



AJUNTAMENT DE CREVILLENT

Regidoria d'Economia Sostenible
i Oportunitats



CREVILLENT
2030

a GOBIERNO
PROVINCIAL
ALICANTE
La Dipu de los Pueblos

JORNADES DINAMITZADORS DEL TURISME

CREVILLENT

T'esperem!

**Parlem de naturalesa, gastronomia i cultura.
25 i 26 d'abril de 8:00 a 10:00 h. en el
CENTRE JOVE**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1	INTRODUCCIÓN	1
2	METODOLOGÍA Y ORGANIZACIÓN DE LAS JORNADAS.....	3
3	PRESENTACIÓN.....	6
4	DESARROLLO DE LAS JORNADAS	9
5	REPORTAJE FOTOGRÁFICO	56

1 INTRODUCCIÓN

El Ayuntamiento de Crevillent tiene aprobados dos documentos estratégicos de vital importancia para el futuro de la ciudad. Uno de ellos es la Agenda 2030, documento estratégico local para la implementación de acciones para el desarrollo actual y futuro de nuestra población y sus ciudadanos, el otro documento es el Plan Estratégico de Turismo en Crevillent.

Dentro de los planes de acción de la Agenda 2030, se encuentra como objetivo estratégico el impulsar y favorecer la economía local; y como objetivo específico, el fomentar el turismo sostenible y de calidad, y los sectores claves de la economía local.

En base a lo anterior, las “Jornadas sobre naturaleza, gastronomía y cultura como dinamizadores turísticos en Crevillent”, organizadas como continuación de las “I jornadas sobre economía local de Crevillent, situación actual y propuesta de futuro”, acontecidas a finales de 2022, ambas con la finalidad de lograr esos objetivos.

Las jornadas han sido organizadas por la Concejalía de Economía Sostenible y Oportunidades del Ayuntamiento de Crevillent, que junto con la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento han reunido a empresas y entidades de la población de estos sectores, para que expusieran su perspectiva de la situación y entre todos, reunir propuestas de futuro para fortalecer el turismo de Crevillent.

Se animó a todos los crevillentinos y crevillentinas a asistir a este evento que se promocionó a través de cartelería distribuida por el municipio, a través de las redes sociales y página web del Ayuntamiento, para que participasen en ellas con sus sugerencias y preguntas, ya que las jornadas fueron de puertas abiertas.



L'Ajuntament organitza unes jornades per parlar de naturalesa, gastronomia i cultura com a elements dinamitzadors del turisme a Crevillent

© 20 de abril de 2023

Imagen 1. Publicación en la página web del Ayuntamiento “Crevillent.es”.



Imagen 2. Promoción de las jornadas en redes sociales.



Imagen 3. Cartelería utilizada para publicitar las jornadas.

2 METODOLOGÍA Y ORGANIZACIÓN DE LAS JORNADAS

La metodología que se utilizó para el desarrollo de las jornadas fue la siguiente.

Se plantearon cinco mesas (1. Naturaleza, 2. Gastronomía y Comercio, 3. Cultura 4. Innovación y 5. Fiestas), concebidas como jornadas participativas con los asistentes a través de ponencias realizadas por representantes de los diferentes sectores del municipio.

El objetivo principal que se pretendía alcanzar con todas ellas era el de recopilar información relevante en base a dinamizar o impulsar el turismo en el municipio, desde la percepción de los agentes clave de cada sector que fueron invitados.

