicaciones muy parecidas a las realizadas en Instagram y Facebook. Uso de hashtags propios como #AlziraTurisme.	Desactualizado	1.092 seguidores. No se publica nada desde abril de 2021. No tiene apenas likes, y ningún comentario en las publicaciones.

1.6.1 PRESENCIA EN PORTALES TURÍSTICOS INSTITUCIONALES

La visibilidad estratégica de un destino turístico se consolida, en gran medida, a través de su presencia en las plataformas digitales de las instituciones públicas competentes. Este apartado explora la proyección de Alzira en los portales de promoción turística de la **Diputación de Valencia** y la **Generalitat Valenciana**, analizando cómo estas plataformas institucionales, con su amplio alcance y reconocida autoridad, configuran la imagen del destino ante potenciales visitantes.

Estos portales representan canales privilegiados de difusión turística, no solo por su función como fuentes de información oficial para viajeros y profesionales del sector, sino también por su influencia en el posicionamiento digital del destino. Su elevada autoridad en motores de búsqueda los convierte en actores clave para la visibilidad online, al tiempo que reflejan el grado de coordinación entre las estrategias locales y las políticas turísticas de ámbito territorial superior.

- La web de promoción turística provincial de la **Diputación de Valencia** (www.turisme.dival.es) dedica en su menú principal, un espacio los destinos turísticos, donde Alzira se lista dentro de la comarca de la Ribera Alta. También se menciona en un apartado específico titulado “La Vila de Alzira y su patrimonio” en la sección “Lugares de interés – Monumentos”, y una página de información turística “Tourist Info Alzira” con datos de oficina de turismo de Alzira. En cuanto a sus perfiles de redes sociales, en muy pocas ocasiones se han dedicado publicaciones al destino.
- En el portal web de promoción turística regional de la **Comunitat Valenciana** (www.comunitatvalenciana.com), Alzira aparece en varios apartados (destinos, oficinas de turismo, rutas/naturaleza/senderismo, festividades/Semana Santa/Otras tradiciones, patrimonio cultural/museo, empresas/turismo activo, eventos). Por tanto, se puede ver que aparece más información sobre Alzira en la web regional que en la web provincial.
- El portal web de la **Mancomunidad de la Ribera Alta** (MANRA), no tiene ningún apartado específico para la promoción del turismo. Alzira aparece en apartados de noticias o de patrimonio digital que tienen vocación turística.
- El portal web de promoción turística **Riberaturisme**, la marca turística del **Consorcio de la Ribera** (Mancomunidad de la Ribera Alta y la Ribera Baixa): Alzira aparece en varios apartados, como información general del municipio, alojamientos, cultura (se menciona el MUMA), eventos (Alzira en Verd), oferta turística general (rutas, senderismo, naturaleza), una guía gastronómica

(Guía donde comer en Alzira de 10), y una guía de la ruta de los monasterios donde Alzira figura como parte de ella.

La presencia de Alzira en los portales turísticos institucionales mencionados presenta las siguientes debilidades:

- Escasa visibilidad y coherencia de marca: la información sobre Alzira aparece dispersa, sin una narrativa común ni un posicionamiento que refleje su papel como capital de la Ribera y destino patrimonial vinculado a Jaume I.
- Contenidos limitados, desactualizados y poco atractivos: las fichas en los portales institucionales ofrecen escasa información, sin actualización ni recursos visuales o interactivos que mejoren la experiencia del usuario.
- Falta de coordinación y actualización institucional: no existe una gestión conjunta entre Ayuntamiento, Mancomunidad y portales autonómicos, lo que genera incoherencias, duplicidades y una presencia digital débil en el destino.

1.6.1 PUBLICACIONES TURÍSTICAS

En el marco del presente Plan se ha llevado a cabo un análisis de las publicaciones turísticas editadas por Alzira, disponibles en su mayor parte para descarga en el apartado “Turismo” de la web oficial del Ayuntamiento.

No se ha encontrado ningún material promocional de sus recursos culturales más importantes, tampoco ninguno especializado en la figura de Jaume I.

Actualmente, el Ayuntamiento de Alzira ha publicado 5 materiales promocionales. Presentan un contenido incompleto e incoherente, sin mantener una estética homogénea que respete la imagen de marca del municipio. Por tanto, no se está contribuyendo a reforzar su identidad visual. También, se observa una clara desigualdad en cuanto a la disponibilidad de idiomas: mientras una de las publicaciones está editada en tres lenguas (castellano, valenciano e inglés), otras en castellano y valenciano, o solo en valenciano. Esta limitación reduce la accesibilidad de la información para visitantes internacionales y dificulta proyectar Alzira en mercados exteriores.

Junto a estas publicaciones municipales, dentro del mismo apartado se identifican tres documentos elaborados por el Consorcio de La Ribera. En términos generales, su calidad es adecuada, con imágenes correctas y textos comprensibles. No

obstante, la información sobre Alzira sigue siendo escasa, sin representar al completo todo lo que el municipio puede ofrecer turísticamente.

De este análisis se desprenden varias recomendaciones. En primer lugar, garantizar que todos los folletos municipales se editen, como mínimo, en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés), lo que aseguraría mayor coherencia y accesibilidad en la oferta informativa dirigida al visitante. En segundo lugar, conviene actualizar la mayoría de los materiales, ya que la Guía de Alzira general es del año 2009.

Por tanto, la renovación de estos materiales y la creación de nuevos no solo permitiría alinearlos con la estrategia de comunicación actual de los organismos turísticos superiores, sino también ofrecer una imagen más moderna, atractiva y competitiva del destino, acorde con el modelo estratégico que persigue el presente Plan.

Publicaciones de promoción turística de Alzira y del Consorcio de la Ribera			
Nombre	Tipo	Idiomas	Contenido
Guía Alzira	Guía	ES, VL	Guía turística general de Alzira.
Itinerarios por Alzira Naturaleza Viva	Folleto	ES	Rutas de senderismo.
Programació cultural Març – Abril – Maig 2025	Folleto	VL	Programa actividades culturales.
Senderismo La Casella	Folleto	ES, VL, EN	Rutas de senderismo por el valle de La Casella.
Senderismo La Murta	Folleto	ES, VL, EN	Rutas de senderismo por el Paraje Natural Municipal de La Murta.
Anell Verd Alzira	Dossier	VL	Documento explicativo del proyecto.
El jardín de los secretos – La Casona	Folleto	ES	Información sobre el Jardín Romántico de La Casona (La Murta): historia, cronología y vegetación que se puede encontrar.
Catàleg dels vertebrats d’Alzira	Catálogo	VL	Recopilación de todas las especies de vertebrados que se han encontrado en Alzira.
Catálogo de productos locales de la Ribera del Xúquer (Consortio de la Ribera)	Guía	ES, VL	Guía de productos de proximidad de la Ribera.
Guía Virtual de la Ribera del Xúquer (Consortio de la Ribera)	Guía	ES	Guía virtual para dar a conocer el ocio, turismo y cultura de los municipios de la Ribera del Xúquer.
Senderisme Ribera del Xúquer (Consortio de la Ribera)	Folleto	VL	Plano de las rutas senderistas de la Ribera del Xúquer.
Turismo activo Ribera del Xúquer (Consortio de la Ribera)	Guía	ES, VL	Guía de turismo activo de los municipios de la Ribera del Xúquer.

Plano Rutas BTT – Centre BTT La Ribera (Consortio de la Ribera)	Folleto	ES	Plano de las rutas BTT de los municipios de la Ribera del Xúquer.
--	---------	----	---

1.7 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Para determinar con precisión las posibilidades de crecimiento turístico de Alzira, y una vez realizado el análisis de sus recursos y oferta turística, es necesario ampliar el estudio incorporando la detección de tendencias del mercado turístico global. Este enfoque permitirá identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que influyen en el desarrollo del destino.

El objetivo es establecer el modelo turístico más adecuado para el municipio, definir los productos que pueden integrarse en su portfolio turístico y determinar los segmentos de demanda que el destino tiene capacidad de atraer.

El diagnóstico turístico de Alzira se ha elaborado con la participación activa de los principales agentes económicos y sociales del territorio, cuya visión ha sido clave para consensuar un modelo de desarrollo turístico. Tras un análisis inicial de recursos y oferta, se llevaron a cabo diversas dinámicas participativas, incluyendo visitas de campo, entrevistas presenciales y telefónicas a representantes públicos, y una mesa de trabajo con actores vinculados al sector servicios, ocio y turismo. Estas acciones permitieron identificar oportunidades, dificultades y proyectos clave para el futuro del destino.

Para asegurar una visión integral y realista, se han elaborado DAFO específicos en torno a cuatro ámbitos estratégicos: territorio, oferta y comercialización, demanda turística y política institucional. Estos análisis sirven como base técnica para orientar las decisiones del Plan y priorizar las líneas de actuación más coherentes con los retos y potencialidades del destino.

Participación de agentes socioeconómicos Alzira en el Plan Estratégico de Turismo

Entrevistas con agentes públicos

(noviembre 2025)

Entidades públicas:

Consorcio de La Ribera del Xúquer

Ayuntamiento de Alzira:

Técnico de Turismo de la Oficina de Turismo

Personal del Museo Municipal de Alzira (MUMA)

Concejalía de Cultura, Innovación y Buen Gobierno

Concejalía de Desarrollo Económico, Ocupación,
Comercio, Seguridad y Fiestas

Concejalía de Patrimonio Histórico, Turismo, Memoria
Democrática y Comunicación

Mesa de trabajo con agentes socioeconómicos

(4 de diciembre 2025)

Asociación empresarial de Alzira: 4

Asociación Medioambiental Murta y Casella: 2

Junta de Hermandades y Cofradías Semana Santa: 3

Junta Local Fallera de Alzira: 2

Federación de Comparses y Filaes de Alzira: 2

Junta de Barrios y Partidas de Alzira: 1

Alojamiento: 2

Fútbol Sala Alzira: 2

Diagnóstico de los aspectos socioeconómicos y territoriales

El diagnóstico socioeconómico y territorial de Alzira pone de manifiesto un municipio bien posicionado en el eje litoral–interior de la provincia de València, con una accesibilidad viaria y ferroviaria que refuerza su papel como capital comarcal de la Ribera Alta. La combinación de ciudad, huerta y espacios de montaña, estructurados en torno al río Xúquer, configura una base territorial sólida para impulsar un modelo de desarrollo turístico coherente con los principios de sostenibilidad. Esta estructura se acompaña de una economía relativamente diversificada, un importante tejido asociativo y una identidad cultural marcada, entre otros elementos, por el legado de Jaume I, lo que refuerza el potencial de la ciudad como destino de referencia en el ámbito comarcal.

Al mismo tiempo, se identifican condicionantes que deben ser gestionados con cautela: la presión urbanística sobre los bordes entre ciudad y huerta, la elevada vulnerabilidad frente a inundaciones y fenómenos climáticos extremos, el envejecimiento demográfico y el peso todavía limitado del turismo como motor económico local. Estos factores, junto con la competencia de otros destinos de interior más consolidados y el riesgo de pérdida de identidad frente al área metropolitana de València, obligan a plantear una planificación coordinada que integre la conservación del territorio, la gestión sostenible de los recursos y la diversificación económica.

En este contexto, el territorio ofrece oportunidades claras para estructurar un modelo de turismo sostenible apoyado en tres grandes ejes: naturaleza, cultura y agroalimentación. La revalorización del producto agrario, el impulso de itinerarios cicloturísticos y la integración de Alzira en redes comarcales y entidades supramunicipales —como la Mancomunidad de la Ribera Alta y el Consorcio de la Ribera—, junto con el acceso a fondos europeos y autonómicos, proporcionan un marco favorable para consolidar un turismo de proximidad que refuerce la identidad local y mejore la calidad de vida de la población residente.

DAFO Socioeconómico y territorial	
Fortalezas	Debilidades
<p>Posición y conectividad: Ubicación estratégica en el eje litoral-interior, con excelente conectividad viaria (A-7, CV-50) y ferroviaria (línea C-2). Integración metropolitana con València y buena accesibilidad comarcal y costera.</p> <p>Estructura urbana y territorio: Modelo urbano compacto y equilibrado entre ciudad, huerta y montaña. Territorio coherente y diverso, con infraestructura verde consolidada y alto valor paisajístico.</p> <p>Funcionalidad comarcal: Capital comarcal con servicios compartidos y flujos diarios laborales, comerciales y educativos que refuerzan su centralidad y cohesión territorial.</p> <p>Dimensión socioeconómica: Ciudad intermedia con base económica diversificada y tejido asociativo denso. Mercado laboral estable en servicios y comercio, y nivel formativo adecuado.</p> <p>Identidad histórica y cultural: Escenario histórico de referencia del Reino de València, vinculado a Jaume I. Legado patrimonial y simbólico vivo en la planificación y la identidad local.</p>	<p>Posición y conectividad: Accesibilidad interna limitada: carencia de transporte público regular y baja conexión entre nodos turísticos y barrios periféricos. Aparcamientos insuficientes en La Vila y en los parajes de la Murta y la Casella.</p> <p>Estructura urbana y territorio: Pérdida de continuidad entre ciudad y huerta, con afecciones paisajísticas en bordes urbano-agrarios. Necesidad de mejorar la coordinación entre planificación urbana, ambiental y turística.</p> <p>Funcionalidad comarcal: Conectividad interna mejorable entre barrios y casco histórico, lo que reduce la fluidez de la movilidad local y turística.</p> <p>Dimensión socioeconómica: Estructura demográfica envejecida, con retos de relevo generacional. El turismo no se percibe aún como motor económico local, limitando la especialización comercial y de servicios.</p> <p>Gestión patrimonial y turística: Los recursos históricos y naturales requieren políticas de conservación y gestión para su conversión en productos estructurados.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Posición y conectividad: Integración en redes comarcales de senderismo y cicloturismo que favorecen la movilidad turística sostenible y la conexión con municipios vecinos.</p> <p>Estructura urbana y territorio: Características territoriales idóneas para consolidar un modelo de turismo articulado en tres ejes: naturaleza (Murta y Casella, paisajes del agua), cultura (legado medieval, Jaume I, MUMA) y agroalimentación (huerta y gastronomía local).</p> <p>Funcionalidad comarcal: Pertenencia a la Mancomunidad de la Ribera Alta y al Consorcio, que facilita la cogestión de proyectos turísticos y la cooperación territorial.</p> <p>Dimensión socioeconómica: Acceso a fondos europeos y autonómicos para impulsar actuaciones de sostenibilidad, movilidad y desarrollo económico local.</p> <p>Identidad y producción local: Productos agrarios con alto valor identitario y paisajístico, con potencial para el desarrollo de experiencias de turismo rural, gastronómico y agroalimentario.</p>	<p>Posición y conectividad: Pérdida progresiva de identidad territorial frente al área metropolitana de València, con riesgo de difundir su singularidad como capital comarcal.</p> <p>Estructura urbana y territorio: Riesgo de inundabilidad del Júcar en sectores bajos y zonas de transición hacia la huerta. Presión urbanística en bordes ciudad-huerta y erosión en la Casella derivada de urbanizaciones dispersas o usos recreativos no regulados.</p> <p>Funcionalidad comarcal: Condicionantes territoriales que limitan el planeamiento urbano y la localización de nuevos desarrollos, reduciendo la competitividad comarcal.</p> <p>Dimensión socioeconómica: Competencia creciente de otros destinos de interior con mayor estructuración turística e infraestructuras más consolidadas.</p> <p>Medio ambiente y clima: Alta vulnerabilidad ante el cambio climático: riesgo de sequías, pérdida de biodiversidad y reducción de caudales hídricos.</p>

Diagnóstico del equipamiento y de la oferta turística

El análisis de las infraestructuras, equipamientos y oferta turística de Alzira permite identificar los principales factores que condicionan la capacidad del municipio para consolidarse como destino competitivo y sostenible. Alzira dispone de una red de infraestructuras básicas bien desarrollada y una excelente conectividad viaria y ferroviaria que garantizan su accesibilidad desde el área metropolitana de València y el conjunto de la Ribera Alta. A esta base se suma una amplia dotación de equipamientos culturales, deportivos y de servicios, que contribuyen a mantener una vida urbana activa durante todo el año.

El municipio cuenta, además, con un valioso patrimonio histórico, natural y agroalimentario, una gastronomía arraigada en el producto local y un tejido empresarial consolidado en restauración y alojamiento. Sin embargo, persisten debilidades estructurales que limitan la articulación de una oferta turística coherente: la escasez de plazas alojativas, la ausencia de transporte público interno que conecte los principales recursos y la falta de integración funcional entre la oferta cultural, natural y gastronómica.

Asimismo, se detecta una insuficiente presencia de servicios turísticos singulares que diferencien Alzira de otros destinos del interior valenciano, así como una oferta de restauración que no refleja plenamente la identidad gastronómica local. La figura de Jaume I, uno de los principales valores simbólicos del municipio, todavía no se ha incorporado de forma activa a la creación de productos o experiencias turísticas.

Frente a estos retos, el contexto actual ofrece oportunidades significativas: la disponibilidad de fondos europeos y autonómicos para la modernización y digitalización del destino, la cooperación territorial con la Mancomunidad de la Ribera Alta y el Consorcio de la Ribera, y la posibilidad de estructurar un modelo de turismo sostenible apoyado en tres ejes —naturaleza, cultura y gastronomía— que refuerce la identidad territorial y la competitividad del municipio.