La organización y el desarrollo de las jornadas se realizó de la siguiente manera:

- Se mantuvieron reuniones con los responsables directos de la organización de las jornadas, D. Rafael Pastor Castelló, como director de la Agencia de Desarrollo Local (ADL) y Dña. Estefanía Salinas Peral como Concejala de Economía Sostenible.
- Se establecieron las fechas, horarios y el lugar donde se desarrollarían las jornadas.
- Se decidió quienes serían los agentes implicados a invitar a la participación como representantes de los diferentes sectores relacionados con la naturaleza, gastronomía y la cultura del municipio.
- Se decidió quienes serían los moderadores.
- Se estableció que el tiempo de participación de cada ponente sería de 15 minutos y podrían disponer, si así lo deseaban, de una proyección de diapositivas como apoyo a su ponencia.
- Se realizó la cartelería informativa y publicitaria para prensa y redes sociales.
- Se realizó un video promocional para las redes sociales.
- Se redactaron y enviaron emails de información e invitación a toda la corporación local, a los ponentes y moderadores, explicando el formato de estas, además de llamadas telefónicas a cada uno de los participantes y moderadores.

Las jornadas se celebraron los días 25 y 26 de abril de 2023 en el salón de actos del Centre Jove "Juan Antonio Cebrián", en horario de 08:00 a 10:00 desarrollándose como indicamos a continuación:

JORNADA DIA 25 ABRIL 2023

Presentación - inauguración de las jornadas a cargo de D. Rafael Pastor Castelló (director ADL), D. Jose Manuel Penalva Casanova (Alcalde), D. Manuel Penalva Alarcón (Primer teniente alcalde y Concejala de Industria y Comercio Local), Dña. Estefanía Salinas Peral (Concejala de Economía Sostenible) y D. Jesús Ruíz Morcillo (Concejala de Educación y Cultura).

Mesa de naturaleza_ Moderadora Dña. Estefanía Salinas Peral (Concejala de Economía Sostenible).

- D. Vicent Sansano como presidente de la Junta Rectora del Parque natural El Hondo.
- D. Jorge Hernández Carbonell como gestor responsable del Centro Educativo de Medio Ambiente Los Molinos, Fundación Mediterráneo.

Mesa de gastronomía _ Moderador D. Manuel Penalva Alarcón (Primer teniente Alcalde y Concejal de Industria y Comercio Local).

- D. Juan Manuel Navarro Sempere como representante del consejo económico social de la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Crevillent (ACEC).
- D. Francisco Jesús Murcia como responsable de la empresa Servicios Hosteleros "Las Palmeras".
- D. Luis Enrique Martínez Martínez como asesor de gerencia del Grupo MIRAFORE, Agencia de publicidad y RR.PP. y medio de comunicación.

JORNADA DIA 26 ABRIL 2023

Mesa de cultura _ Moderador D. Jesús Ruíz Morcillo (Concejal de Educación y Cultura).

- D. Luis Sempere Ramon como presidente de la Societat Unión Musical de Crevillent.
- D. Eduardo Díaz como presidente ejecutivo de la Unión nacional de fabricantes de alfombras, moquetas, revestimientos e industrias afines y auxiliares (UNIFAM).
- Pedro Serna Mascarell como responsable de la empresa Alitua, Alicante Turismo Accesible.

Mesa de innovación _ Moderadora Dña. Estefanía Salinas Peral (Concejala de Economía Sostenible).

- Dña. Isabel Mas Crespo como directora del área de producción y transición energética del Grupo Enercoop.
- Luis Candela de la Fuente como responsable de la empresa especializada en telecomunicaciones, Crevinet.

Mesa de fiestas _ Moderador D. Jose Manuel Penalva Casanova (Alcalde).

- D. Javier Aznar Mas como presidente de la Cofradía de San Isidro Labrador de Crevillent.
- D. Luis Manchón Mas como presidente de la Asociación de Fiestas de Moros y Cristianos "San Francisco de Asís".
- D. Sergio Lledó Mas en representación de la Federación de cofradías y hermandades de Semana Santa de Crevillent.

ENCUENTRO	FECHA	DESCRIPCIÓN
Presentación de las jornadas	25.04.2023	D. Rafael Pastor Castelló, director Agencia de Desarrollo Local (ADL).
Inauguración de las jornadas	25.04.2023	D. Jose Manuel Penalva Casanova, Alcalde. D. Manuel Penalva Alarcón, Concejales de Industria y Comercio Local. Dña. Estefanía Salinas Peral, Concejala de Economía Sostenible. D. Jesús Ruiz Morcillo, Concejales de Educación y Cultura.
Mesa de Naturaleza	25.04.2023	Parque Natural El Hondo. Fundación Mediterráneo. CEMA Los Molinos.
Mesa de Gastronomía	25.04.2023	Sector comercio. Sector restauración. Turismo gastronómico.
Mesa de cultura	26.04.2023	Entidades culturales. Sector alfombra. Museos, patrimonio y naturaleza.
Mesa de innovación	26.04.2023	Sector audiovisual. Sector energía.
Mesa de fiestas	26.04.2023	Semana Santa. Moros y Cristianos. Otras fiestas tradicionales.
Clausura de las jornadas	26.04.2023	D. Jose Manuel Penalva Casanova, Alcalde.

Imagen 4. Distribución de las jornadas, fechas y sectores participantes.



Fotografía 1. Salón de actos del Centre Jove de Crevillent.

3 PRESENTACIÓN

La presentación de las jornadas la realizó D. Rafael Pastor Castelló, Director de la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Crevillent.



Fotografía 2. Presentación de las jornadas.

Presentación completa y textual, D. Rafael Pastor Castelló, Director de la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Crevillent.

El pasado viernes 21/04/2023 se recibió en el registro municipal, la Resolución del Presidente de la Generalitat por la que se otorga al Ayuntamiento de Crevillent el reconocimiento de la condición de municipio turístico de singularidad de la Comunitat Valenciana.

De los quinientos cuarenta y dos municipios que componen la Comunitat Valenciana, somos el cuadragésimo noveno en conseguir dicho reconocimiento, de los ciento cuarenta y uno de la provincia de Alicante, solo diecinueve lo han logrado hasta ahora, y como poblaciones de interior (no de costa, no del turismo de sol y playa), solo cinco (Alcoy, Villena, Orihuela, Rojales, Guadalest y Crevillent).

Han sido años de intenso trabajo del Negociado de Turismo de la Agencia de Desarrollo Local de nuestro Ayuntamiento, para no solo lograr el reconocimiento de Municipio Turístico, sino también una Tourist info, la Q de Calidad Turística de la oficina, la consolidación de un puesto de trabajo de técnico de turismo, y todo ello con escaso presupuesto e interés ciudadano.

El turismo tiene un aspecto social importante: el orgullo ciudadano de mostrar a visitantes y foráneos nuestra ciudad, nuestro patrimonio, nuestra gastronomía, lo mejor de nosotros, pero además, es una fuente de riqueza económica, crea negocios y crea empleo.

El Ayuntamiento ha aprobado recientemente dos documentos de vital importancia para el futuro de la ciudad, la Agenda 2030 como documento estratégico local para la implementación de acciones para el desarrollo actual y futuro de nuestra población y sus ciudadanos y el Plan Estratégico de Turismo en Crevillent.

En el análisis del DAFO del sector económico local, y respecto al turismo, se concluye:

Debilidades:

- Desaprovechamiento del gran potencial turístico procedente de la tradición cultural y artística de la ciudad.
- Escaso o nulo desarrollo del sector turístico.

Fortalezas:

- Planificación Estratégica del destino Turístico de Crevillent
- Patrimonio Cultural y natural muy explotable como activos turísticos.
- Red de museos de alto valor cultural
- Fiestas de interés Turístico Internacional como son la Semana Santa y los Moros y Cristianos.
- Web municipal de turismo (visita Crevillent)

Amenazas:

- Pérdida de atractivo del municipio.
- Incapacidad para promover los recursos turísticos del municipio.

Oportunidades:

- Potenciar el sector turístico dentro del tejido económico municipal.
- Incrementar el atractivo de la ciudad a nivel turístico.