DAFO Infraestructuras, equipamientos y oferta turística	
Fortalezas	Debilidades
<p>Infraestructuras y accesibilidad turística: Excelente conectividad externa por A-7, CV-50 y línea C-2 de Cercanías, con accesos rápidos desde València y municipios comarcales. Buen nivel de infraestructuras básicas y red viaria consolidada.</p> <p>Equipamientos culturales y deportivos: Amplia dotación de espacios culturales (MUMA, Casa de la Cultura, Gran Teatre) y deportivos (Palau d’Esports, Ciudad Deportiva “Aspar”), capaces de acoger eventos durante todo el año.</p> <p>Recursos patrimoniales y naturales: Patrimonio histórico-artístico y natural de alto valor (La Vila, Monasterio de la Murta, Ullals del Riu Verd, Anell Verd) con más de 130 km de rutas homologadas que conectan ciudad, huerta y montaña.</p> <p>Oferta gastronómica y agroalimentaria: Tradición culinaria consolidada, basada en productos locales de calidad (cítricos, kaki DOP Ribera del Xúquer, miel, aceite) y una gastronomía representativa del territorio.</p> <p>Oferta empresarial turística: Existencia de empresas turísticas con participación activa en programas de calidad y certificación turística (SICTED).</p> <p>Capacidad institucional y asociativa: Red estable de entidades culturales y festivas con capacidad organizativa, y planificación municipal alineada con la Agenda Urbana 2030 y los ODS.</p>	<p>Infraestructuras y accesibilidad turística: Señalización y accesos mejorables; capacidad limitada de aparcamiento en la Murta y la Casella y accesos sinuosos por la CV-570.</p> <p>Equipamientos culturales y patrimoniales: Algunos edificios presentan limitaciones de accesibilidad, uso irregular o escasa adaptación a la actividad turística (Casa Reial, fábricas históricas, conventos).</p> <p>Gestión y promoción: Coordinación institucional limitada y baja presencia digital en portales autonómicos y provinciales. Promoción fragmentada y sin estrategia de comunicación unificada.</p> <p>Oferta empresarial turística: Escasez de oferta alojativa reglada y de servicios turísticos complementarios singulares que contribuyan a diferenciar el municipio. La oferta de restauración carece de una especialización que ponga en valor la gastronomía local y los productos de la huerta. Falta de productos integrados que conecten coherentemente los recursos naturales, culturales y gastronómicos del conjunto del territorio. La figura de Jaume I no se utiliza actualmente como eje de servicios turísticos experienciales ni como elemento tractor de identidad en la oferta comercial.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Estructuración de producto turístico: Potencial para consolidar una oferta integrada basada en los tres ejes complementarios del destino: naturaleza, cultura y gastronomía.</p> <p>Financiación y apoyo institucional: Acceso a fondos europeos, autonómicos y provinciales orientados a modernización de infraestructuras, digitalización y sostenibilidad.</p> <p>Eventos y calendario festivo: Fallas y Semana Santa de Interés Turístico Nacional como anclajes para la creación de productos experienciales y de desestacionalización.</p> <p>Cooperación territorial: Pertenencia a la Mancomunidad de la Ribera Alta y al Consorcio de la Ribera, que facilita la gestión de proyectos turísticos.</p> <p>Oferta empresarial turística: Oportunidad de consolidar un tejido empresarial turístico especializado mediante clubes de producto, formación y sinergias entre hostelería, comercio y turismo activo.</p>	<p>Competencia territorial: Destinos del entorno con mayor infraestructura turística y posicionamiento digital (Cullera, Xàtiva, Sueca, Gandia).</p> <p>Presión sobre recursos y mantenimiento: Riesgo de sobrecarga en los parajes naturales y degradación de senderos por falta de regulación y mantenimiento continuo.</p> <p>Déficit de profesionalización: Carencia de formación especializada en turismo experiencial, marketing digital y atención multilingüe.</p> <p>Dependencia de la demanda de proximidad: Predominio del excursionismo de corta estancia con bajo gasto medio y limitada captación de mercados externos.</p> <p>Limitaciones presupuestarias y de gestión: Recursos municipales ajustados para el mantenimiento y actualización de equipamientos culturales, naturales y turísticos.</p>

Diagnóstico de la demanda turística

El análisis de la demanda turística de Alzira pone de manifiesto un modelo de afluencia caracterizado por la proximidad geográfica, la multifuncionalidad de los

desplazamientos y la escasa consolidación del turismo de pernoctación. La mayoría de las visitas proceden del área metropolitana de València y de municipios cercanos de la Ribera Alta, motivadas tanto por razones turísticas —culturales, gastronómicas o de naturaleza— como por actividades comerciales, laborales, educativas o de servicios, que refuerzan el papel de Alzira como capital comarcal.

El visitante tipo se asocia mayoritariamente al excursionismo de un día, con estancias cortas y gasto medio moderado, condicionado por la limitada oferta de alojamiento y la falta de productos integrados que conecten los distintos recursos del territorio. La demanda muestra interés por el patrimonio histórico, la gastronomía local y las festividades tradicionales, destacando las Fallas y la Semana Santa de Interés Turístico Nacional como principales momentos de atracción.

La ausencia de un sistema de observación turística propio dificulta, sin embargo, la disponibilidad de información precisa sobre los perfiles, la procedencia y el comportamiento del visitante. Este déficit estadístico limita la planificación estratégica y la toma de decisiones orientadas a la segmentación y fidelización de los distintos públicos.

A pesar de estas carencias, las tendencias actuales del mercado presentan un escenario favorable para Alzira: el crecimiento del turismo de interior, del cicloturismo y de las experiencias activas y sostenibles, unido a la mejora del transporte y la digitalización, ofrecen una oportunidad para captar nuevos segmentos. La integración de la gestión turística en el marco del Destino Turístico Inteligente de la Comunitat Valenciana (DTI-CV) permitirá, además, fortalecer la recogida y análisis de datos, consolidando una gobernanza basada en información y resultados.

El reto principal consiste en transformar los flujos de movilidad cotidiana y los visitantes de proximidad en una demanda turística más estructurada, capaz de generar estancias más largas, mayor gasto en destino y una relación sostenible entre turismo, territorio y ciudadanía.

DAFO Demanda turística	
Fortalezas	Debilidades
<p>Perfil de visitante y proximidad geográfica: Predominio de visitantes de proximidad procedentes del área metropolitana de València y del conjunto de la Ribera Alta, lo que favorece una afluencia constante y accesible al destino.</p> <p>Motivaciones diversificadas: Demanda vinculada a motivos culturales, de naturaleza, gastronómicos y festivos —con especial relevancia de las Fallas y la Semana Santa de Interés Turístico Nacional—, que contribuye a la desestacionalización parcial.</p> <p>Flujos funcionales y movilidad comarcal: Parte significativa de la afluencia responde a desplazamientos por motivos laborales, comerciales, formativos o de servicios, lo que refuerza el papel de Alzira como capital funcional de la comarca, aunque no siempre con finalidad turística.</p> <p>Oferta de actividades locales: El calendario cultural y festivo, junto con la programación de eventos cívicos y deportivos, genera desplazamientos recurrentes desde municipios cercanos y contribuye a la vitalidad urbana.</p>	<p>Datos e inteligencia turística: Ausencia de un sistema de observación turística municipal o comarcal que permita registrar el volumen, perfil y comportamiento de los visitantes. Dependencia de estadísticas provincial o autonómico.</p> <p>Estacionalidad y corta estancia: Predominio del excursionismo de un solo día o de corta duración, con baja pernoctación y gasto medio limitado.</p> <p>Escasa segmentación de mercados: Falta de diversificación en los públicos objetivo (senior, familiar, educativo, deportivo, internacional), lo que limita el desarrollo de estrategias de captación.</p> <p>Falta de oferta estructurada: Escasez de productos y experiencias integradas que incentiven la prolongación de la estancia y conecten los recursos.</p> <p>Poca visibilidad del destino: Baja notoriedad de marca y presencia digital limitada, con escasas campañas de promoción dirigidas al público final.</p> <p>Dependencia del visitante local: Alta concentración de la demanda en el visitante de proximidad, con limitada atracción de flujos nacionales o internacionales.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Tendencias del mercado: Crecimiento del turismo de interior, de naturaleza y gastronómico, con preferencia por destinos auténticos, sostenibles y accesibles desde grandes núcleos urbanos. Incremento del cicloturismo y el turismo activo.</p> <p>Proximidad al área metropolitana de València: captar excursionismo y escapadas cortas mediante una oferta complementaria a la de los destinos de costa.</p> <p>Turismo educativo y cultural: Potencial para atraer escolares, asociaciones y senior a través de programas vinculados a Jaume I y al patrimonio histórico de la Vila.</p> <p>Eventos y calendario festivo: Oportunidad de reforzar la proyección turística de festividades, ferias y actividades culturales mediante su conexión con la restauración, el comercio y la oferta de ocio local.</p> <p>Digitalización del destino: Incremento potencial de la visibilidad y comercialización a través del marketing digital, RRSS y plataformas de experiencias turísticas.</p>	<p>Competencia regional y de marca: Competencia de otros destinos del interior con mayor consolidación de producto o reconocimiento de marca (Xàtiva, Bocarrent, Requena, Cullera).</p> <p>Cambios en los patrones de consumo: Mayor exigencia del visitante en sostenibilidad, digitalización y calidad de la experiencia.</p> <p>Limitaciones estructurales del destino: Insuficiencia de plazas de alojamiento y de servicios turísticos organizados, que restringe el crecimiento de la demanda de pernoctación.</p> <p>Vulnerabilidad a factores externos: Exposición a crisis económicas, climáticas o sanitarias que afectan directamente a los desplazamientos.</p> <p>Impactos del cambio climático: Fenómenos meteorológicos adversos que pueden alterar la estacionalidad y afectar las actividades al aire libre.</p> <p>Promoción discontinua: Acciones promocionales puntuales y falta de una estrategia comunicativa sostenida que consolide la imagen de Alzira como destino singular de interior.</p>

Diagnóstico de la gobernanza turística

El presente DAFO permite valorar la madurez institucional del municipio como motor de desarrollo turístico, identificar las áreas de mejora en la gestión pública y

establecer las oportunidades de fortalecimiento de la gobernanza y la corresponsabilidad social.

Alzira ha desarrollado una base sólida con un marco municipal y supramunicipal activo, con la Agenda Urbana 2030, el Plan Estratégico Local de Alzira 2020, el Plan General de Ordenación Urbana, entre otros. Todos estos documentos de planificación, junto a la coordinación de interáreas dentro del Ayuntamiento, y la existencia de una estructura supramunicipal activa, han ayudado cimentar el desarrollo turístico en el municipio.

No obstante, persisten retos vinculados a la limitada capacidad operativa del área de turismo del Ayuntamiento, la carencia de un órgano formal transversal de coordinación turística, y la débil relación público – privada a la hora de poner en marcha iniciativas en turismo. Cabe mencionar el peso de Valencia y municipios del litoral como Cullera y Sueca, que son competencia directa y pueden concentrar más visibilidad si Alzira no refuerza su relato identitario.

También, la falta de un observatorio de turismo supone una limitación a la hora de la creación, desarrollo y ejecución de iniciativas, ya que, al no obtener datos del flujo turístico de Alzira, no se pueden tomar decisiones adecuadas al perfil del turista.

Frente a estos retos, Alzira posee oportunidades que debe de aprovechar: inclusión en la Red DTI – CV, y la activación del año Jaume I (2026) como vector de gobernanza y de relato para su posicionamiento turístico.

Este diagnóstico orienta decisiones inmediatas: constituir órganos estables, acordar un observatorio de datos, y articular un programa comarcal de Jaume I que refuerce identidad y sostenibilidad cultural. Con ello, la gobernanza pasa de la buena intención a la ejecución medible.

DAFO Gobernanza turística	
Fortalezas	Debilidades
<p>Estructura municipal operativa y alineada con sostenibilidad y ODS: El área de Turismo funciona integrada con Patrimonio, Memoria Democrática y Comunicación, lo que facilita enfoques transversales (Agenda Urbana 2030, PACES, EDUSI).</p> <p>Coordinación interáreas: Aunque sin órgano formal, existe cooperación interna (cultura, patrimonio, medio natural, fiestas, comercio o comunicación).</p> <p>Estructura supramunicipal activa: El Consorcio de la Ribera (Riberaturisme) impulsa planificación y promoción conjunta de las mancomunidades Ribera Alta y Ribera Baixa, bajo la marca “La Ribera del Xúquer”.</p> <p>Adhesión a redes y programas autonómicos: Tourist Info, SICTED, programas de formación, aportan metodologías, estándares de calidad y acompañamiento.</p> <p>Reconocimiento político de Jaume I y del patrimonio histórico como ejes de identidad: Favorece un relato de destino compartido entre distintas áreas municipales.</p>	<p>Falta de datos turísticos: Alzira no dispone actualmente de un observatorio turístico local que permita recopilar y analizar datos sistemáticos sobre las características de sus visitantes.</p> <p>Déficit de gobernanza local formal: No cuentan con un órgano formal de coordinación turística, que articule la participación público – privada.</p> <p>Capacidad operativa limitada: Equipo reducido (1 informador + apoyos puntuales) y dependencia de agendas de otras áreas para la ejecución.</p> <p>Integración todavía limitada de la perspectiva turística en otras políticas municipales (urbanismo, movilidad, medio ambiente, comercio, juventud, etc.).</p> <p>Dependencia de la iniciativa individual de determinados técnicos y cargos públicos, sin protocolos claros que garanticen continuidad ante cambios políticos.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Año Jaume I (2026) como palanca de gobernanza multinivel: Posibilita crear un programa comarcal de rutas, eventos y musealización (Casa Reial) con gobernanza compartida (Ayto-Consorcio-Mancomunitat), reforzando identidad y sostenibilidad cultural.</p> <p>Posibilidad de crear un Consejo o CTI de Turismo que estructure la participación del sector privado, entidades sociales y ciudadanía en la toma de decisiones.</p> <p>Marco DTI-CV y calidad: Inclusión la Red DTI-CV para profesionalizar la gestión, incorporar sistemas de inteligencia turística y mejorar la coordinación.</p> <p>Profesionalización: Creación del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Alzira 25 – 28.</p> <p>Potencial para articular acuerdos estables con el tejido empresarial y asociativo (comercio, hostelería, cultura, deporte, educación) en torno a proyectos concretos.</p> <p>Disponibilidad de programas y ayudas (Next Generation EU, PSTD, DTI-CV, Diputación, Turisme CV) que permiten financiar estructuras de gestión, formación y proyectos piloto.</p>	<p>Solapamientos institucionales y ciclos políticos: Cambios de mandato o prioridades pueden ralentizar órganos, proyectos supramunicipales y la ejecución del PET si no se formalizan convenios y calendarios.</p> <p>Riesgos operativos en espacios naturales: Sin gobernanza clara de capacidad de carga/aforos, la presión de visitantes de Murta-Casella y ribera del Xúquer puede generar conflictos ambientales y de imagen.</p> <p>Pérdida de visibilidad por competencia de destinos tractor: Valencia ciudad y el litoral (Cullera y Sueca) capturan la demanda y la atención institucional, dejando a Alzira con menor peso en agendas y portales si no se diferencia con relato propio.</p> <p>Desigual nivel de profesionalización y de recursos entre las empresas turísticas y comerciales, que puede dificultar la implementación de acuerdos comunes.</p> <p>Impactos externos: Crisis económicas, climáticas o sanitarias, que obliguen a reorientar recursos municipales hacia otras prioridades y reduzcan la capacidad de gestión turística.</p>

Diagnóstico de la política de comunicación y comercialización turística

La comunicación y la comercialización turística de Alzira se sitúan en un punto de partida sólido, pero claramente mejorable. Existen canales en funcionamiento (redes sociales, presencia en portales institucionales, materiales impresos, Tourist Info integrada en redes de calidad) que aseguran una visibilidad mínima y permiten transmitir un discurso alineado con la sostenibilidad y los ODS. No obstante, la falta de una web turística específica, la identidad de destino poco definida, el aprovechamiento aún incipiente de la figura de Jaume I y la existencia de materiales desactualizados limitan la capacidad del municipio para posicionarse y competir en un entorno digital cada vez más exigente.

El contexto ofrece, al mismo tiempo, una ventana de oportunidad. La conmemoración del Año Jaume I 2026, el crecimiento del turismo de interior sostenible y la disponibilidad de programas de apoyo a la digitalización y a la promoción permiten dar un salto cualitativo hacia un modelo más estratégico y orientado a resultados. Este análisis pone de relieve la necesidad de ordenar la imagen de Alzira, reforzar su relato distintivo y profesionalizar el uso de las herramientas de marketing y comercialización, para que la comunicación turística se convierta en un instrumento efectivo al servicio del desarrollo local y de la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

A continuación, se presenta un DAFO que resume los principales factores a considerar para reforzar la competitividad comunicativa del destino y avanzar hacia un modelo de marketing turístico profesional, coherente y diferenciado.

DAFO Comunicación y comercialización turística	
Fortalezas	Debilidades
<p>Materiales impresos y digitales de apoyo ya existentes: Folletos específicos de la Murta, Casella, Anell Verd, senderismo y naturaleza. Algunos de ellos en tres idiomas (ES/VL/EN), que facilitan la atención al visitante y la difusión básica de recursos clave mientras se renueva la colección de publicaciones.</p> <p>Canal propio en redes sociales activo (Instagram): Perfil activo (@alzira_turisme) con 3 – 4 publicaciones semanales, uso de hashtag propio #AlziraTurisme y combinación de fotografías, carteles y reels. Supone una base ya creada sobre la que profesionalizar la estrategia</p> <p>Presencia en plataformas institucionales de alto alcance: Diputación de Valencia, Comunitat Valenciana y Riberaturisme. Asegura visibilidad básica en búsquedas turísticas generales, aunque sea mejorable en profundidad y coherencia.</p> <p>Participación en ferias turísticas (FITUR, Fira de Tots Sants, Fira de les Comarques), lo que amplía el alcance de promoción municipal.</p> <p>Tourist Info integrada en la red autonómica: Está certificada en calidad SICTED y actúa como nodo estable de información y como apoyo a la gestión de la promoción turística local.</p>	<p>Ausencia de web turística: La información turística se apoya en el portal corporativo del Ayuntamiento, sin estructura clara de itinerarios, llamadas a la acción ni lógica de comercialización propia de un sitio turístico.</p> <p>Marca e identidad turística poco definida: no existe una marca de destino consolidada que articule un relato claro sobre “qué es” Alzira como destino, su vínculo con Jaume I y su diferencial respecto a otros municipios de interior; la presencia visual es heterogénea y fragmentada.</p> <p>Publicaciones digitales y material promocional desactualizados y poco homogéneo: Contenidos incompletos, estética no unificada y coberturas idiomáticas desiguales.</p> <p>Presencia digital dispersa y sin relato unificado: Contenidos desiguales y desactualizados en los diferentes portales (provincial, regional, comarcal y municipal).</p> <p>Visibilidad limitada de la gastronomía y el producto local como elemento tractor de la promoción turística.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Año Jaume I 2026: ventana de programación de alto impacto para construir campañas, productos turísticos y relato diferenciador con proyección supramunicipal.</p> <p>Tendencia al turismo sostenible y de proximidad: Favorece a destinos de interior vinculados a naturaleza, cultura y ODS.</p> <p>Posibilidad de reforzar el marketing digital: Creación de una nueva web turística o microsite.</p> <p>Posibilidad de generar alianzas con operadores y marketplaces y operadores especializados para mejorar la comercialización de experiencias.</p> <p>Sinergias comarcales: Trabajos con Ribera Alta y el Consorcio de la Ribera en campañas y productos compartidos.</p> <p>Fondos y programas de apoyo a la promoción sostenible: disponibilidad de recursos europeos, autonómicos y provinciales para digitalización, sostenibilidad y profesionalización del marketing turístico (adhesión a la Red DTI-CV).</p>	<p>Competencia de destinos cercanos con estrategias de marketing más consolidadas y mayor inversión promocional.</p> <p>Riesgo de saturación y pérdida de reputación en espacios sensibles: una promoción intensiva de parajes como la Murta, la Casella o la ribera del Xúquer sin una gestión adecuada de la capacidad de carga puede derivar en saturación, conflictos de uso y comentarios negativos en redes y plataformas de reseñas.</p> <p>Limitaciones presupuestarias y de recursos humanos: Puede comprometer a la continuidad y la calidad de las campañas</p> <p>Impactos externos: Vulnerabilidad de la imagen del destino (incendios forestales, sequías, restricciones de uso en parajes).</p> <p>Saturación comunicativa en el entorno digital: la creciente cantidad de contenidos turísticos en redes y plataformas obliga a elevar el nivel creativo y técnico de la comunicación.</p>

Diagnóstico global de Alzira como destino turístico

Por último, se presenta un DAFO integral del destino de Alzira, que permite sintetizar los principales factores que condicionan hoy su desarrollo turístico y que sirven de punto de partida para el Plan Estratégico de Turismo 2026-2028. A partir del diagnóstico territorial, socioeconómico, de oferta y de gobernanza, se ha elaborado un marco que combina los elementos internos del municipio con las dinámicas externas del entorno, con el fin de orientar la toma de decisiones y la priorización de líneas de actuación.

En el ámbito interno, destacan activos claros: el papel de Alzira como capital comarcal bien conectada con València, la fuerza de su identidad histórica vinculada a Jaume I y a la Vila medieval, la presencia de paisajes de alto valor (Xúquer, huerta, Murta y Casella), un tejido asociativo muy vivo y un servicio turístico ya en funcionamiento. Al mismo tiempo, se evidencian limitaciones que frenan el despliegue del modelo deseado, como las dificultades de accesibilidad hacia el casco histórico y los parajes, la baja estructuración de la oferta en productos concretos, la escasa capacidad de alojamiento, la falta de un relato de marca consolidado y una gobernanza turística todavía poco desarrollada.

El contexto actual ofrece, por otro lado, una serie de vectores favorables: el auge del turismo de interior y de experiencias ligadas a la naturaleza y la gastronomía sostenible, la disponibilidad de programas de financiación, la proximidad al área metropolitana y al litoral, y la oportunidad que representa el Año Jaume I 2026 para reforzar el relato histórico del municipio. Junto a ello, se identifican condicionantes externos como la competencia de otros destinos consolidados, los riesgos ambientales y la saturación del entorno digital. Este marco de análisis permite disponer de una visión clara y operativa de la posición de Alzira como destino y ayuda a definir una hoja de ruta que ponga en valor su singularidad —especialmente el vínculo con Jaume I y el paisaje de la Ribera— en coherencia con la sostenibilidad y los ODS.

DAFO Global del destino	
Fortalezas	Debilidades
<p>Posición estratégica como capital comarcal, bien conectada con València y el entorno metropolitano.</p> <p>Identidad histórica singular vinculada a Jaume I y a la Vila medieval, con recursos culturales y documentales de alto valor.</p> <p>Estructura económica diversificada (agricultura, industria, logística y servicios comerciales): Refuerza la resiliencia del municipio y genera potenciales sinergias turísticas.</p> <p>Paisaje diverso y de alto valor (Xúquer, Murta, Casella, huerta y naranjales) que permite articular productos de naturaleza y turismo agroalimentario.</p> <p>Tejido asociativo muy potente (más de 120 entidades) y calendario festivo consolidado (Fallas y Semana Santa de Interés Turístico Nacional), que sostienen un capital social idóneo para experiencias turísticas auténticas y actividades de dinamización durante todo el año.</p> <p>Existencia de servicio turístico organizado (Tourist Info, presencia en redes y ferias, certificaciones de calidad) y alineación con agendas de sostenibilidad y ODS.</p>	<p>Accesibilidad interna mejorable: conexiones, transporte público y aparcamiento en casco histórico y parajes naturales.</p> <p>Oferta turística poco estructurada, con pocas experiencias integradas y escasa capacidad de alojamiento.</p> <p>Marca turística y relato poco definidos, con materiales dispersos, presencia digital limitada y baja segmentación de mercados.</p> <p>Escasa segmentación de mercados y promoción discontinua, con campañas puntuales, baja notoriedad en mercados nacionales e internacionales y limitada adaptación de mensajes a perfiles específicos.</p> <p>Falta de observatorio turístico y sistemas de inteligencia, con escasez de datos sobre la demanda.</p> <p>Gobernanza turística débil y recursos humanos reducidos para liderar el desarrollo del destino.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Proximidad al área metropolitana de València y al litoral, se puede ofrecer una alternativa sostenible que descongestione destinos maduros.</p> <p>Tendencia creciente hacia turismo de interior, naturaleza y gastronomía sostenible, donde Alzira encaja bien.</p> <p>Capacidad de articular un modelo turístico en tres ejes –naturaleza, cultura y patrimonio histórico-medieval y agroalimentación - coherente con la Agenda Urbana y los ODS.</p> <p>Año Jaume I 2026 como palanca para reforzar el relato histórico y proyectar un programa comarcal de rutas y eventos.</p> <p>Integración en redes y programas supramunicipales (Mancomunidad, Consorcio, Creaturisme, DTI-CV).</p> <p>Potencial de turismo cultural, deportivo y de proximidad (área metropolitana de València, litoral cercano).</p> <p>Refuerzo del marketing digital mediante una web turística específica, contenidos de calidad y alianzas de comercialización.</p>	<p>Competencia de destinos cercanos mejor posicionados en la provincia y en la Comunitat Valenciana.</p> <p>Riesgos ambientales y territoriales (inundabilidad, presión sobre espacios naturales) que exigen una gestión cuidadosa.</p> <p>Posible saturación y conflictos de uso en Murta, Casella y ribera del Xúquer si aumenta la afluencia sin planificación.</p> <p>Ciclos políticos y solapamientos institucionales que pueden ralentizar la constitución de órganos de gobernanza turística, la cooperación supramunicipal o la ejecución del Plan</p> <p>Desigual nivel de profesionalización empresarial, lo que puede dificultar la puesta en marcha de productos turísticos competitivos y sostenibles.</p> <p>Vulnerabilidad a crisis económicas, sanitarias o sociales que redirijan recursos municipales hacia otras prioridades.</p>

02

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

ALZIRA >28

2514 AEP

2.0 INTRO

Partiendo de las conclusiones del Diagnóstico Turístico, este capítulo establece el modelo estratégico que orientará el desarrollo de Alzira como destino turístico de referencia en el horizonte 2028. La propuesta se fundamenta en una visión clara de posicionamiento, que combina la valorización sostenible de los recursos diferenciales del territorio —cultura, naturaleza, deporte, gastronomía y comercio— con la capacidad de adaptarse a las tendencias emergentes del mercado turístico.

El modelo estratégico plantea un marco de actuación integral que permite definir las líneas básicas de mercado, priorizando el turismo de proximidad procedente de la Comunitat Valenciana y de sus áreas metropolitanas más cercanas, y reforzando progresivamente la atracción de mercados nacionales e internacionales. Este proceso se apoya en segmentos de demanda especializados y en productos capaces de conectar con motivaciones en auge, especialmente en torno a la cultura, naturaleza, deporte, comercio y gastronomía.

Un eje fundamental de la estrategia será la consolidación de productos turísticos competitivos y con identidad propia. Destacan, entre ellos, el turismo de naturaleza y deportivo, junto a el senderismo y el cicloturismo como productos especializados de alto potencial, así como el turismo cultural, en el que sobresalen el patrimonio histórico ligado a la figura de Jaume I, el casco histórico y el patrimonio arquitectónico de palacios y casas señoriales. Se destaca también el turismo urbano junto al comercio, ya que Alzira provee diferentes servicios a los municipios de la Ribera Alta. El producto gastronómico y agroalimentario, estrechamente ligado a la tradición local, completa este portafolio aportando autenticidad y refuerzo de la identidad territorial.

En conjunto, este capítulo no solo define la hoja de ruta estratégica que guiará las acciones de Alzira en los próximos años, sino que sienta las bases de un modelo turístico equilibrado, sostenible y competitivo. Un modelo que garantiza la preservación de la autenticidad y los valores identitarios de Alzira, al tiempo que impulsa su crecimiento económico, fortalece la cohesión territorial y proyecta su imagen como un destino emergente con carácter valenciano y de calidad.

2.1 IDENTIFICACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO

El modelo turístico es la forma en que un destino organiza y combina sus recursos, productos, infraestructuras y gobernanza para atraer visitantes y generar desarrollo económico, social y ambiental de manera sostenible. El reto consiste en identificar los elementos que vertebran Alzira y potenciarlos como ejes compartidos. Solo a través de esta visión unificada será posible consolidar la imagen de Alzira como un destino único y coherente, con una propuesta diferenciada frente a la competencia, y no como la mera suma de recursos particulares.

La revisión de los distintos documentos de planificación con incidencia en turismo impulsados en los últimos años Alzira permite identificar cómo ha evolucionado la conceptualización del modelo de destino. A continuación, se sintetiza los enfoques planteados en cada documento:

- Plan Estratégico local Alzira (2020). Incluye líneas orientadas al impulso del turismo local, la mejora de la imagen del municipio y la promoción de su patrimonio cultural y natural.
- EDUSI “Alzira avanza” – Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (2022). Contribuye indirectamente en el turismo mediante la mejora del entorno urbano y la recuperación del patrimonio histórico, aspectos clave para el atractivo turístico.
- PACES – Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (2019). Tiene impacto en la sostenibilidad del turismo: eficiencia energética, gestión de recursos naturales, y adaptación de equipamientos e infraestructuras al riesgo climático.
- Plan de Empleo Local (2022). Incluye referencias explícitas al turismo sostenible como motor de desarrollo local, destacando la valorización del patrimonio natural, la cultura y la identidad local como ejes de transformación urbana.
- Plan General de Ordenación Urbana (Versión preliminar 2016). Incorpora la protección de espacios naturales (Murta, Casella, Xúquer), la preservación del paisaje agrícola y la regulación de usos compatibles con actividades turísticas sostenibles.
- PUAM – Plan Urbano de Actuación Municipal (2022). Menciona la promoción del turismo sostenible, la economía verde y la valorización del patrimonio como ejes de desarrollo local.

Todos los documentos coinciden en que el modelo de destino de Alzira debe pivotar sobre la cultura y la naturaleza, reforzados por la gastronomía, comercio y el deporte.

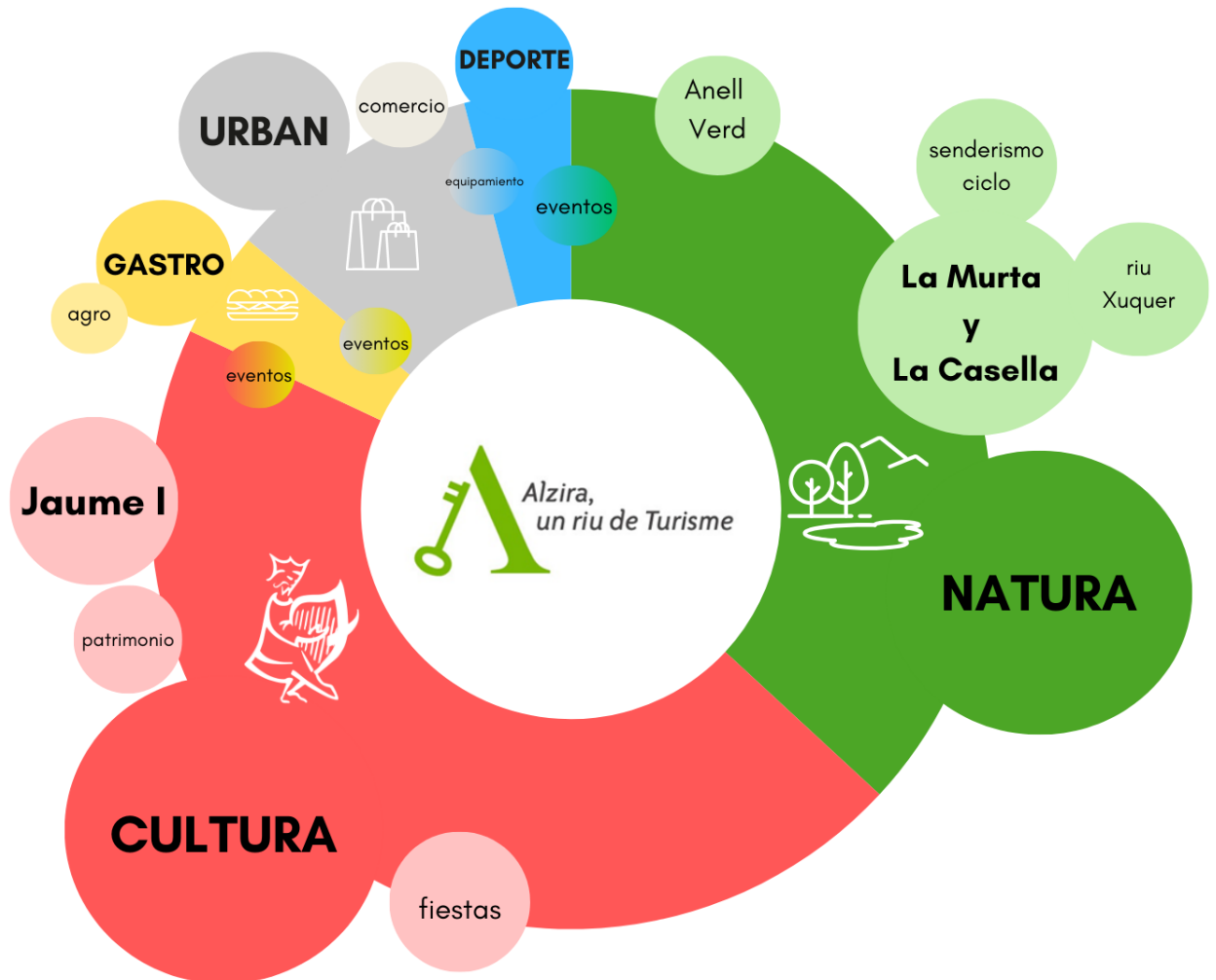
El diagnóstico actualiza el modelo turístico previo y reafirma a Alzira como municipio histórico, donde sus calles y paisajes estructuran la experiencia. Junto a la riqueza natural y urbana, este marco define un modelo especializado en torno a dos ejes: cultura y naturaleza.

- El turismo **cultural, basado en la figura de Jaume I y eventos culturales**, constituye un recurso diferenciador, que además está puesto en valor con diferentes iniciativas que se están llevando a cabo para el año 2026, por el 750 aniversario de la muerte de este rey. Al mismo nivel de atractivo se encuentra el casco histórico de La Vila, la muralla islámica y edificios monumentales (Casa de la Cultura, etc.).
- El turismo de **naturaleza vinculado con el turismo activo**. La red de senderos y de rutas BTT en la Murta y la Casella, junto al Anell Verd, conforman una oferta consolidada para el senderismo, el cicloturismo y la aventura. El cicloturismo, consolidado como producto especializado, encuentra un escenario ideal para su crecimiento gracias a la red de rutas y de itinerarios supramunicipales. Este segmento conecta con el turismo deportivo.

El producto agroalimentario y gastronómico tiene potencial para convertirse en un elemento diferenciador que se conecta tanto con el eje CULTURA como el de NATURA. Alzira conserva una notable tradición gastronómica y agroalimentaria (arroz a la alcireña, reganyà, kaki), que se podría reforzar en torno al Club de Producto, herramienta que cohesionan la oferta empresarial. Este producto refuerza la identidad territorial y permite generar experiencias vinculadas a la gastronomía y a la compra de proximidad.

En conjunto, el modelo turístico de Alzira se articula sobre la base de la cultura y la naturaleza como ejes vertebradores, complementados por el turismo urbano y el comercio, la gastronomía local y el deporte. La combinación de estos elementos posiciona al territorio como un destino emergente de La Ribera del Xúquer, orientado hacia un turismo sostenible, experiencial y de proximidad, con capacidad para diversificar mercados y desestacionalizar la demanda.

Modelo turístico de Alzira



Fuente: Elaboración propia

2.2 ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

Una vez identificados los ejes del modelo turístico de Alzira, se analiza el posicionamiento de cada producto y su capacidad de crecimiento. Para ello se emplea una matriz de potencialidad, que valora su competitividad actual —grado de desarrollo, visibilidad y calidad— y su atractivo futuro —potencial de crecimiento, innovación y tendencias de demanda—. La combinación de ambos parámetros permite clasificar los productos en áreas estratégicas y orientar las decisiones sobre cuáles reforzar, reorganizar o replantear dentro de la estrategia de Alzira.

A continuación, se plasma la matriz de potencialidad correspondiente a los productos turísticos identificados en el modelo turístico de Alzira.