Y dentro de los planes de acción de la Agenda 2030, se encuentra como objetivo estratégico el impulsar y favorecer la economía local, como objetivo específico el fomentar el turismo sostenible y de calidad y los sectores claves de la economía local, y una de las acciones es aprovechar la naturaleza, gastronomía y cultura como dinamizadores turísticos en Crevillent.

Estas jornadas se han organizado para que las empresas y entidades de la población de estos sectores nos presenten su situación y problemas actuales y aprovechen este foro para esbozarnos las propuestas de futuro para el beneficio de Crevillent. Son la continuación de las "I jornadas sobre economía local de Crevillent, situación actual y propuestas de futuro" que se organizaron el pasado año.

** Análisis DAFO: Herramienta de estudio que analiza características internas y externas.*

Tanto de aquellas jornadas, como de las actuales, se editará una revista con las ponencias de todos los participantes para una mayor y mejor difusión de estas. Contamos con subvención de la Diputación provincial de Alicante. El desarrollo de estas jornadas será a través de mesas sectoriales que serán moderadas por los concejales de su correspondiente área competencial.

Una vez finalizada su presentación, D. Rafael Pastor dio paso al alcalde D. Jose Manuel Penalva, quien comenzó agradeciendo a todos los presentes su asistencia.



Fotografía 3. Inauguración de las jornadas.

Expresó que, a su parecer, lo primero que hay que conseguir es que Crevillent se lo crea, sus ciudadanos, las empresas, el comercio, que juntos crean que se puede hacer una economía del turismo en el municipio. Y es que Crevillent, apuntó, ya tienen parte del trabajo hecho, tiene la estructura, los planes, estratégicos, etc. solo falta empezar a trabajar dirigidos en la misma dirección.

Afirmó que Crevillent ha avanzado muchísimo en ofrecer ese recurso turístico con el que cuenta a día de hoy, y que como se indicó anteriormente, son varios los hechos que lo confirman como el reconocimiento como Municipio Turístico, la Tourist info, la Q de Calidad Turística, la reforma de natura-info, el convenio pendiente de firmar con la iglesia de Belén, etc. es decir, seguir trabajando en ese sentido para referenciar el turismo de Crevillent.

Considera de gran importancia este tipo de encuentros y agradeció que los participantes de las jornadas aceptaran la invitación.

4 DESARROLLO DE LAS JORNADAS

En primer lugar, aconteció la **mesa de naturaleza**, moderada por Dña. Estefanía Salinas Peral (Concejala de Economía Sostenible), presentando a los ponentes participantes.

En representación del Parque Natural El Hondo, D. Vicent Sansano, quien ostenta el cargo de presidente desde hace 7 años en la Junta Rectora del Parque Natural. Profesionalmente destacó la participación del invitado en la restauración de zonas naturales y ordenación del territorio para la comarca y su defensa de las zonas húmedas como el Hondo y la sierra de Crevillent. Informó que es Biólogo y Máster en educación ambiental y cuando estaba en activo, fue profesor de biología en el IES Maciá Abela de Crevillent y catedrático de Biología. Actualmente y aunque esté jubilado, imparte cursos para el CEFIRE.

En representación del Centro Educativo de Medio Ambiente (CEMA) Los Molinos, inaugurado en 1979, de la Fundación Mediterráneo presentó a D. Jorge Hernández Carbonell, biólogo y gestor responsable del centro durante más de cinco años.



Fotografía 4. Presentación mesa de naturaleza.

Ponencia completa y textual de D. Vicent Sansano, Parque Natural EL Hondo.



Fotografía 5. Intervención mesa de naturaleza.

El Fondo i el seu entorn com a referent turístic de Crevillent.

El PN El Fondo és un espai de gran interès pels seus valors patrimonials, culturals, paisatgístics i educatius, que els darrers anys ha estat visitat per més de 35.000 persones cada any, provinents de Crevillent, Elx i altres poblacions properes i ciutats com Murcia o Alacant. També de la resta del P V i de la resta de l'Estat, així com de la UE.