Matriz de potencialidad turística de Alzira



La matriz permite visualizar el nivel de competitividad actual y el atractivo futuro de los distintos productos turísticos que componen el modelo turístico de la Alzira, diferenciando las prioridades estratégicas a seguir:

- **Reforzar.** Se trata de productos ya posicionados que deben convertirse en ejes claros de marca y de relato del destino.
 - **Casco histórico de la Vila y relato de Jaume I** (Casa Reial, murallas y portales, MUMA, Cruz Cubierta, ruta “Caminant amb Jaume I”, musealización de la Casa Reial y celebración del *Año Jaume I 2026* como palanca de posicionamiento). Se identifica como un producto de gran potencial de crecimiento. Se trata de un producto que ya cuenta con los recursos básicos, pero que necesita reinversión y reposicionamiento, con mejoras en señalización, servicios asociados y promoción.
 - **Turismo cultural de base patrimonial** (Monasterio de la Murta, patrimonio religioso y civil, rutas culturales urbanas, equipamientos como Gran Teatre, Casa de la Cultura o La Gallera). Constituyen un recurso con singularidad y todavía con gran potencial de crecimiento, que requiere seguir invirtiendo en su puesta en valor y en la articulación de experiencias que aumenten su visibilidad y su peso en el portafolio turístico.
- **Mantener.** Productos consolidados que ya funcionan y cuya prioridad es conservar calidad y sostenibilidad. Los parajes naturales de la **Murta** y la **Casella** (junto al **senderismo** y **cicloturismo**) son el producto estrella del destino. Ya poseen un fuerte posicionamiento en el mercado, especialmente en el turismo de proximidad, y deben mantenerse como un pilar del destino, reforzando la gestión sostenible de flujos para evitar situaciones de masificación y riesgo de deterioro de los recursos, y la diversificación de actividades complementarias que motiven el gasto turístico y la desestacionalización de las visitas.
- **Desarrollar:** Productos ya conocidos, pero que aún no funcionan como “producto turístico estructurado”. Se abarca en este cuadrante **fiestas y cultura viva** (Semana Santa y Fallas – FIT Nacional –, Moros y Cristianos, Art al Carrer y resto de calendario festivo y cultural). Tratar de desarrollar estos eventos desde la vertiente turística, manteniendo siempre la esencia e identidad de las fiestas.
- **Reorganizar.** Productos con cierta actividad, pero dispersa o poco orientada al visitante. El **turismo deportivo** entraría en este cuadrante (Mitja Marató,

10K, Volta a Peu, San Silvestre, pruebas BTT, Ciudad Deportiva Jorge Martínez “Aspar”). Se trata de ordenar el calendario deportivo, paquetizar con alojamiento/gastronomía y vincularlo a la imagen de destino saludable.

- **Apostar.** Se refiere a productos con poca estructuración turística hoy, pero mucho recorrido y alineados con sostenibilidad. Productos como el **gastronómico** y **agroalimentario** se sitúan en una fase inicial. Aunque su desarrollo ha sido limitado a pesar de diferentes iniciativas que se han hecho, poseen potencial si se integran adecuadamente en la narrativa territorial.
- **Replantear.** Son productos con recursos existentes, pero sin encaje claro en la propuesta de valor actual. El **Anell Verd**, el **riu Xuquer** y el resto de los parajes fluviales, todavía no cuentan con suficientes recursos puestos en valor (escasa señalización interpretativa y de puntos de observación de aves tipo “hides”) ni con la masa crítica de mercado suficiente. Su desarrollo deberá evaluarse como producto complementario o integrado en experiencias de naturaleza más amplias.
- **Cosechar.** Productos con buen rendimiento actual, pero con margen limitado de crecimiento turístico específico; interesa aprovechar su inercia como complemento. El **turismo urbano** (compras y servicios comarcales), ya que Alzira se considera ciudad de referencia para comercio, sanidad, educación y gestiones administrativas de la Ribera Alta. El objetivo es mejorar el gasto ya existente vinculándolo a restauración, visitas breves al casco histórico y actividades culturales, sin necesidad de grandes inversiones adicionales.

2.3 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Una vez definidos los productos prioritarios que conforman el modelo turístico de Alzira — cultura, naturaleza, deporte, gastronomía y comercio — resulta necesario completar su caracterización con el análisis de los segmentos de demanda asociados.

El éxito de la estrategia turística dependerá de la capacidad del destino para conectar con sus públicos objetivo a través de acciones de promoción y comercialización ajustadas a sus motivaciones, y de la adecuación de los recursos y servicios a las expectativas de consumo de cada segmento.

La segmentación de mercado se apoya en cuatro variables principales:

- Geográfica: predominio del turismo de proximidad procedente de la Comunitat Valenciana, áreas metropolitanas cercanas y mercados nacionales (Madrid, Catalunya, Castilla-La Mancha), con refuerzo progresivo en mercados internacionales.
- Demográfica: fuerte presencia de familias y parejas de mediana edad, creciente interés del segmento sénior y aparición de públicos jóvenes en torno al turismo activo y deportivo.
- Psicográfica: visitantes con motivaciones culturales o naturales, frente a perfiles más aventureros vinculados al cicloturismo y a los deportes.
- Conductual: viajes concentrados en Semana Santa y Fallas, con estancias de fin de semana y cortas vacaciones, aunque con estancia en viviendas propias, de familiares o de segunda residencia.

Para facilitar la visión de conjunto, en la siguiente tabla se presenta una síntesis comparativa de los productos turísticos de Alzira y de sus segmentos de demanda prioritarios. Este esquema permite identificar de forma clara la orientación de cada producto hacia su público objetivo, así como los segmentos complementarios que refuerzan la diversificación y el alcance del destino.

Síntesis comparativa de productos y segmentos de demanda de Alzira		
Producto	Segmento principal	Segmento complementario
Turismo de naturaleza	Familias y parejas de mediana edad de la Comunitat Valenciana y regiones limítrofes.	Sénior en busca de naturaleza tranquila; excursionistas escolares.
Turismo deportivo	Cicloturistas de la Comunitat Valenciana, y nacionales.	Clubes deportivos, jóvenes aventureros, turismo activo de proximidad.
Patrimonio cultural Fiestas y eventos	Visitantes senior y culturales de la Comunitat Valenciana y del mercado nacional.	Turismo educativo, familias interesadas en visitas culturales.
Gastronómico y tradición local	Público de proximidad y sénior con interés en gastronomía tradicional	Turismo familiar, visitantes motivados por productos locales de calidad.
Turismo urbano y comercio	Población comarcal y de proximidad que se desplaza a Alzira para realizar compras, gestiones y ocio urbano.	Excursionistas de día del área metropolitana y turistas alojados en la comarca que combinan visita.

Como se puede observar en la tabla, cada producto turístico presenta afinidad con distintos segmentos de demanda:

- El patrimonio cultural y la gastronomía local son especialmente atractivos para públicos sénior y visitantes interesados en experiencias auténticas.
- El turismo deportivo y de naturaleza conecta con mercados especializados con capacidad de generar pernoctaciones.
- El turismo urbano y comercio atraen a familias y público de proximidad.

La síntesis refleja que los productos trectores del destino (patrimonio cultural y naturaleza) concentran la mayor parte de la demanda de proximidad y especializada, garantizando un flujo estable de visitantes.

El turismo deportivo y las fiestas y eventos ofrecen un elevado potencial de diversificación y son clave para atraer a distintos perfiles de público y prolongar la estancia.

Por su parte, la gastronomía, junto con el turismo deportivo y las fiestas y eventos, deben entenderse como complementarios y orientados a nichos específicos, favoreciendo la diferenciación de la oferta y la desestacionalización.

Esta segmentación constituye, por tanto, una base sólida para definir estrategias de promoción y comercialización más precisas, adaptadas a los perfiles de visitante con mayor afinidad hacia Alzira.

03

PLAN OPERATIVO

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

ALZIRA >28

2514 AEP

3.0 INTRO

El Plan Operativo constituye la fase final del proceso de planificación turística de Alzira y da continuidad al trabajo iniciado con el Diagnóstico y la Formulación Estratégica. Tras definir la visión de futuro del destino y los objetivos que guiarán su desarrollo hacia 2028, este documento traduce esas líneas estratégicas en un conjunto de actuaciones concretas, ordenadas y viables, que permiten pasar de la reflexión a la acción.

En coherencia con el modelo estratégico planteado, el Plan Operativo articula un total de **28 acciones** que materializan los ejes de estructuración de producto, comunicación y gobernanza. Cada una de ellas se acompaña de una ficha que detalla sus tareas principales —desglosadas en subactuaciones—, los agentes implicados y las indicaciones prácticas sobre cómo acometer su desarrollo. Asimismo, se incorpora un cronograma que orienta sobre el momento idóneo para su puesta en marcha, garantizando una ejecución secuenciada y coherente, junto con una estimación presupuestaria que clasifica cada propuesta en horquillas de importe para facilitar la planificación de recursos.

El Plan se concibe como una herramienta práctica al servicio del Ayuntamiento. Todas las propuestas han sido seleccionadas atendiendo a las competencias reales de la entidad y a su papel como coordinadora y dinamizadora de la acción turística municipal. Su enfoque permite reforzar la colaboración institucional y empresarial, optimizar los esfuerzos colectivos y asegurar que los proyectos se desarrollen de manera ordenada, realista y compartida.

Con ello, este documento culmina el proceso de planificación y ofrece una hoja de ruta operativa que no solo orienta las prioridades de inversión y gestión, sino que también consolida un modelo turístico sostenible, diversificado y competitivo. Alzira dispone así de un instrumento que transforma la visión estratégica en resultados tangibles, asegurando que el destino avance con solidez hacia 2028.

3.1 OBJETIVOS

El presente Plan Estratégico tiene como misión reforzar el posicionamiento de Alzira como destino turístico sostenible y competitivo, cuyo modelo se fundamenta en la cultura vinculada a Jaume I, la naturaleza ligada al deporte, el comercio y la tradición agroalimentaria.

Para ello establece objetivos estratégicos que orientarán las actuaciones hasta 2028, con el fin de generar valor económico, cohesión territorial y bienestar social, mediante un uso responsable de los recursos y una gestión turística compartida.

1. Dinamizar la actividad turística municipal

Activar y diversificar el tejido productivo del municipio, mejorando la experiencia del visitante y aumentando su estancia y gasto medio. Implica reforzar la creación de productos turísticos ligados a los ejes diferenciales del destino —natura, cultura, urban, deporte, gastro—, garantizar su adecuada comercialización y promover la desestacionalización. La gobernanza municipal es clave para convertir la variedad de los productos en un portafolio común que posicione Alzira como un destino único y no como la suma de ofertas fragmentadas.

2. Incrementar el número de visitantes y su gasto medio

Ampliar la captación de visitantes y elevar el retorno económico local, atrayendo tanto públicos de proximidad como segmentos especializados nacionales e internacionales (cicloturistas, sénior culturales, familias). Se busca superar la actual concentración estacional (Fallas y Semana Santa) y redistribuir los flujos durante todo el año, equilibrando la presión sobre los principales parajes naturales y extendiendo el consumo turístico a otros recursos y servicios.

3. Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos

Garantizar la conservación del patrimonio histórico, la red de senderos y los enclaves naturales, así como la calidad de los servicios turísticos. La gestión sostenible y la regulación de accesos en parajes frágiles (especialmente la vinculada con los recursos naturales) se considera prioritaria. El objetivo incluye reforzar la señalización, la digitalización y la accesibilidad, asegurando una experiencia homogénea y de calidad en Alzira.

4. Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional

Consolidar una estructura de gestión profesional y participativa que permita coordinar estrategias entre diferentes departamentos del Ayuntamiento junto con el tejido empresarial, apoyándose en instrumentos. Este objetivo responde a las debilidades detectadas en el diagnóstico (limitada capacidad operativa, implicación municipal) y apuesta por un modelo de gobernanza colaborativo, transparente y estable.

5. Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

Asegurar que todas las actuaciones turísticas integren criterios ambientales, sociales y económicos, en línea con los ODS de la Agenda 2030. Esto implica proteger los recursos naturales y culturales, fomentar la economía circular y garantizar beneficios equitativos para la población local. Alzira se proyecta como un destino responsable, preparado frente a riesgos de saturación y cambio climático, y alineado con las tendencias de demanda hacia experiencias auténticas y sostenibles.

Síntesis de objetivos estratégicos del Plan Estratégico de Turismo Alzira

Objetivo	Descripción
1. Dinamizar la actividad turística municipal	Diversificar productos, mejorar la experiencia y aumentar estancia y gasto medio, consolidando un destino único y no fragmentado
2. Incrementar número de visitantes y gasto medio	Atraer turismo de proximidad y segmentos especializados nacionales e internacionales, reduciendo estacionalidad y redistribuyendo flujos
3. Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos	Conservar paisajes naturales, red de senderos y patrimonio; reforzar señalización, digitalización y accesibilidad para garantizar calidad.
4. Reforzar gobernanza turística e institucional	Consolidar gestión profesional y participativa, con instrumentos como Consejo Sectorial y Club de Producto, mejorando coordinación municipal y empresarial
5. Compromiso con desarrollo sostenible e inclusivo	Integrar criterios ambientales, sociales y económicos, proteger recursos naturales y culturales y alinear el destino con los ODS 2030.

3.2 EJES ESTRATÉGICOS Y PROGRAMAS

La estrategia que se propone en el presente Plan Estratégico de Turismo para Alzira se estructura en torno a tres grandes ejes, que agrupan las actuaciones previstas según su naturaleza y finalidad. Estos ejes constituyen la base para ordenar los programas de trabajo y garantizar que la intervención turística tenga un carácter integral, equilibrado y sostenible.

1. Estructuración de producto

Agrupar las actuaciones destinadas a consolidar los productos turísticos del modelo de Alzira — natura, cultura, urban, deporte, gastro —. Incluye la puesta en valor de recursos, la creación de experiencias singulares y la mejora de la señalización y digitalización de rutas, con el fin de transformar la diversidad de recursos en una oferta integrada, competitiva y sostenible.

2. Comunicación y comercialización

Este eje agrupa las actuaciones orientadas a mejorar la visibilidad del destino y la proyección de sus productos en los mercados prioritarios. Abarca el desarrollo de campañas de promoción supramunicipales, la gestión coordinada de la marca “Alzira, un riu de turisme”, la dinamización de canales digitales y redes sociales, la colaboración con agencias y turoperadores, y la participación en ferias y circuitos especializados (cicloturismo, turismo de interior, cultural). El objetivo es atraer visitantes de proximidad, reforzar la presencia en mercados nacionales.

3. Gestión y gobernanza

Este eje articula las actuaciones vinculadas a la organización, control y seguimiento del Plan, garantizando su implementación y sostenibilidad a medio y largo plazo. Incluye el refuerzo de la estructura técnica del Ayuntamiento, la coordinación entre departamentos, la creación de espacios de participación público-privada, y el impulso de herramientas de planificación y monitorización. Asimismo, contempla la integración del destino en redes supramunicipales, lo que permitirá acceder a recursos técnicos y financieros adicionales.

3.3 PLAN DE ACCIÓN 2026/2028

Se establece un marco temporal de tres anualidades (2026, 2027 y 2028) para la ejecución de las actuaciones previstas en el Plan Estratégico de Turismo de Alzira.

La implementación del Plan requiere una secuencia ordenada de acciones, comenzando por los proyectos motores de estructuración de producto (natura, cultura, urban, deporte, gastro), de los que depende la eficacia de la promoción y comercialización. Dado que las actuaciones son interdependientes, su ejecución parcial puede comprometer los resultados. El Plan se concibe además como una herramienta flexible y adaptable a cambios de mercado, financiación o gestión.

Cada actuación se define en una ficha operativa con los siguientes apartados:

- Descripción general.
- Producto asociado.
- Objetivos.
- Agentes implicados.
- Aproximación presupuestaria:
 - No exige inversión económica
 - Bajo, de 0 a 6.000 €
 - Medio, de 6.001 a 20.000 €
 - Alto, de 20.001 a 50.000 €
 - Gran Proyecto, más de 50.000 €
- Calendario previsto de ejecución (por semestres).
- Grado de prioridad de la actuación:
 - A+: muy alto;
 - A: alto;
 - M: medio;
 - B: bajo.

La ejecución de las diferentes acciones del plan deberán contar previamente con el crédito necesario y suficiente en el presupuesto municipal de cada año.

3.4 CUADRO DE ACCIONES

El conjunto de **28 acciones** que conforman el Plan Estratégico de Turismo de Alzira se organiza en tres ejes estratégicos definidos:

- E1 Estructuración de Producto
- E2 Comunicación y Comercialización
- E3 Gestión y Gobernanza

Estos ejes facilitan la identificación, planificación y ejecución. Se estima un periodo de aplicación de tres anualidades (2026, 2027, 2028).

En cada tabla se señalan las acciones con **prioridad muy alta (A+)** las consideradas “motor” y que favorecerán la ejecución del conjunto del Plan, así como las de **prioridad alta (A)**. También se destaca aquellas acciones cuya ejecución **no tiene coste (-)** y las que tienen **coste bajo (B)**, así como el semestre previsto para su **inicio**, lo que permite asegurar las sinergias necesarias y facilitar la ejecución ordenada del conjunto del Plan.

	GP	26		27		28		€
		1	2	1	2	1	2	
E1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO								
01 ALZIRA, CIUDAD DE JAUME I	A+	■	■	■	■	■	■	M
02 CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO. CREACIÓN	A			■	■	■	■	B
03 CARTERA DE RUTAS TEMÁTICAS	A	■	■					M
04 PLAN DE SEÑALIZACIÓN	A				■	■	■	A
05 ALZIRA CIUDAD DEPORTIVA	A					■	■	B
06 ALZIRA COMERCIO HISTÓRICO. DINAMIZACIÓN	M					■	■	B
07 BIRDING ALZIRA (HUERTA + RIO)	B			■	■	■	■	B
08 PLAN DE TURISMO ACCESIBLE	A			■	■			A
09 PAQUETES TURÍSTICOS. CREACIÓN	A	■	■	■	■	■	■	B
10 EMBELLECIMIENTO DEL MUNICIPIO Y ACCESOS	A			■	■	■	■	A

E2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	GP	26		27		28		€
			1	2	1	2	1	2	
			01	MARCA TURÍSTICA. RENOVACIÓN	A+				
02	PLAN DE MARKETING TURÍSTICO	M						M	
03	PÁGINA WEB TURÍSTICA. CREACIÓN	A						M	
04	ALZIRA INFO EXPRÉS. REVALORIZACIÓN	B						M	
05	MATERIAL PROMOCIONAL. ACTUALIZACIÓN	A						B	
06	FAM + PRESS TRIPS. ORGANIZACIÓN	M						B	
07	BANCO AUDIOVISUAL. CREACIÓN	M						B	
08	AGENDA TURÍSTICA PÚBLICO - PRIVADA. CREACIÓN	A+						B	

E3	SISTEMA DE GESTIÓN	GP	26		27		28		€
			1	2	1	2	1	2	
			01	COMISIONES TURÍSTICAS DE ALZIRA	A+				
02	OBSERVATORIO TURÍSTICO. CREACIÓN	A						B	
03	PLAN DE SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA	A+						B	
04	ALZIRA DESTINO TURÍSTICO: ADHESIÓN DTI-CV + MUNICIPIO TURÍSTICO	A+						B	
05	TALLER EXPERIENCIAS TURÍSTICAS. ORGANIZACIÓN	A						B	
06	PARAJES NATURALES. GESTIÓN SOSTENIBLE	A						A	
07	MANUAL PROTOCOLO DE EVENTOS. ELABORACIÓN	M						-	
08	PLAN DE USOS DE EDIFICIOS PÚBLICOS	B						M	
09	MEDIOS PARA GESTIÓN TURÍSTICA. DOTACIÓN	A+						M	
10	INVERSORES ALOJAMIENTO. CAPTACIÓN	M						B	

3.5 FICHAS DE ACCIONES

LC 1. ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO

AC 01 ALZIRA, CIUDAD DE JAUME I

E	1	ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO
---	---	----------------------------

La acción se formularía como la consolidación y estructuración del producto CULTURA “Alzira, Ciudad de Jaume I” como eje identitario dentro del producto CULTURA de la futura marca turística de Alzira (Ver Eje 2. 1. MARCA TURÍSTICA.RENOVACIÓN), de manera que el municipio sea reconocido externamente por el nombre de “Alzira” y, a la vez, por un relato cultural propio y diferencial asociado a la imagen del monarca Jaume I. En este planteamiento, “Alzira, ciudad de Jaume I” no operará como marca independiente, si no como denominación de producto integrado en la arquitectura de la futura marca turística, actuando como contenedor de una cartera de subproductos culturales y experienciales que hoy se presentan de forma fragmentada, y que el presente Plan Estratégico ordenará para hacerlos coherentes, reconocibles y comercializables.