El parc i el seu entorn són un territori de marjal resultant de l'evolució natural de l'antic Sinus Ilicitanus i de les transformacions humanes del territori que s'han anat produint al llarg del temps.

Les marjals de latituds mitjanes, com la nostra, són els ecosistemes més productius del planeta i, per això mateix, al Fondo trobem una vegetació vigorosa i una fauna molt ben diversificada entre la qual destaquen els ocells per la seua bellesa i abundància.

Per este motiu, el Fondo està inclòs en la Llista de Ramsar, que és un llistat de prestigi format per les marjals més importants del planeta, pel seu interès ecològic i pel seu interès per a la protecció de la biodiversitat. Forma part també de la Xarxa Natura 2000 que inclou els espais naturals més importants de la UE i és la xarxa d'espais protegits més gran del món. Una xarxa que, a més, tracta de conjugar la conservació amb l'ús dels espais i les activitats econòmiques, com ara el turisme.

D'altra banda, el Parc Natural del Fondo és ara mateix l'espai més important per a la conservació de la rosseta, que és l'ànec més amenaçat d'Europa i es troba en perill crític d'extinció. El "perill crític d'extinció" és la classificació de major amenaça; i per fer-nos una idea del que representa, cal indicar que en esta categoria no se troben altres espècies en perill d'extinció que

probablement tots coneixem, com el linx ibèric, l'ós cantàbric o l'àguila imperial. El Fondo és l'epicentre d'un Projecte Life per a tractar de protegir la rosseta finançat per la UE i l'Estat Espanyol.

A més allà podem observar també altres espècies d'ocells en perill d'extinció com l'ànec capblanc, la fofja banyuda i el roget.

Tot plegat fa que el Fondo siga visitat per ornitòlegs, amants de la natura i fotògrafs d'arreu d'Espanya i d'arreu de la UE. Visitants que se concentren especialment en ponts i períodes vacacionals, però que venen també de manera continuada al llarg de tot l'any.

El perfil dels visitants, llevat d'alguns que venen de l'entorn del parc i que poden tindre un interès lúdic-recreatiu, sol ser el de persones de bon nivell cultural, interessades en el coneixement i la conservació de la natura, la fotografia... i amb un poder adquisitiu mitjà.

Si venen de lluny solen fer estades d'entre 3 i 6-7 dies, que aprofiten per a visitar el parc i altres espais naturals propers, i algunes ciutats de l'entorn.

A més de la visita al parc, demanden també serveis de guies naturalístics, restauració, allotjament, compres de productes locals, merchandising, serveis culturals...

Davant d'això, l'estratègia de Crevillent hauria d'orientar-se a cobrir tres objectius:

1. Identificar el parc amb Crevillent.

Això hauria de fer-se a través de la promoció turística i, evidentment, hauria d'anar lligat a altres atractius del municipi, com la serra, els museus, festes...

Esta promoció, a banda dels recursos habituals com els reportatges en premsa i l'edició de fullets, hauria de recolzar-se en el merchandising. De fet, ara mateix no hi ha cap producte que faça referència al parc i que els visitants puguen emportar-se com a record. S'haurien d'oferir productes com gorretes, barrets, samarretes, bandoleres, tasses, etc. Buscant sempre la utilitat dels productes i defugint la banalitat; així com posant cura en el disseny, la qualitat del producte, la sostenibilitat dels materials amb que estan fets i les tècniques amb les que estan elaborats, etc. Tot plegat amb una gama de productes de preus variats, de manera que qualsevol pogués trobar alguna cosa que s'avingués amb la seua capacitat adquisitiva.

2. Oferir els serveis que demanden els visitants.

Hui per hui no se cobreix aquesta demanda. Ni tan sols en el cas de San Felipe hi ha, per exemple, una oferta gastronòmica acord amb les demandes dels visitants. Aquests se veuen obligats a anar cap el Baix Segura o cap el Camp d'Elx, quan de bon grat se quedarien en un entorn més proper al parc.