La acción persigue convertir este nombre en un marco común capaz de agrupar, bajo una misma narrativa y un mismo estándar de presentación los principales ámbitos de la experiencia cultural del destino: el patrimonio histórico y urbano, vinculado a la Alzira medieval, la programación cultural y conmemorativa, los eventos de ciudad y las propuestas de interpretación (rutas temáticas, recursos didácticos). A estos subproductos se incorporará de forma explícita la gastronomía local como pieza de apoyo al relato cultural, conectando la identidad histórica con el tejido de comercios gastronómicos (hornos) y el producto de proximidad, para reforzar el componente experiencial, aumentar el tiempo de estancia y facilitar el consumo local. De esta forma, CULTURA deja de ser un concepto genérico, y se traduce en una oferta estructurada que el visitante puede entender, planificar y consumir, tanto en escapadas de proximidad como en visitas educativas.

Para garantizar la viabilidad y el liderazgo institucional, la acción se desarrollará en coordinación con la ya existente Comisión de Jaume I, que actuará como órgano tractor para la validación del relato, la coherencia de contenidos, la coordinación entre áreas municipales, y la articulación de la agenda de eventos, especialmente en el 2026 por el 750 aniversario de la muerte de Jaume I. El Plan aprovechará esta comisión no solo para la organización puntual, si no para asegurar un legado permanente.

Subproductos que se recomiendan llevar a cabo para “Alzira, ciudad de Jaume I”:

- Hermanamiento con municipios denominados históricamente como “Ciudad Real” y/o relacionados con un personaje histórico.
- Creación de un programa educativo, con visitas escolares anuales para colegios de la Comunidad Valenciana. Los niños y niñas son grandes divulgadores capaces de trasladar lo aprendido a sus familias y entorno.
- Eventos culturales en el parque de Arabia Saudita: mercado medieval, conciertos, evento de literatura histórica.
- Creación de un recetario de época medieval adaptado a las tendencias de consumo actual.

PRODUCTOS ASOCIADOS		OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN		
<input type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal	
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio	
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO		<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos	
		<input type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional	
		<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo	
AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN				
<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades
APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN				
<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN		GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN		
<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input checked="" type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 02 CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO. CREACIÓN

E 1 ESTRUCTUACIÓN DE PRODUCTO

El éxito de la puesta en valor turística de los recursos de Alzira no depende únicamente de su relevancia patrimonial, paisajística o histórica, sino de su capacidad para generar estancia y gasto en destino por parte de las personas que visitan el municipio y, en consecuencia, de su contribución al desarrollo económico local. Aunque Alzira cuenta con atractivos singulares —patrimonio histórico, Jaume I, río Xúquer, parajes naturales como la Murta y la Casella, eventos culturales y deportivos— muchos de estos recursos compiten con ofertas similares de otros destinos cercanos que, en algunos casos, han desarrollado antes su estrategia turística y gozan de un mayor posicionamiento.

Esta situación hace necesario que el Ayuntamiento de Alzira actúe como agente impulsor de actuaciones que refuercen y diferencien su oferta frente a los destinos del entorno. En este contexto, se propone la creación de un Club de Producto Turístico de Alzira, concebido como una herramienta para dinamizar al sector empresarial, favorecer la transformación de servicios en experiencias singulares y estructurar una oferta más clara, integrada y comercializable. El papel de los órganos de gobernanza turística (Comisión Técnica Interdepartamental, Comisión Mixta) será clave para orientar y coordinar esta actuación.

El Club de Producto Turístico de Alzira permitirá agrupar bajo una misma iniciativa a empresas y agentes vinculados al turismo: alojamientos, restauración, comercios con orientación turística, empresas de actividades de naturaleza y deporte, guías y servicios culturales, entidades vinculadas al río, así como productores agroalimentarios locales. El objetivo es diseñar y promover productos que combinen patrimonio, naturaleza, eventos y gastronomía, de manera que el municipio se perciba como un destino donde “vale la pena quedarse” y no sólo hacer una visita puntual.

La participación y la creación de espacios estables de diálogo entre los diferentes prestatarios de servicios turísticos resultan fundamentales para estructurar la oferta de Alzira en productos claramente identificables. En el marco del Club de Producto, el Ayuntamiento organizará mesas de trabajo y sesiones formativas orientadas a apoyar al empresariado en las distintas fases (Ver Eje 3. 5. TALLER DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS. ORGANIZACIÓN) de creación de experiencias: diseño de paquetes y productos, fijación de precios, mejora de la calidad, integración con el calendario de eventos y adaptación a los segmentos de demanda prioritarios. De este modo, el Club de Producto Turístico de Alzira se convierte en una pieza clave para reforzar el posicionamiento del municipio dentro del sistema turístico valenciano, incrementar la rentabilidad del turismo y favorecer un desarrollo más sostenible y cohesionador.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- NATURA
- CULTURA
- URBAN
- DEPORTE
- GASTRO

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal
- Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
- Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
- Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
- Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- Ayuntamiento
- Diputación
- Mancomunidad
- Ad. Autonómic.
- Ad. Estatal
- Restauración
- Alojamiento
- Otras empresas
- Entidad mixta
- Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- No existe
- Nivel bajo
- Nivel medio
- Nivel alto
- Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- 2026
- 2027
- 2028

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- A+ total
- Alto
- Medio
- Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 03 CARTERA RUTAS TEMÁTICAS

E 1 ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO

La creación de una cartera de rutas temáticas se plantea como una acción estratégica para estructurar, poner en valor y comercializar la oferta turística de Alzira de forma coherente y experiencial. A partir de los productos turísticos principales del destino (natura y cultura) y de los productos complementarios (urban, deporte y gastro), esta acción permitirá articular recorridos interpretativos que integren los recursos existentes, faciliten la comprensión del territorio y mejoren la experiencia del visitante.

La cartera de rutas permitirá construir un relato turístico integrado, apoyado principalmente por el patrimonio natural y cultural, con especial atención al legado histórico vinculado a Jaume I, figura clave en la historia de Alzira y del Reino de Valencia.

Tareas a realizar:

1. Identificación y jerarquización de rutas
 - Inventario de recursos turísticos asociados a los productos principales de naturaleza y cultura (Paraje Natural de la Murta y la Casella, río Xúquer, casco histórico, patrimonio medieval).
 - Definición de rutas culturales específicas vinculadas a Jaume I, así como de rutas secundarias relacionadas con los productos urbano, gastronómico y deportivo.
2. Diseño de los itinerarios y contenidos
 - Diseño de recorridos temáticos con diferentes niveles de duración, dificultad y públicos objetivo.
 - Elaboración de contenidos interpretativos que integren el relato histórico de Jaume I, el patrimonio urbano y el paisaje natural del municipio.
3. Señalización y soportes de comunicación
 - Diseño de señalización homogénea y coherente con la marca turística del destino (Ver Eje 1. 4. PLAN DE SEÑALIZACIÓN)
 - Desarrollo de soporte informativos físicos y digitales (mapas, fichas de ruta, códigos QR, audioguías).
4. Implementación, promoción y evaluación
 - Integración de la cartera de rutas en la web turística y en el material promocional del destino.
 - Promoción de rutas mediante acciones de marketing y colaboración con agentes públicos y privados.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- NATURA
- CULTURA
- URBAN
- DEPORTE
- GASTRO

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal
- Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
- Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
- Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
- Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- Ayuntamiento
- Diputación
- Mancomunidad
- Ad. Autonómic.
- Ad. Estatal
- Restauración
- Alojamiento
- Otras empresas
- Entidad mixta
- Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- No existe
- Nivel bajo
- Nivel medio
- Nivel alto
- Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- 2026
- 2027
- 2028

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- A+ total
- Alto
- Medio
- Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 04 PLAN DE SEÑALIZACIÓN

E	1	ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO
---	---	----------------------------

Alzira presenta carencias en materia de señalización turística, tanto direccional como interpretativa, con soportes desactualizados, puntos deteriorados y ausencia de criterios homogéneos de identidad visual. Estas limitaciones dificultan la orientación de las personas visitantes, reducen la visibilidad de recursos singulares —especialmente los vinculados al patrimonio histórico y etnográfico, al río Xúquer y a los parajes de la Murta y la Casella— y limitan la permanencia y el gasto en el casco urbano.

El objetivo de esta actuación es diseñar e implantar un sistema municipal de señalización turística integral, homogéneo y accesible, que mejore la experiencia del visitante, refuerce la identidad de la marca turística de Alzira y conecte de forma coherente la diversidad de recursos del término municipal (culturales, naturales, paisajísticos y de ocio).

Tareas a realizar:

- Elaborar un inventario y auditoría de la señalización existente en el término municipal de Alzira (accesos, casco histórico, Xúquer, Murta, Casella, equipamientos culturales, deportivos, etc.).
- Diseñar una identidad gráfica unificada de señalización turística de Alzira, con tipologías direccional, interpretativa e informativa, integrando pictogramas y códigos QR, y alineada con la marca turística del municipio.
- Señalizar prioritariamente los productos turísticos clave: casco histórico y patrimonio cultural, itinerarios ligados al río Xúquer, parajes de la Murta y la Casella, rutas senderistas y cicloturistas, así como equipamientos y recursos vinculados a eventos y fiestas.
- Implantar señalización accesible, incorporando lectura fácil, tipografía legible, iconografía clara y, cuando proceda, braille, audioguías o contenidos accesibles asociados mediante códigos QR.
- Aplicar criterios de sostenibilidad en materiales y diseño, asegurando su integración en el paisaje urbano y natural y favoreciendo la durabilidad de los elementos.
- Digitalizar y vincular la señalización física con la web turística y otros recursos digitales (mapas interactivos, aplicaciones, contenidos descargables), de manera que la información sea fácilmente ampliable y actualizable.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- NATURA
- CULTURA
- URBAN
- DEPORTE
- GASTRO

- | | |
|-------------|---|
| Ob1 | Dinamizar la actividad turística municipal |
| Ob 2 | Incrementar el número de visitantes y su gasto medio |
| Ob 3 | Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos |
| Ob 4 | Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional |
| Ob 5 | Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|--|--------------------------------------|--|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Diputación | <input type="checkbox"/> Mancomunidad | <input type="checkbox"/> Ad. Autonómic. | <input type="checkbox"/> Ad. Estatal |
| <input type="checkbox"/> Restauración | <input type="checkbox"/> Alojamiento | <input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas | <input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta | <input type="checkbox"/> Otras entidades |

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> No existe | <input type="checkbox"/> Nivel bajo | <input type="checkbox"/> Nivel medio | <input checked="" type="checkbox"/> Nivel alto | <input type="checkbox"/> Gran proyecto |
|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--|--|

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- | | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 2026 | <input checked="" type="checkbox"/> 2027 | <input checked="" type="checkbox"/> 2028 | <input type="checkbox"/> A+ total | <input checked="" type="checkbox"/> Alto | <input type="checkbox"/> Medio | <input type="checkbox"/> Bajo |
|-------------------------------|--|--|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	05	ALZIRA CIUDAD DEPORTIVA
E	1	ESTRUCTUACIÓN DE PRODUCTO

La acción “Alzira Ciudad Deportiva” tiene como finalidad reforzar el posicionamiento de Alzira como una ciudad vinculada al deporte, poniendo en valor la cantidad y diversidad de clubes y equipos locales, así como la organización de eventos deportivos a lo largo del año. No se trata de construir nuevas infraestructuras, sino de aprovechar mejor las existentes y trabajar su imagen y coordinación desde una perspectiva turística y de promoción de ciudad.

En primer lugar, se plantea realizar un inventario y mapa de recursos deportivos del municipio: instalaciones (pabellones, campos, pistas, polideportivos, circuitos al aire libre, espacios vinculados al Xúquer...) y clubes/equipos de las diferentes disciplinas. Este trabajo permitirá visualizar todo el potencial deportivo de Alzira y detectar aquellos eventos o competiciones con mayor capacidad de atracción de participantes y acompañantes de fuera del municipio. A partir de este diagnóstico, se propone construir una imagen unificada bajo el concepto “Alzira Ciudad Deportiva” y trabajar una línea básica de comunicación asociada a la marca turística de la ciudad. Esta imagen se utilizará en la web municipal y turística, en redes sociales, en la cartelería de eventos y en el material promocional, con un apartado específico donde se recopilen el calendario de pruebas, los recursos deportivos y los servicios asociados.

Tareas a realizar:

Inventario y mapa deportivo

- Recopilar y ordenar la información sobre instalaciones, clubes y eventos deportivos.
- Elaborar un mapa físico y digital “Alzira Ciudad Deportiva”.

Calendario anual de eventos deportivos

- Reunir, actualizar y publicar el calendario de competiciones, torneos, carreras y otros eventos.
- Identificar y potenciar los eventos con mayor potencial tractor (participación externa, pernoctaciones, impacto en restauración y comercio).

Marca y comunicación “Alzira Ciudad Deportiva”

- Definir una línea gráfica y un pequeño *claim* asociado al deporte.
- Crear un apartado específico en la web y reforzar la comunicación en redes sociales con contenidos sobre clubes, deportistas y eventos.

Vinculación turismo–deporte

- Diseñar propuestas que combinen participación en eventos deportivos con oferta turística (visitas, naturaleza, gastronomía).
- Implicar a alojamientos y restauración en servicios adaptados a deportistas (horarios, menús, promociones ligadas a pruebas).

Relaciones con el sector deportivo

- Trabajar de forma coordinada con clubes, federaciones, centros educativos y empresas organizadoras de eventos para captar nuevas pruebas y consolidar las existentes bajo el paraguas “Alzira Ciudad Deportiva”.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
<input type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal
<input type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
<input type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN	GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN
<input type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> A+ total
<input type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> Alto
<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> Medio
	<input type="checkbox"/> Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 06 ALZIRA COMERCIO HISTÓRICO. DINAMIZACIÓN

E 1 ESTRUCTUACIÓN DE PRODUCTO

El objetivo de esta acción es potenciar la imagen y el reconocimiento del comercio histórico del centro de Alzira como parte de la identidad del destino, integrándolo dentro del Club de Producto Turístico (Ver Eje 1. 2. CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO. CREACIÓN), y no mediante la creación de una nueva estructura paralela. Se trata de reforzar el papel de estos establecimientos como espacios de memoria, vida cotidiana y experiencia auténtica para el visitante, articulando una línea de trabajo específica del Club dedicada al comercio histórico del centro.

La actuación se estructura en las siguientes líneas:

1. Identificación de comercios históricos (línea del Club)

- Definición, dentro del Club de Producto, de unos criterios de “comercio histórico” (antigüedad, continuidad, ubicación en casco histórico, singularidad del oficio, etc.).
- Apertura de un proceso de adhesión voluntaria para que los comercios del centro que cumplan los criterios se incorporen a esta línea específica del Club.
- Elaboración de un listado/inventario de comercios históricos integrantes del Club de Producto Turístico de Alzira.

2. Distintivo “Alzira Comerç Històric” vinculado al Club

- Diseño de un distintivo o placa “Alzira Comerç Històric”, alineado con la imagen del Club de Producto Turístico y la marca de ciudad.
- Colocación del distintivo en los establecimientos adheridos a esta línea del Club, como elemento visible para residentes y visitantes.
- Posibilidad de integrar códigos QR que enlacen a fichas online de cada comercio (historia, fotos antiguas, curiosidades).

3. Comunicación conjunta (no como club aparte)

- Creación de un apartado específico “Alzira Comerç Històric” dentro de la web y materiales del propio Club de Producto.
- Campañas en redes sociales y comunicación turística donde el comercio histórico aparezca como línea diferenciada del Club, pero bajo el mismo paraguas de marca.
- Mensaje clave: el comercio del centro como parte de la experiencia de visitar Alzira, no solo como servicio de compra.

4. Dinamización desde la estructura del Club

- Utilizar los espacios de participación y trabajo ya existentes del Club de Producto para escuchar y coordinar a los comercios históricos (sin necesidad de crear una nueva asociación).
- Programar, desde el Club, acciones puntuales de dinamización: campañas conjuntas, días temáticos en el centro, actividades asociadas a eventos culturales y festivos, etc.

5. Apoyo y mejora de la experiencia

- Ofrecer, a través del propio Club, píldoras formativas al comercio histórico (escaparatismo, atención al visitante, mínima presencia digital, relato del comercio como parte del patrimonio).
- Promover pequeñas mejoras que hagan más reconocible y acogedora la experiencia de compra en estos establecimientos, siempre desde la voluntariedad.

Con esta formulación, “Alzira Comerç Històric” no constituye un nuevo club independiente, sino una línea de producto y de trabajo específica dentro del Club de Producto Turístico de Alzira, que ayuda a visibilizar el comercio histórico del centro como un recurso turístico más del destino.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- NATURA
- CULTURA
- URBAN
- DEPORTE
- GASTRO

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal
- Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
- Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
- Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
- Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- Ayuntamiento Diputación Mancomunidad Ad. Autonómico. Ad. Estatal
- Restauración Alojamiento Otras empresas Entidad mixta Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- No existe Nivel bajo Nivel medio Nivel alto Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

2026 2027 2028 A+ total Alto Medio Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	07	BIRDING EN ALZIRA (HUERTA + RIO)
		E 1 ESTRUCTUACIÓN DE PRODUCTO

Alzira no cuenta actualmente con una oferta estructurada de turismo de birding, pero existe interés en impulsar este nicho como producto emergente. El objetivo es, por un lado, poner en valor los espacios vinculados al río Xúquer y sus zonas limítrofes, donde se concentra buena parte de la avifauna del municipio, y, por otro, aprovechar el potencial de los parajes naturales de la Murta y la Casella como espacios complementarios para la observación de aves. A medio plazo, este trabajo permitiría coordinarse con la oferta de la Mancomunitat de la Ribera del Xúquer, planteando el birding como producto turístico vertebrador a escala comarcal.

Tareas a realizar:

- Creación de una sección específica de birding en la web turística de Alzira, con información básica sobre observación de aves (normas de comportamiento, buenas prácticas, temporadas recomendadas), fichas de las zonas de avistamiento más interesantes en el entorno del Xúquer y en los parajes de la Murta y la Casella, e integración de contenidos en redes sociales con hitos del calendario biológico (migraciones, épocas de cría, especies destacadas, etc.).
- Primeras acciones de divulgación entre el sector y el territorio: difusión de estos contenidos a agencias especializadas, colectivos de aficionados y asociaciones ambientales de la zona, y valoración de la organización de una primera visita de familiarización (famtrip) con guías y agencias de birding para dar a conocer el potencial del municipio.
- Integración del birding en actividades y eventos ya existentes (jornadas de naturaleza, salidas guiadas, actividades en el Xúquer, programación de la Murta y la Casella), con el doble objetivo de sensibilizar a la población local y de “testar” el interés de la demanda en este tipo de propuestas.
- Vinculación progresiva del birding a la red de empresas turísticas de Alzira y de la Ribera: incorporación del producto a las líneas de trabajo del futuro Club de Producto o estructuras similares, conectándolo con alojamientos, restauración y otras actividades de naturaleza, y promoviendo especialmente experiencias en primavera y otoño, coincidiendo con los periodos de mayor diversidad ornitológica.

De este modo, Alzira puede empezar a posicionarse en el ámbito del turismo de naturaleza y observación de aves, apoyándose en sus propios recursos (río, parajes naturales) y creando la base para un futuro desarrollo comarcal conjunto con la Ribera del Xúquer.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
<input checked="" type="checkbox"/> NATURA <input type="checkbox"/> CULTURA <input type="checkbox"/> URBAN <input type="checkbox"/> DEPORTE <input type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal <input checked="" type="checkbox"/> Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio <input type="checkbox"/> Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos <input type="checkbox"/> Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional <input checked="" type="checkbox"/> Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo
AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN	
<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento <input type="checkbox"/> Diputación <input type="checkbox"/> Mancomunidad <input type="checkbox"/> Ad. Autonómic. <input type="checkbox"/> Ad. Estatal <input type="checkbox"/> Restauración <input type="checkbox"/> Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas <input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta <input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades	
APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN	
<input type="checkbox"/> No existe <input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo <input type="checkbox"/> Nivel medio <input type="checkbox"/> Nivel alto <input type="checkbox"/> Gran proyecto	
CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN	GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN
<input type="checkbox"/> 2026 <input checked="" type="checkbox"/> 2027 <input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input checked="" type="checkbox"/> Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	08	PLAN DE TURISMO ACCESIBLE
E	1	ESTRUCTUACIÓN DE PRODUCTO

La ciudad de Alzira ha iniciado algunas actuaciones en materia de accesibilidad en su oferta turística, pero todavía persisten barreras físicas, cognitivas y digitales en rutas, edificios y servicios (recorridos urbanos, recursos naturales, equipamientos culturales, alojamientos y restauración). Por ello, se plantea la elaboración de un Plan de Turismo Accesible de Alzira que combine la adecuación progresiva de recursos, la mejora de la comunicación inclusiva y la formación del sector, con el objetivo de consolidar Alzira como un destino abierto, inclusivo y sostenible.

Tareas a realizar:

Diagnóstico e inventario de accesibilidad

- Evaluación de la accesibilidad en cascos urbanos, recursos naturales (parajes como La Murta y La Casella, rutas vinculadas al río Xúquer), equipamientos culturales, alojamientos y establecimientos de restauración.
- Revisión de los soportes de información (web turística y municipal, folletos, planos, app si la hubiera y señalética), identificando barreras y las mejoras necesarias.

Adecuación de recursos

- Incorporación de elementos accesibles en las rutas y espacios más visitados (mejora de pavimentos, pasamanos, eliminación de escalones, puntos de descanso, etc.) y adaptación parcial de una ruta emblemática.
- Uso o incorporación de herramientas digitales de guiado accesible (audioguías, mapas accesibles, códigos QR con contenido adaptado).
- Rediseño y refuerzo de la señalización accesible: lectura fácil, pictogramas, braille cuando proceda y códigos QR con audiodescripción.

Comunicación accesible

- Creación en la web turística de Alzira de un apartado específico sobre accesibilidad en recursos y servicios turísticos (alojamientos, rutas, equipamientos, transporte accesible, etc.).
- Edición de una Guía de Turismo Accesible de Alzira, con información práctica sobre rutas sencillas, recursos adaptados, alojamientos accesibles, baños, rampas, transporte y servicios de apoyo disponibles.
- Difusión de estos contenidos a través de redes sociales municipales y canales especializados en turismo accesible (como, por ejemplo, plataformas tipo TUR4all).

Formación en accesibilidad turística

- Diseño y puesta en marcha de acciones formativas dirigidas a empresas de alojamiento, restauración, comercio turístico, personal de la oficina de turismo y guías, orientadas a la atención inclusiva y al trato adecuado a personas con diversidad funcional (sensorial, física, cognitiva, etc.).

Este Plan de Turismo Accesible permitirá disponer de una hoja de ruta clara para priorizar inversiones, mejorar la experiencia de visita y reforzar el posicionamiento de Alzira como destino comprometido con la accesibilidad universal.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN				
<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN				
<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN	GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN					
<input type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 09 PAQUETES TURÍSTICOS. CREACIÓN

E	1	ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO
---	---	----------------------------

El éxito de la puesta en valor de productos turísticos no estriba tanto en el valor patrimonial e histórico del argumento sobre el que se lleva a cabo si no en la capacidad de facilitar su compra y en el envoltorio que se genera en torno a él. Sin duda, si además el argumento es consistente, relevante y facilita a priori generar demandas, será más sencilla su compra.

Se entiende por paquete turístico el ensamblaje de una serie de servicios turísticos independientes, aunque complementarios como el alojamiento, restauración y ocio. Para crear productos turísticos concretos, es necesario antes decidir cuáles son los elementos definitorios de este producto, a que perfil turístico se dirigen, que recursos turísticos concretos se incluyen y que hay que poner en valor, así como determinar la participación del sector privado.

El contenido de estos paquetes turísticos estará directamente relacionado con los siguientes ítems:

- La Gastronomía
- El Paisaje y La Naturaleza.
- El Patrimonio Histórico y Cultural

Un ejemplo de experiencia vinculada a estos elementos podría ser “*Descubre Alzira*”, en la que un alojamiento, un restaurante, una empresa de visitas turísticas y una explotación agrícola ofrezcan conjuntamente un paquete de fin de semana que combine un taller agroalimentario con actividades de descubrimiento de la localidad. Otro ejemplo podría ser “*¿De dónde nace el kaki?*”, donde un alojamiento, un restaurante que incluya en su menú propuestas con kaki como producto principal y una empresa de actividades en huertos de kakis estructuren un paquete completo de fin de semana o entre semana en torno a este producto local.

La participación y la creación de líneas de diálogo entre los diferentes prestarios de servicios turísticos es fundamental para la estructuración de la oferta turística de la localidad en productos comercializables como se sugiere en la acción “taller experiencias turísticas”.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	--	--	-----------------------------------	--	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	10	EMBELLECIMIENTO DEL MUNICIPIO Y ACCESOS
		E 1 ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTO

El turismo es una actividad muy vinculada a los impactos visuales que recibe la persona visitante. Por ello, en Alzira resulta prioritario proyectar una imagen urbana armónica y cuidada, especialmente en los espacios que constituyen la “puerta de entrada” al municipio. La actuación propone intervenir de forma progresiva en los principales accesos viarios y entornos de llegada a la ciudad, tanto desde las carreteras de ámbito comarcal como desde las vías de alta capacidad.

En concreto, se consideran como accesos principales al municipio por carretera:

- Los accesos desde la A-7 / E-15 (Autovía del Mediterráneo), a través de los enlaces que conectan con Alzira.
- Los accesos desde la CV-50, eje comarcal que articula la conexión con otros municipios de la Ribera y del interior.
- Los accesos desde la CV-41 y la CV-42, que canalizan buena parte de la movilidad cotidiana y de visitantes de proximidad.

El objetivo de la actuación es homogeneizar y mejorar la imagen de estos accesos desde el punto de vista urbanístico y paisajístico, mediante intervenciones de adecuación y embellecimiento: mejora de la iluminación, ajardinamiento y tratamiento de pequeños espacios libres, ordenación de rótulos, medianeras y vallas, y uniformidad del mobiliario urbano y de la señalización de bienvenida. En todo momento se tendrá en cuenta la imagen de marca turística de Alzira, aplicando la línea gráfica definida en la acción de “aplicación de la marca turística” para reforzar la identidad del destino. El desarrollo de esta actuación deberá apoyarse en los resultados de un estudio específico de accesos e imagen urbana, que identifique los puntos críticos, establezca prioridades de intervención y proponga criterios de diseño coherentes con la estrategia turística y urbana del municipio.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
<input type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1 Dinamizar la actividad turística municipal
<input type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2 Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 3 Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4 Reforzar la gobernanza turística y coordinación institucional
<input type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	--	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN	GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN
----------------------------	------------------------------------

<input type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
-------------------------------	--	--	-----------------------------------	--	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



LC 2. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

AC 01 MARCA TURÍSTICA. RENOVACIÓN

E 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La marca turística actual de Alzira presenta limitaciones para transmitir los atributos identitarios del municipio, así como para conectar con los nuevos perfiles de demanda turística. No articula un relato claro sobre Alzira como destino, su vínculo con Jaume I y su diferencial respecto a otros municipios de interior. La renovación de la marca turística de Alzira se plantea como una acción motora para mejorar la competitividad del destino, actualizar su posicionamiento en el mercado turístico y garantizar una comunicación coherente y alineada con el destino.

Tareas a realizar:

- Diagnóstico de la marca turística vigente y análisis de su adecuación a los objetivos estratégicos del destino.
- Definición del posicionamiento estratégico, valores de marca y públicos objetivo.
- Desarrollo de la identidad visual corporativa de la marca turística, elaboración del relato de marca y mensajes clave.
- Elaboración de un manual de uso de la marca turística.
- Implementación de la nueva marca en acciones promocionales, canales digitales y materiales de comunicación.
- Producción de merchandising.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	-------------------------------------	---	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input checked="" type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	--	-------------------------------	--	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	02	PLAN DE MARKETING TURÍSTICO
		E 3 GESTIÓN

Una vez que Alzira dispone de un Plan Estratégico de Turismo que define sus ventajas competitivas, su modelo y posicionamiento como destino, así como los principales productos y segmentos de demanda prioritarios, el siguiente paso es concretar las actuaciones vinculadas a la difusión, promoción y comercialización del destino.

El Plan de Marketing Turístico de Alzira debería elaborarse, preferentemente, tras la actuación observatorio turístico de visitantes, de modo que los resultados sobre el perfil del visitante sirvan de base para diseñar las acciones de promoción. Una vez aprobado el Plan de Marketing, será posible desarrollar con mayor coherencia el banco de imágenes y la web turística de Alzira, alineando su estructura, contenidos, estética e imagen con las directrices del propio plan.

El Plan de Marketing Turístico incluirá, al menos, los siguientes contenidos:

- Definir las acciones de promoción y publicidad turística dirigidas tanto a la demanda final (captación y fidelización de visitantes) como a colectivos profesionales (agencias de viaje, prensa especializada, turoperadores, posibles inversores).
- Identificar las características y mensajes clave de los materiales audiovisuales necesarios para las distintas actuaciones (fotografía, vídeo, creatividades digitales, etc.).
- Crear o adaptar la imagen de marca turística de Alzira, incorporando un manual básico de uso (aplicación en distintos soportes y convivencia con otras marcas institucionales o comarcales), con el objetivo de unificar criterios y mensajes.
- Enumerar y priorizar los canales y soportes de comunicación, tanto online como offline (web, redes sociales, medios locales y regionales, folletos digitales, señalética, etc.), así como los eventos, ferias y acciones promocionales en los que participar, valorando su relación coste/beneficio y estableciendo una calendarización anual.
- Establecer recomendaciones sobre el protocolo y los contenidos a comunicar en los eventos en los que Alzira participe como destino, cubriendo las fases de pre-evento (planificación y organización), evento (ejecución) y post-evento (evaluación y monitorización), con el fin de maximizar el impacto en términos de promoción, posicionamiento e impacto económico para el municipio.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
<input type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1 Dinamizar la actividad turística supramunicipal
<input type="checkbox"/> CULTURA	<input type="checkbox"/> Ob2 Incrementar número de visitantes y gasto medio
<input type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob3 Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos
<input type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob4 Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional
<input type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN					
<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input checked="" type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal	
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades	

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN					
<input checked="" type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto	

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN			GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN			
<input type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 03 PÁGINA WEB TURÍSTICA. CREACIÓN

E	2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
---	---	---------------------------------

La página web oficial municipal (www.alzira.es) es el principal escaparate digital de Alzira, pero es poco atractiva, no tiene una estructura clara para encontrar la información que se necesite, llamadas a la acción, ni lógica de comercialización propia de un sitio turístico. La creación de una página web turística es imprescindible para la digitalización del destino y su posicionamiento en el mercado global. La creación de esta plataforma permitirá ofrecer a los potenciales visitantes una herramienta intuitiva, funcional y actualizada para planificar su visita, mejorando la experiencia del turista y optimizando las estrategias de marketing y promoción.

Tareas a realizar:

- Definición de la estructura y arquitectura de la información, planificación de la navegación y secciones clave por productos, por rutas (Ver Eje 1. 3. CARTERA DE RUTAS TEMÁTICAS), incorporar la agenda público – privada de eventos (Ver Eje 2. 8. AGENDA TURÍSTICA PÚBLICO – PRIVADA. CREACIÓN).
- Incorporar un diseño moderno, responsive y alineado con la nueva marca turística (Ver Eje 2. 1. MARCA TURÍSTICA. RENOVACIÓN)
- Potenciar el contenido visual (fotografía profesional, vídeos, recorridos virtuales) /Ver Eje 2. 7. BANCO AUDIOVISUAL. CREACIÓN).
- Accesibilidad: etiquetas, pictogramas, lectura fácil, adaptable a dispositivos móviles, y hacer una versión adaptada a diversidad funcional.
- Traducción completa al menos en castellano, valenciano e inglés (priorizando coherencia en todos los contenidos).
- Integración con redes sociales y otras plataformas: Conexión con perfiles y canales oficiales (Facebook, Instagram, X) y otros medios de promoción online.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	-------------------------------------	---	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	-------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	--	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 04 ALZIRA INFO EXPRESS. REVALORIZACIÓN

E 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Alzira cuenta con una segunda Oficina de Turismo ubicada en la Plaza Mayor, actualmente cerrada y con un evidente desgaste. Se trata de un espacio singular con un alto valor identitario y patrimonial gracias a su revestimiento de cerámica valenciana pintada a mano. Esta acción tiene como objetivo poner en valor el espacio utilizando las persianas y el entorno exterior para ofrecer información turística visual y accesible, como mapas, itinerarios, recomendaciones culturales y códigos QR, manteniendo la oficina como punto de referencia para visitantes y reforzando su identidad histórica y turística. La intervención permitirá ofrecer información turística básica y actualizada de forma accesible, además visibilizar el patrimonio arquitectónico y cerámico del local, generando un atractivo adicional que combine identidad, historia y funcionalidad, que contribuya a la promoción de Alzira como destino turístico y preparando el terreno para una futura reapertura o rehabilitación integral de la oficina.

Tareas a realizar:

- Diseño de elementos informativos adaptados al soporte de persianas y fachadas, concebidos como módulos que se pueden poner y quitar para permitir la apertura normal de la oficina cuando sea necesario.
- Producción e instalación de paneles, vinilos o gráficos resistentes al exterior.
- Incorporación de información turística actualizada: mapas, rutas (Ver Eje 1. 3. CARTERA DE RUTAS TEMÁTICAS), patrimonio, gastronomía, agenda público – privada de eventos (Ver Eje 2. 8. AGENDA TURÍSTICA PÚBLICO – PRIVADA. CREACIÓN), y códigos QR.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	-------------------------------------	---	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input checked="" type="checkbox"/> Bajo
-------------------------------	--	--	-----------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 05 MATERIAL PROMOCIONAL. ACTUALIZACIÓN

E	2	COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
---	---	---------------------------------

Actualmente, los materiales existentes presentan una imagen fragmentada, contenidos desactualizados y una limitada adaptación a los nuevos canales y perfiles de demanda turística, lo que reduce su eficacia como herramienta de promoción. La actualización del material promocional turístico de Alzira se plantea como una acción estratégica para mejorar la comunicación del destino, adecuar los soportes a la nueva marca turística (Ver Eje 2. 1. MARCA TURÍSTICA. RENOVACIÓN) y garantizar una difusión coherente, actualizada y alineada con los valores de sostenibilidad, identidad y calidad. Esta acción permitirá dotar al destino de materiales promocionales homogéneos, accesibles y orientados a la experiencia del visitante, facilitando la planificación de la visita, reforzando la visibilidad de los recursos turísticos y apoyando las acciones de promoción online y presencial.