El mateix ocorre en el cas de les pernoctacions. Tan sols hi ha un càmping que cobreix una petita part d'aquesta demanda. Un establiment que, fins ara, no te cap tipus de lligam o relació amb el parc.

Com sabem, Crevillent es troba en un nus de comunicacions entre el Vinalopó i el Segura i a mitjan camí entre Alacant i Murcia, prop d'Elx i de centres turístics com Torrevella, Guardamar o Santa Pola. És el lloc ideal per a l'allotjament de les persones que visiten el parc i demanden allotjament de certa qualitat, allunyat dels grans centres urbans, amb comoditats però sense luxes i amb respecte per l'entorn i la sostenibilitat

Això s'hauria de completar amb una oferta gastronòmica igualment de qualitat i basada en la cuina local i els productes de proximitat.

També amb la possibilitat de poder comprar productes locals a més dels records. Artesania, alimentació...

3. Un altre element molt important a tenir en compte es la potenciació dels carrils ciclistes entre Crevillent i el Fondo, San Felipe, El Realengo, l'Estació, el Camp d'Elx i el Baix Segura. Són molts els ciclistes que fan ús de les carreteres de la zona, de vegades amb escassa seguretat per ser vies sense vorals i amb corbes freqüents i perilloses de vegades.

Esta demanda no sols afecta a la població local. Són cada vegada més els visitants que venen de lluny i fan servir la bicicleta per als seus desplaçaments locals. Fins i tot, seria molt interessant establir un sistema de lloguer de bicicletes, tant per a visitants com per a la població local que demanda aquest servei per a poder gaudir de la bicicleta en una zona plana si te seguretat vial.

En qualsevol cas, cal oferir un paquet turístic diversificat i de qualitat per a tractar de captar visitants que exigeixen serveis d'un cert nivell i estan disposats a pagar per ells. No s'ha de caure en el parany del turisme de masses balafiador de recursos que arrasa el territori i no crea riquesa.

Ponencia completa y textual de D. Jorge Hernández Carbonell, CEMA Los Molinos.



Fotografía 6. Intervención mesa de naturaleza.

Naturaleza como dinamizador turístico en Crevillent

CEMA Los Molinos como dinamizador turístico

El CEMA Los Molinos, un poco de historia.

La finca Los Molinos de Crevillent acoge, desde el año 1979, las instalaciones destinadas a Centro de Educación Medio Ambiental denominadas CEMA Los Molinos, pertenecientes hoy en día a la Fundación Mediterráneo. La historia de esta actividad y de la finca tal y como se configura en la actualidad se inicia en 1870 cuando la familia Magro-Bussutil, procedente de la isla de Malta, encarga la construcción de tres molinos harineros en esta ubicación, para destinarlos a la molienda de cereales. Estos molinos hidráulicos se ponían en funcionamiento con el agua procedente de una mina excavada en 1855 conocida con el nombre de “La Cata”, que cubría las necesidades de riego del campo de Crevillent. Con la construcción de las primeras fábricas harineras en el municipio, la actividad de los molinos va decayendo y en 1945 el último de los molinos deja de funcionar. Es en 1962 cuando la Caja de Ahorros de Los Dolores adquiere la finca a la familia Magro, conservando la actividad agrícola a la que se destinaba, basada en cultivos autóctonos, principalmente almendros. En 1963 se pone en funcionamiento un albergue infantil, de carácter gratuito, en el que niños y jóvenes pasan periodos vacacionales bajo el cuidado de la comunidad religiosa que lo tutela. El centro de educación medioambiental, tal y como se conoce hoy en día, se inaugura el 5 de junio de 1979. A lo largo de los años y hasta llegar a nuestros días, las instalaciones existentes se han ido completando y ampliando para dar respuesta a las necesidades vinculadas a la educación medioambiental. Así, en 1983 se inaugura un molino cartagenero, construido reutilizando y restaurando maquinaria original de un antiguo

molino. En 1984 se inaugura el aula laboratorio, edificio bioclimático destinado a la educación medioambiental que cuenta, en su cubierta, con un observatorio astronómico.