Tareas a realizar:

- Análisis y planificación de contenidos: Inventario y análisis del material promocional existente (folletos, mapas, guías, cartelería, y soportes digitales); definición de contenidos prioritarios y mensajes clave alineados con la estrategia turística.
- Diseño y actualización de materiales: Rediseño de materiales con la nueva marca turística de Alzira; adaptación a distintos formatos, idiomas y criterios de accesibilidad.
- Digitalización y sostenibilidad: Desarrollo de materiales digitales descargables e integración con la web turística y redes sociales; producción selectiva de material impreso bajo criterios de sostenibilidad ambiental.
- Distribución y evaluación: Distribución del material en puntos estratégicos y en acciones promocionales; seguimiento y evaluación de su uso, alcance y eficacia.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómico.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
-------------------------------	--	-------------------------------	-----------------------------------	--	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 06 FAM + PRESS TRIPS. ORGANIZACIÓN

E 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La organización de viajes de familiarización (FAM Trips) y viajes de prensa (PRESS Trips) se plantea como una acción estratégica para mejorar la notoriedad y el posicionamiento turístico de Alzira. Estas acciones permiten dar a conocer de forma directa la oferta turística del destino a prescriptores claves del sector, como operadores turísticos, agencias de viajes, creadores de contenido y medios de comunicación especializados, favoreciendo la generación de contenidos, la prescripción del destino y el incremento de la demanda turística.

Tareas a realizar:

- Identificación y selección de perfiles estratégicos (operadores, agentes, periodistas, *influencers* y medios especializados).
- Diseño de programas de visita adaptados a los diferentes públicos objetivo y productos turísticos prioritarios.
- Coordinación logística de las visitas y documentación de las visitas mediante toma de fotografías para uso interno del Ayuntamiento de Alzira.
- Selección de experiencias y productos a mostrar, en colaboración con las necesidades del Club (degustaciones, demostraciones, visitas guiadas, actividades en la naturaleza) y diseño del calendario anual de visitas, rotando entre municipios y tipologías de empresas. Inicio el primer año con dos visitas piloto y consolidación en años posteriores con un mínimo de dos jornadas semestrales de familiarización.
- Seguimiento y evaluación de resultados (impacto mediático, publicaciones, alcance y retorno promocional).

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
-------------------------------	-------------------------------	--	-----------------------------------	-------------------------------	---	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 07 BANCO AUDIOVISUAL. CREACIÓN

E 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El impacto visual es fundamental en la promoción turística y en la decisión de los visitantes. Alzira no dispone de un banco audiovisual profesional y actualizado, y el material existente está disperso, desfasado y sin enfoque experiencial. Se propone crear un banco de imágenes y vídeos que muestren la especialización en productos turísticos (naturaleza, cultura, gastronomía, turismo urbano y deportes), primando las imágenes atractivas que contribuyan a una promoción coherente, atractiva y alineada con las estrategias provincial y autonómica de turismo.

Tareas a realizar:

- Producción profesional de fotografías, vídeos, y clips cortos para redes sociales de las diferentes áreas del municipio, con especial atención a los productos estratégicos del destino: Natura (Vistas de La Murta, La Casella y Anell Verd; rutas de senderismo y ciclo, birding), Cultura (recursos de Jaume I, fiestas, eventos), Urban (calles, ocio, comercio local), Gastro (talleres, producto local), Deportes (eventos deportivos, equipamiento).
- Enfoque experiencial: Escenas con visitantes y modelos profesionales (familias, niños, parejas, grupos) disfrutando activamente de los recursos, de modo que provoquen empatía en el turista; Inclusión de consumo en restaurantes, comercios y alojamientos; Recreación de actividades culturales y gastronómicas.
- Organización del banco: Clasificación por temáticas, productos y estaciones; Versiones en diferentes formatos (horizontal/vertical, alta/baja resolución); Entrega de un archivo con sistema de palabras clave para búsqueda.
- Creación de un archivo digital organizado y accesible para su uso por parte del Ayuntamiento y entidades colaboradoras (Patronato Provincial de Turismo de Valencia y Turisme Comunitat Valenciana) con clasificación por productos turísticos, estaciones del año y tipología de recurso (recurso, actividad, evento). Se establecerá un sistema de etiquetas o palabras clave para facilitar la búsqueda y el uso compartido entre áreas municipales, empresas y medios
- Establecer protocolos de uso compartidos y cesión de derechos.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
-------------------------------	--	-------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	---	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 08 AGENDA TURÍSTICA PÚBLICO – PRIVADA. CREACIÓN

E 2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Alzira carece actualmente de un calendario conjunto de eventos turísticos, habiendo una dispersión de la información y la falta de coordinación entre los agentes públicos y privados dificultan la promoción eficaz de la oferta turística y reducen su impacto. La creación de una agenda turística público – privada tiene como objetivo coordinar, ordenar y visibilizar de forma integrada la programación de eventos, actividades y acciones turísticas del municipio. De este modo, permitirá mejorar la planificación, evitar solapamientos, potenciar sinergias entre los actores del destino y ofrecer al visitante una herramienta única y actualizada que mejore su experiencia.

Tareas a realizar:

- Inventario inicial de eventos actuales (ferias, festivales, jornadas, competiciones...).
- Creación del calendario digital comarcal, accesible en la web turística, con versión descargable y multilingüe (castellano, valenciano e inglés). Se recomienda tomar como base el calendario elaborado en el marco del presente Plan.
- Integración del calendario en campañas promocionales y materiales de marketing de la Mancomunidad.
- Diseño de campañas segmentadas (familias, seniors, cicloturistas, internacionales), vinculadas a los eventos más afines a cada público.
- Colaboración con restaurantes y productores para incorporar degustaciones y experiencias gastronómicas en la programación.
- Actualización semestral del calendario en coordinación con los ayuntamientos y el Club de Producto.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 2	Incrementar el número de visitantes y su gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob 3	Mejorar y mantener el estado de los recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob 4	Reforzar la gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob 5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input checked="" type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input checked="" type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	--	--	--	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



LC 3. GESTIÓN

AC 01 COMISIONES TURÍSTICAS DE ALZIRA. CREACIÓN

E 3 GESTIÓN

Dada el gran trabajo que absorbe el área dedicada al turismo y la existencia de actuaciones que requieren un enfoque claramente transversal (movilidad interna, puesta en valor de recursos culturales y naturales, mantenimiento de espacios, comercio, eventos, promoción y comunicación, etc.), se plantea la creación de dos órganos complementarios de gobernanza turística en Alzira, con el objetivo de generar sinergias, mejorar la coordinación y profesionalizar la gestión del destino.

Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo

Órgano interno de coordinación, integrado por los departamentos municipales con incidencia en la actividad turística (Turismo, Cultura, Fiestas, Deportes, Urbanismo, Medio Ambiente, Servicios Públicos, Comercio, Comunicación, Participación Ciudadana, etc.). Este órgano responde, además, a uno de los requisitos del modelo DTI-CV, alineando la estructura municipal con la acción de adhesión a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes.

- **Objetivo:** garantizar la coherencia entre las políticas municipales que afectan al turismo, coordinar la planificación y ejecución de las actuaciones del Plan Estratégico y facilitar una gestión integrada de los recursos y espacios turísticos.
- **Funciones básicas:** coordinación de proyectos, seguimiento del Plan Estratégico, revisión de indicadores, identificación de necesidades y oportunidades de financiación, preparación de propuestas para los órganos políticos y para la comisión mixta.
- **Periodicidad:** al menos una reunión anual, preferentemente dos, pudiendo convocarse sesiones extraordinarias cuando sea necesario.

Comisión Mixta de Turismo

Foro de participación público-privada, en el que se integren la corporación municipal y representantes del tejido socioeconómico local vinculado al turismo (alojamientos, restauración, comercio, empresas de actividades, guías, asociaciones culturales, deportivas, vecinales, etc.), así como otras entidades supramunicipales o sectoriales que se considere oportuno invitar.

- **Objetivo:** ordenar y promover el turismo en Alzira, proyectar una imagen atractiva y singular del municipio, aumentar el impacto económico positivo del sector y sensibilizar a la población y al empresariado sobre su importancia para la comunidad.
- **Funciones básicas:** participación en la definición y seguimiento de los productos turísticos, propuestas de promoción y comercialización, impulso de alianzas público-privadas, seguimiento del Plan Estratégico y canalización de aportaciones del sector.
- **Periodicidad:** reuniones periódicas, al menos semestrales, pudiendo reforzarse la frecuencia en momentos clave (inicio de anualidad, revisión de campañas, etc.).

La puesta en marcha coordinada de la Comisión Técnica Interdepartamental y de la Comisión Mixta de Turismo permitirá a Alzira avanzar hacia un modelo de gobernanza turística estructurada, condición clave tanto para el despliegue del Plan Estratégico de Turismo como para el cumplimiento de los requisitos asociados al modelo DTI-CV y a la futura declaración de Municipio Turístico.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- NATURA
- CULTURA
- URBAN
- DEPORTE
- GASTRO

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|---|
| Ob1 | Dinamizar la actividad turística supramunicipal |
| Ob2 | Incrementar número de visitantes y gasto medio |
| Ob3 | Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos |
| Ob4 | Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional |
| Ob5 | Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|--|---|--|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Diputación | <input checked="" type="checkbox"/> Mancomunidad | <input type="checkbox"/> Ad. Autonómic. | <input type="checkbox"/> Ad. Estatal |
| <input checked="" type="checkbox"/> Restauración | <input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento | <input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas | <input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta | <input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades |

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

No existe Nivel bajo Nivel medio Nivel alto Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

2026 2027 2028

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

A+ total Alto Medio Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 02 OBSERVATORIO TURÍSTICO DE VISITANTES. CREACIÓN

E 3 GESTIÓN

Actualmente, el Ayuntamiento de Alzira carece de información sistemática y detallada sobre el perfil y los hábitos de consumo de sus visitantes, lo que limita la capacidad de diseñar productos y estrategias ajustadas a sus motivaciones reales. No obstante, el municipio ya dispone de canales y herramientas que pueden utilizarse para recopilar datos de manera ágil y con bajo coste: web municipal, visitas guiadas, actividades culturales y deportivas, así como la atención en la oficina de turismo.

La actuación plantea implantar un sistema básico y estandarizado de recogida de datos, mediante cuestionarios breves tanto en el momento de la reserva/compra como al finalizar la visita o actividad, con el objetivo de conocer la procedencia, la motivación del viaje, los canales de información utilizados, el nivel de satisfacción y el gasto aproximado en destino.

Tareas a realizar:

- Diseñar cuestionarios breves y estandarizados (máx. 5 preguntas), adaptados a dos momentos clave:
 - Compra o reserva online/presencial: procedencia, motivación principal de la visita, canal por el que ha conocido Alzira.
 - Encuesta de satisfacción post-visita/actividad: valoración de la experiencia, gasto aproximado en el municipio, intención de repetir o recomendar.
- Integrar los cuestionarios en la futura web turística de Alzira, en los sistemas de reserva y en los principales recursos y actividades (oficina de turismo, visitas guiadas, eventos culturales y deportivos), priorizando el formato digital (formularios online, QR, etc.).
- Formar al personal de la oficina de turismo y a los gestores de recursos y actividades para garantizar una recogida homogénea de la información y un buen nivel de respuesta.
- Analizar los resultados semestralmente y elaborar informes sintéticos con los datos clave de perfil, motivaciones, satisfacción y gasto.
- Compartir los resultados con los órganos de gobernanza turística (Comisión Técnica Interdepartamental y Comisión Mixta) y con el tejido empresarial, de manera que sirvan de base para la toma de decisiones, el diseño de productos y la planificación de las acciones de comunicación y comercialización.

PRODUCTOS ASOCIADOS

- NATURA
- CULTURA
- URBAN
- DEPORTE
- GASTRO

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- | | |
|-----|---|
| Ob1 | Dinamizar la actividad turística supramunicipal |
| Ob2 | Incrementar número de visitantes y gasto medio |
| Ob3 | Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos |
| Ob4 | Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional |
| Ob5 | Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo |

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|--|--------------------------------------|---|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento | <input type="checkbox"/> Diputación | <input type="checkbox"/> Mancomunidad | <input type="checkbox"/> Ad. Autonómic. | <input type="checkbox"/> Ad. Estatal |
| <input type="checkbox"/> Restauración | <input type="checkbox"/> Alojamiento | <input type="checkbox"/> Otras empresas | <input type="checkbox"/> Entidad mixta | <input type="checkbox"/> Otras entidades |

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

- | | | | | |
|------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> No existe | <input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo | <input type="checkbox"/> Nivel medio | <input type="checkbox"/> Nivel alto | <input type="checkbox"/> Gran proyecto |
|------------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|--|

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN

- | | | |
|--|-------------------------------|-------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> 2026 | <input type="checkbox"/> 2027 | <input type="checkbox"/> 2028 |
|--|-------------------------------|-------------------------------|

GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

- | | | | |
|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A+ total | <input checked="" type="checkbox"/> Alto | <input type="checkbox"/> Medio | <input type="checkbox"/> Bajo |
|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 03 PLAN DE SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA

E	3	GESTIÓN
---	---	---------

El objetivo de esta acción es sensibilizar tanto a la ciudadanía como a la organización municipal (equipo de gobierno y personal técnico) sobre el papel clave que desempeñan en la acogida de las personas visitantes y en la construcción de una imagen positiva de Alzira como destino.

En primer lugar, se organizarán sesiones informativas internas dirigidas a:

- Responsables políticos (Alcaldía, concejalías de Turismo, Cultura, Deportes, Fiestas, Comercio, Medio Ambiente, Urbanismo, etc.).
- Departamentos municipales con incidencia en el turismo (Turismo, Cultura, Deportes, Fiestas, Urbanismo, Medio Ambiente, Servicios Públicos, Policía Local, Comunicación, Participación Ciudadana, etc.).

Estas sesiones tendrán como finalidad alinear mensajes, explicar la estrategia turística de Alzira y reforzar la idea de que el turismo es una política transversal, que requiere coordinación entre áreas.

En paralelo, se realizarán sesiones informativas y materiales digitales (folletos, presentaciones, infografías) dirigidos a los principales representantes de la sociedad local (asociaciones vecinales, culturales, comerciales, hostelería, centros educativos, etc.), trasladando de forma clara la visión de destino y los beneficios de un desarrollo turístico sostenible.

Para la ciudadanía en general, se programarán durante un par de fines de semana rutas guiadas específicas para residentes (dos pases al día), que recorran los principales recursos y espacios turísticos de Alzira, acompañadas de una campaña de comunicación local para fomentar la participación y animar a los vecinos y vecinas a conocer mejor su propio destino. Además, se habilitarán buzones de sugerencias (online y físicos en Ayuntamiento y oficina de turismo) para recoger opiniones sobre la situación actual y futura del turismo. Su existencia se difundirá mediante canales digitales municipales, medios locales y comunicaciones internas.

Con todas las aportaciones se elaborará una síntesis de conclusiones y propuestas, que se compartirá con la Comisión Técnica / Comisión Mixta de Turismo y con el equipo político, reforzando la corresponsabilidad de la organización municipal y de la sociedad en el desarrollo turístico de Alzira.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob1 Dinamizar la actividad turística supramunicipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input checked="" type="checkbox"/> Ob2 Incrementar número de visitantes y gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob3 Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob4 Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN **GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN**

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input checked="" type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	-------------------------------	-------------------------------	--	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 04 ALZIRA DESTINO TURÍSTICO: ADHESIÓN DTI-CV + MUNICIPIO TURÍSTICO

E	3	GESTIÓN
---	---	---------

Para que Alzira avance en su consolidación como destino turístico, se propone impulsar de forma coordinada dos procesos clave:

- 1º. La adhesión a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (DTI-CV).
- 2º. La solicitud de la condición de Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana.

El modelo de Destino Turístico Inteligente, impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo y respaldado por Turisme Comunitat Valenciana a través de INVATTUR, plantea una estrategia basada en la gobernanza, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología. Su implantación exige un primer ciclo de autodiagnóstico y planificación y un segundo de ejecución y seguimiento, que sitúa al municipio en uno de los tres niveles de la red (básico, óptimo o excelente). La pertenencia a la red DTI-CV mejora la competitividad, la gestión turística y el acceso a ayudas y subvenciones específicas. De forma paralela, se propone que Alzira, una vez adherida a la red, solicite la declaración de Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana, reforzando así su reconocimiento como destino y su acceso a líneas de financiación para el desarrollo turístico. Esta figura se regula en el Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, y en el Decreto 203/2021, de 17 de diciembre, y exige acreditar requisitos y obligaciones relacionados con la población turística atendida, las plazas de alojamiento, la relevancia de los recursos turísticos y el peso del turismo en la economía local, entre otros. Anualmente, el municipio deberá remitir información actualizada sobre los requisitos catalogados como obligaciones. La solicitud será formulada por el Ayuntamiento de Alzira y deberá presentarse por medios electrónicos, acompañada de la documentación acreditativa del cumplimiento de los criterios y obligaciones establecidos en los capítulos II y III del Decreto 5/2020.

La combinación de ambos procesos —adhesión al modelo DTI-CV y declaración como Municipio Turístico— permitirá a Alzira avanzar hacia un modelo de gestión turística más profesionalizado, innovador y sostenible, aumentando su capacidad de financiación y mejorando su posicionamiento dentro del sistema turístico valenciano.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística supramunicipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input type="checkbox"/> Ob2	Incrementar número de visitantes y gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob3	Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob4	Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input checked="" type="checkbox"/> Ad. Autonómico.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input checked="" type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	-------------------------------	-------------------------------	--	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 05 TALLER DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS. ORGANIZACIÓN

E	3	GESTIÓN
---	---	---------

La participación y la creación de líneas de diálogo entre los diferentes prestatarios de servicios turísticos es fundamental para la estructuración de la oferta turística de Alzira en productos comercializables.

Se organizarán mesas de trabajo entre los diferentes empresarios para acompañarlos en las distintas fases de creación de las experiencias. Se deberían realizar reuniones semestrales, en las que se facilite e incentive el diálogo por ejemplo entre alojamiento, restaurantes y empresas de actividades para crear experiencias que ofrecer a los visitantes para que pasen unos días en la localidad y conozcan el territorio.

Una vez creados los paquetes se procederá con la comunicación de estos. Dicha comunicación se puede realizar de forma mixta, incluyendo una sección en la web turística de Alzira y sus redes sociales como vehículo comercializador directo, a través de Creaturisme, del catálogo comercial del Patronato de Turismo, y completándolo con actuaciones para captar la atención de estructuras de venta sobre la localidad.