En la década de los años 90 del pasado siglo se inaugura la última de las construcciones realizadas en la parcela, el aula denominada Arboreto, destinada a las actividades relacionadas con la restauración hidrológico-forestal. Sobre esta parte de la finca existe un consorcio con la Generalitat Valenciana, de tal modo que tanto el Arboreto como la zona de restauración hidrológico-forestal que se ubica en su entorno son titularidad actual de la Generalitat, a través de la Conselleria competente en Medio Ambiente y que actualmente está en fase muy avanzada de recuperación.

El CEMA Los Molinos en la actualidad.

El CEMA Los Molinos tiene actualmente actividad de Educación Ambiental dirigida a colegios y asociaciones, así como actividades dirigidas al público en general no incluido en colegios y asociaciones:

- Domingo en Familia en Los Molinos
- Noche de estrellas
- Cursos de Medio Ambiente

Con esas actividades, el CEMA Los Molinos se convierte en un centro de dinamización turístico relacionado con el medio ambiente realizando educación ambiental para todas las edades. Si analizamos los datos de asistentes a las diferentes actividades en 2022, observamos que:

	Número	Porcentaje
Asistentes del municipio de Crevillent	2412	56.2 %
Asistentes de otros municipios	1881	43.8 %
Asistentes totales	4293	100 %

Ideas para un turismo natural en Crevillent.

Si nos fijamos en el medio natural del Municipio de Crevillent, y ya no como gestor del CEMA Los Molinos, sino como viajero que le gusta descubrir el medio natural y las peculiaridades de las zonas que rodean las zonas que visito, voy a comentar cosas que creo excepcionales en el medio natural del municipio de Crevillent.

Árboles monumentales: El último Catálogo de árboles monumentales y singulares de la Comunidad valenciana (de 23 de marzo de 2023) señala 2.439 ejemplares en toda la Comunidad Valenciana, de los cuales 2 se encuentran en el Municipio de Crevillent:

Un olivo (*Olea europaea* L.), conocida como la Olivera de la Tía Alonsay un eucaliptus (*Eucalyptus camaldulensis* Dehnh) de 25,2 metros de altura y 33,5 metros de copa. El Ayuntamiento de Crevillent está trabajando en la elaboración de árboles singulares y

monumentales del municipio, entre los que se encontrarán árboles tan singulares como es el “pí del alivi”.

Microreservas de flora: Una microrreserva es una zona de menos de 20 hectáreas de extensión, que es declarada mediante Orden de la Conselleria de Medio Ambiente de la Generalitat Valenciana para favorecer la conservación de las especies botánicas raras, endémicas o amenazadas, o las unidades de vegetación que la contienen. En la sierra de Crevillent existen tres microrreservas vegetales. La más grande es la del Barranc del Boig, con 19,999 Ha, situada al Nordeste del municipio. Las otras dos se encuentran en plena Sierra de Crevillent: la del Cim de Crevillent, seguida por la del Coll de Sant Juri.

Otros grados de protección de la Sierra de Crevillent: Está incluida dentro de la Red Natura 2000, con zonas ZEPA (Zona de Especial Protección para las Aves) y zonas LIC (Lugar de Importancia Comunitaria), contando con diversos hábitats de interés comunitario.

Geología: La sierra de Crevillent es una zona geológicamente muy interesante a nivel tanto científico como “turístico”, ya que la gente quiere hacer senderismo, pero si se le muestran lugares que son diferentes a sus rutas habituales, esto se convierte en un incentivo a realizar la ruta. La importancia y lo atractivo de la geología para atraer a los visitantes se pudo observar en el geolodía realizado en la sierra de Crevillent el 13 de mayo de 2018, actividad a la que acudieron 1.200 personas.