Posteriormente se propone la edición de un catálogo de ventas que describirá los paquetes, los agrupará y adjudicará un precio. Dicho catálogo podrá editarse con formato de folleto, pero sobre todo como un apartado disponible en el portal turístico. Es fundamental, para el éxito de la acción, la permanente actualización de precios y ofertas y, por ende, la colaboración de todos los empresarios del sector que oferten servicios en el territorio.

PRODUCTOS ASOCIADOS OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística supramunicipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input type="checkbox"/> Ob2	Incrementar número de visitantes y gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input type="checkbox"/> Ob3	Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob4	Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input type="checkbox"/> Ob5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómico.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input checked="" type="checkbox"/> Restauración	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
------------------------------------	--	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	-------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	--	--------------------------------	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC 06 PARAJES NATURALES DE ALZIRA. GESTIÓN SOSTENIBLE

E	3	GESTIÓN
---	---	---------

Alzira cuenta con dos parajes naturales de gran importancia y relevancia en su término municipal, La Murta y La Casella, que además presentan una estacionalidad muy marcada, especialmente en Semana Santa, Pascua y otros festivos. Tanto desde la mesa de trabajo creada en el marco del presente Plan Estratégico como desde el propio Ayuntamiento se ha manifestado la preocupación por garantizar su preservación y asegurar una gestión lo más sostenible posible, de manera que la actividad turística genere el mínimo impacto sobre el entorno.

Para ello se plantea un conjunto de medidas escalonadas:

Medidas de regulación del acceso y estacionamiento:

- Redactar una ordenanza fiscal reguladora para el cobro del estacionamiento en los aparcamientos vinculados a los parajes naturales, incluyendo la exención para las personas residentes en Alzira.
- Contratar personal específico para la gestión de los aparcamientos, financiando estos puestos, en la medida de lo posible, con los ingresos recaudados por la tasa de estacionamiento.
- Habilitar nuevos aparcamientos disuasorios, con el fin de ordenar el acceso y reducir la presión de vehículos en las zonas más sensibles.
- Cerrar determinados accesos en vehículo mediante cadenas u otros elementos físicos, limitando así la entrada no controlada a pistas y espacios no habilitados para el estacionamiento.

Medidas de control, señalización y vigilancia:

- Instalar señalización específica que prohíba el estacionamiento indebido (por ejemplo, en doble fila o en zonas no autorizadas).
- Coordinación con la Policía Local para reforzar la presencia y el control durante los periodos de máxima afluencia.

Medidas de planificación y gestión técnica:

- Realizar un estudio de capacidad de carga de los parajes de La Murta y La Casella, que sirva como base técnica para regular flujos de acceso, usos y aforos.
- Una vez disponible el estudio de capacidad de carga, valorar la restricción o prohibición temporal del acceso en los momentos en que se alcance la capacidad máxima admisible, informando de estas limitaciones tanto en las redes sociales como en la web turística y en la propia señalética de acceso.
- Estudiar, en una fase posterior, la implantación de un sistema de reserva previa de aparcamiento vía online, que no se prevé implementar en la primera anualidad de ejecución.

Medidas complementarias a medio plazo:

- Valorar la instalación de sensores de conteo de personas en las entradas o en puntos estratégicos de los parajes, para disponer de datos objetivos de afluencia y poder ajustar mejor la gestión.
- El diseño de campañas de sensibilización dirigidas a visitantes y población local sobre buenas prácticas en La Murta y La Casella (residuos, ruidos, respeto a fauna y flora).
- El estudio de servicios de transporte colectivo o lanzaderas en días punta, que reduzcan el uso del vehículo privado hasta los accesos principales.

Estas medidas, combinadas, permitirán avanzar hacia un modelo de uso público más ordenado y sostenible de los parajes naturales de Alzira.

PRODUCTOS ASOCIADOS		OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	
<input checked="" type="checkbox"/>	NATURA	<input type="checkbox"/>	Ob1 Dinamizar la actividad turística supramunicipal
<input type="checkbox"/>	CULTURA	<input type="checkbox"/>	Ob2 Incrementar número de visitantes y gasto medio
<input type="checkbox"/>	URBAN	<input checked="" type="checkbox"/>	Ob3 Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos
<input type="checkbox"/>	DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/>	Ob4 Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional
<input type="checkbox"/>	GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/>	Ob5 Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN									
<input checked="" type="checkbox"/>	Ayuntamiento	<input type="checkbox"/>	Diputación	<input type="checkbox"/>	Mancomunidad	<input type="checkbox"/>	Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/>	Ad. Estatal
<input type="checkbox"/>	Restauración	<input type="checkbox"/>	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/>	Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN									
<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>	Nivel bajo	<input type="checkbox"/>	Nivel medio	<input checked="" type="checkbox"/>	Nivel alto	<input type="checkbox"/>	Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN			GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN										
<input checked="" type="checkbox"/>	2026	<input checked="" type="checkbox"/>	2027	<input checked="" type="checkbox"/>	2028	<input type="checkbox"/>	A+ total	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Medio	<input type="checkbox"/>	Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE										

AC 07 MANUAL DE PROTOCOLO DE EVENTOS. ELABORACIÓN

E	3	GESTIÓN
---	---	---------

Alzira dispone de un calendario amplio de fiestas y eventos a lo largo de todo el año, lo que exige un esfuerzo organizativo considerable por parte del Ayuntamiento y de las entidades locales implicadas, especialmente teniendo en cuenta la limitación de recursos humanos y materiales. En muchos casos, la gestión recae en personal no especializado que no siempre conoce las herramientas y canales necesarios para maximizar el impacto turístico de estas celebraciones. Con esta actuación se pretende facilitar la organización de los eventos y optimizar su aprovechamiento turístico mediante la elaboración de un Manual de Protocolo de Eventos Turísticos de Alzira. Este documento funcionará como guía práctica de referencia, recogiendo los pasos a seguir y los aspectos clave en la planificación, gestión, comunicación y evaluación de los eventos, y resultará especialmente útil en aquellos en los que intervienen diferentes departamentos municipales, asociaciones y entidades colaboradoras.

La estructura del manual se articulará en torno a tres etapas:

- Preevento (planificación y organización),
- Evento (ejecución y operativa sobre el terreno),
- Postevento (evaluación, seguimiento y mejora continua).

Como mínimo, durante la celebración se definirá una estrategia para controlar la asistencia y recoger la opinión de las personas asistentes. Estos datos permitirán valorar el grado de cumplimiento de objetivos, conocer el perfil de la demanda y extraer aprendizajes para futuras ediciones. Al finalizar cada evento, se elaborará un informe de balance, conclusiones y recomendaciones, que se presentará y debatirá en los órganos de participación turística (comisión técnica y comisión mixta).

El manual abarcará todo tipo de eventos que forman parte del tejido cultural y turístico de Alzira (festivos, culturales, deportivos, gastronómicos, etc.), priorizando inicialmente aquellos de mayor proyección turística y capacidad de atracción.

PRODUCTOS ASOCIADOS **OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN**

<input checked="" type="checkbox"/> NATURA	<input type="checkbox"/> Ob1	Dinamizar la actividad turística municipal
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	<input type="checkbox"/> Ob2	Incrementar número de visitantes y gasto medio
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	<input checked="" type="checkbox"/> Ob3	Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	<input checked="" type="checkbox"/> Ob4	Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	<input checked="" type="checkbox"/> Ob5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN

<input checked="" type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto
---	-------------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------	--

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN **GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN**

<input checked="" type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
--	-------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	---	-------------------------------

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	08	PLAN DE USOS DE EDIFICIOS PÚBLICOS
		E 3 GESTIÓN

La actuación propone la elaboración de un Plan de Usos de Edificios y Espacios Públicos de Alzira con el objetivo de ordenar, optimizar y coordinar el aprovechamiento de los principales equipamientos municipales (centros culturales, edificios históricos, espacios festivos, deportivos, etc.) y alinearlos con la estrategia turística y cultural del municipio.

El plan partirá de un **inventario** detallado de los **edificios y espacios públicos** de Alzira con potencial uso turístico, cultural y social (por ejemplo, edificios históricos del centro urbano, centros cívicos, salas expositivas, auditorios, mercados, recintos festivos o equipamientos vinculados al Xúquer). De cada uno de ellos se recogerán datos sobre su situación jurídica y urbanística, estado de conservación, capacidad, usos actuales, limitaciones técnicas, horarios de apertura y posibles incompatibilidades.

A partir de este diagnóstico se identificarán los **usos preferentes y complementarios** de cada equipamiento, estableciendo criterios claros (patrimoniales, de accesibilidad, de convivencia vecinal, seguridad, ruido, etc.) para su utilización. El Plan contemplará, por ejemplo, qué edificios pueden acoger actividades turísticas guiadas, eventos culturales de pequeño y gran formato, actividades formativas, usos asociativos, ferias y mercados o acciones vinculadas a la promoción gastronómica y del producto local. Asimismo, se definirán franjas horarias y temporadas prioritarias para determinados usos, con el fin de evitar solapamientos, saturaciones o conflictos entre actividades.

El documento incluirá también **procedimientos internos y básicos de gestión**, tales como un protocolo para la solicitud y cesión de espacios (quién puede solicitar, con cuánta antelación, qué tipo de actos se autorizan), los criterios de priorización cuando existan varias demandas sobre un mismo edificio, y unas normas generales de uso (aforos, limpieza, montaje y desmontaje, señalización, condiciones técnicas mínimas, etc.). Se propondrá la creación de un calendario único de reservas gestionado desde un área de referencia (por ejemplo, Cultura/Turismo) que permita tener una visión global de las actividades programadas y mejorar la coordinación entre departamentos.

El Plan de Usos se elaborará de forma **participada**, mediante reuniones de trabajo con los departamentos municipales implicados (Cultura, Fiestas, Deportes, Urbanismo, Servicios Públicos, Turismo, Participación Ciudadana, etc.) y con las entidades usuarias habituales (asociaciones culturales y vecinales, colectivos festivos, entidades deportivas, etc.), de manera que se recojan sus necesidades y propuestas. Una vez definido el documento, se presentará en los órganos de gobernanza turística y cultural del municipio y se elevará a aprobación municipal, con el compromiso de realizar una revisión periódica (por ejemplo, cada dos años) que permita ajustar usos, normas y prioridades en función de la experiencia acumulada.

Con este Plan de Usos se pretende, en definitiva, garantizar un aprovechamiento más eficiente, equitativo y coherente de los edificios públicos de Alzira, reforzando su papel como soporte de la vida cultural y social, y como recurso estratégico para el desarrollo turístico sostenible del municipio.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN					
<input type="checkbox"/> NATURA	Ob1	Dinamizar la actividad turística supramunicipal				
<input checked="" type="checkbox"/> CULTURA	Ob2	Incrementar número de visitantes y gasto medio				
<input checked="" type="checkbox"/> URBAN	Ob3	Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos				
<input checked="" type="checkbox"/> DEPORTE	Ob4	Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional				
<input checked="" type="checkbox"/> GASTRO	Ob5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo				
AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN						
<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento	<input type="checkbox"/> Diputación	<input type="checkbox"/> Mancomunidad	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic.	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal		
<input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades		
APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN						
<input type="checkbox"/> No existe	<input type="checkbox"/> Nivel bajo	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto		
CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN			GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN			
<input type="checkbox"/> 2026	<input type="checkbox"/> 2027	<input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input checked="" type="checkbox"/> Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



AC	09	MEDIOS PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA. DOTACIÓN
		E 3 GESTIÓN

La gestión del presente Plan y del desarrollo turístico de Alzira requiere disponer de medios técnicos y económicos estables que permitan planificar programas y acciones, con la profesionalidad, capacidad técnica y respaldo político necesarios para coordinarse con todos los niveles de la administración y con los agentes del territorio.

En la actualidad, la gestión turística depende en gran medida de ayudas y programas de carácter temporal. Por ello, se plantea la dotación de recursos económicos para consolidar un departamento técnico de turismo permanente en Alzira, mediante la contratación de personal técnico especializado que vele por la ejecución de las actuaciones recogidas en este Plan, el impulso del 750 aniversario de Jaume I y, en general, de todas aquellas iniciativas vinculadas al desarrollo turístico sostenible del municipio.

Entre sus funciones, se encontraría la de concretar y orientar las acciones de desarrollo, identificar las líneas de financiación, buscar la cooperación y participación de los agentes (creación de comisiones técnica y mixta), temporalizar las acciones, el seguimiento y evaluación de cada una, etc.

Si fuera necesario, la oficina podrá ampliarse con la contratación de personal de apoyo para garantizar una gestión turística eficaz y continuada (asistencia técnica).

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN
■	Ob1
■	Ob2
■	Ob3
■	Ob4
■	Ob5

AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN					
■	Ayuntamiento	<input type="checkbox"/>	Diputación	<input type="checkbox"/>	Mancomunidad
<input type="checkbox"/>	Restauración	<input type="checkbox"/>	Alojamiento	■	Otras empresas
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		■	Entidad mixta
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		■	Otras entidades
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Ad. Autonómic.
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Ad. Estatal

APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN					
<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>	Nivel bajo	■	Nivel medio
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Nivel alto
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Gran proyecto

CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN			GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN			
■	2026	■	2027	■	2028	■
■	A+ total	<input type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Medio	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Bajo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE									
■	1 FIN DE LA POBREZA	■	2 HAMBRE CERO	■	3 SALUD Y BIENESTAR	■	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	■	5 IGUALDAD DE GÉNERO
■	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	■	7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	■	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	■	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	■	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
■	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	■	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	■	13 ACCIÓN POR EL CLIMA	■	14 VIDA SUBMARINA	■	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES
■	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	■	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS						

AC	10	INVERSORES ALOJAMIENTO. CAPTACIÓN
		E 3 GESTIÓN

La acción tiene como objetivo incrementar la capacidad y diversificación de la oferta de alojamiento turístico del municipio, orientándola hacia productos de calidad alineados con el modelo de destino (cultural, naturaleza, deporte, eventos y actividad económica comarcal).

Para ello, se plantea diseñar y poner en marcha un programa específico de atracción de inversión privada en alojamientos turísticos, tanto para nuevas aperturas como para la rehabilitación de inmuebles existentes. La actuación comenzará con la identificación de oportunidades inmobiliarias y de suelo con potencial turístico —especialmente en el casco histórico, entorno del Xúquer y áreas próximas a equipamientos culturales y deportivos—, elaborando un inventario acompañado de una ficha básica de cada inmueble (situación urbanística, estado, usos permitidos, entorno, accesibilidad).

A partir de este trabajo se redactará un “Dossier de oportunidades de inversión en alojamientos en Alzira”, que resumirá el modelo de destino y las carencias de la oferta actual, definirá zonas prioritarias para la implantación de nuevos alojamientos, propondrá tipologías deseables (pequeño hotel urbano, hotel boutique, apartamentos turísticos regulados, alojamientos vinculados a la naturaleza o al deporte, etc.) e incluirá las principales ventajas competitivas de Alzira como lugar de inversión.

El Ayuntamiento, a través de la concejalía y la oficina técnica de turismo, en coordinación con Urbanismo, Promoción Económica, Hacienda y Comunicación, estudiará la definición de posibles incentivos y herramientas de apoyo municipal dentro del marco normativo vigente (facilidades en la tramitación, acompañamiento técnico, ventanilla única para proyectos tractores, visibilidad preferente en la promoción turística, etc.). Con este material se desarrollarán acciones de promoción y contacto con inversores y promotores: presentaciones del dossier en foros empresariales, cámaras de comercio y asociaciones sectoriales, organización de reuniones “*business to business*” y visitas guiadas a las zonas e inmuebles seleccionados, así como la difusión del dossier y de la cartera de oportunidades en la web municipal y la web turística mediante un espacio específico de “Oportunidades de inversión turística en Alzira”. La acción se concibe como una actuación continuada a corto y medio plazo, con revisión anual del inventario y del dossier, y su éxito se medirá, entre otros indicadores, por el número de inmuebles inventariados, contactos realizados con inversores, proyectos de alojamiento presentados y nuevas plazas de alojamiento turístico reguladas generadas durante la vigencia del Plan.

PRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN										
<input type="checkbox"/> NATURA <input type="checkbox"/> CULTURA <input checked="" type="checkbox"/> URBAN <input type="checkbox"/> DEPORTE <input type="checkbox"/> GASTRO	<table border="1"> <tr><td style="background-color: #d3d3d3;">Ob1</td><td>Dinamizar la actividad turística supramunicipal</td></tr> <tr><td style="background-color: #c00000; color: white;">Ob2</td><td>Incrementar número de visitantes y gasto medio</td></tr> <tr><td style="background-color: #d3d3d3;">Ob3</td><td>Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos</td></tr> <tr><td style="background-color: #d3d3d3;">Ob4</td><td>Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional</td></tr> <tr><td style="background-color: #c00000; color: white;">Ob5</td><td>Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo</td></tr> </table>	Ob1	Dinamizar la actividad turística supramunicipal	Ob2	Incrementar número de visitantes y gasto medio	Ob3	Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos	Ob4	Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional	Ob5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo
Ob1	Dinamizar la actividad turística supramunicipal										
Ob2	Incrementar número de visitantes y gasto medio										
Ob3	Mejorar y mantener recursos y servicios turísticos										
Ob4	Reforzar gobernanza turística y la coordinación institucional										
Ob5	Compromiso con un desarrollo sostenible e inclusivo										
AGENTES IMPLICADOS EN LA ACTUACIÓN											
<input checked="" type="checkbox"/> Ayuntamiento <input type="checkbox"/> Restauración	<input type="checkbox"/> Diputación <input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Mancomunidad <input checked="" type="checkbox"/> Otras empresas	<input type="checkbox"/> Ad. Autonómic. <input checked="" type="checkbox"/> Entidad mixta	<input type="checkbox"/> Ad. Estatal <input checked="" type="checkbox"/> Otras entidades							
APROXIMACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA ACTUACIÓN											
<input type="checkbox"/> No existe	<input checked="" type="checkbox"/> Nivel bajo	<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> Gran proyecto							
CALENDARIO DE LA ACTUACIÓN	GRADO DE PRIORIDAD DE LA ACTUACIÓN										
<input type="checkbox"/> 2026 <input type="checkbox"/> 2027 <input checked="" type="checkbox"/> 2028	<input type="checkbox"/> A+ total	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo							

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



A M U N D S E N

turismo inteligente

c/ Arzobispo Mayoral 14, 4
46002 Valencia
T. 963 519 543
hola@amundsen.team