Por citar algunas referencias de importancia geológica (y a la vez curiosidades que pueden atraer a visitantes) en la Sierra de Crevillent, podemos señalar:

Rutas Daniel Cisneros: 4 rutas que realizó el geólogo y paleontólogo Daniel Jiménez de Cisneros, por los lugares que visitó para realizar trabajos de investigación sobre la Sierra de Crevillent. El Ayuntamiento de Crevillent está en la última fase de señalar estas 4 rutas con paneles informativos.

Yesos del Triásico: abundancia de yesos rojos y grises, que hace que una de las zonas de la sierra sea especialmente espectacular, pudiéndose encontrar entre ellos grandes jacintos de Compostela.

Rozaduras de oleaje triásico: Presentes en varios niveles geológicos, nos permiten reconstruir paleoambiental y geomorfológicamente la época en la que se formaron los depósitos sedimentarios más antiguos de la sierra.

Falla de Crevillent: La falla de Crevillent (también llamada “Accidente Cádiz-Alicante”) es una estructura de gran relevancia en la geología de la península Ibérica, con aproximadamente 200 kilómetros de longitud y que transcurre desde el Oeste de Cádiz hasta Alicante adoptando una orientación OSOENE, con un desplazamiento de 0,6 milímetros por año y que puede apreciarse en la Sierra.

Diapiro: En el término de Crevillent existe un pequeño diapiro al norte de Els Pontets (el denominado Diapiro de Els Pontets). En el entorno del yacimiento arqueológico de Peña Negra se observa el conducto o canal de alimentación. También en el paraje del Pouet de la Mel se pueden reconocer de manera excepcional dos partes de esta estructura diapírica: el canal de ascenso y el glaciar de sal.

Fósiles: La sierra de Crevillent es rica en restos fósiles, desde fósiles de ammonites, belemnites, crinoides o braquiópodos que vivieron en el antiguo mar de Tethys hasta los encontrados en el conocido como “Crevillent 2” (CR2), uno de los yacimientos con restos de mamíferos más interesantes de la provincia de Alicante. Este es un yacimiento del Mioceno Superior (aproximadamente 8,5 millones de años) se han identificado 40 especies animales que vivieron y murieron próximas a una charca. Entre ellas destacan, el puercoespín más primitivo conocido, osos, tigres dientes de sable, un cerdo, una jirafa de cuello corto, un ciervo, una mofeta, hienas, y dos mastodontes e incluso reptiles como cocodrilos y tortugas.

Geomitos: Se denomina geomito a hitos geológicos que han sido explicados desde el folklore de los pueblos con mitos y leyendas específicos. En la sierra de Crevillent podemos localizar varios, entre los que podemos destacar:

- **Cuesta magnética:** Se define como cuesta magnética como el lugar en donde la disposición del suelo produce la ilusión óptica de hacer que una pendiente que se encuentra cuesta abajo aparente ser una pendiente cuesta arriba. En España sólo se conocen 2, una situada en el Moncayo (Zaragoza) y la que se localiza en Crevillent.
- **Podomorfos de la Ermita de San Pascual:** Los podomorfos, también llamados grabados o petroglifos podomorfos, son inscripciones (generalmente en la roca) en forma de pie o de dos o más pies unidos. En la península ibérica son característicos de las culturas antiguas de Galicia y de Portugal, y en particular de la cultura celta. Su significado exacto todavía está abierto a distintas interpretaciones. Los que aparecen en la Ermita de San Pascual de Crevillent son los únicos de la Comunidad Valenciana y uno de los pocos de frente mediterráneo.
- **Cueva de Jaime el Barbut:** Cueva donde, según la tradición, se escondía Jaime el Barbut, uno de los bandoleros más famoso de la historia de España, nacido en Crevillent en 1783.
- **Alineación astronómica en Peña Negra:** Aunque todavía en estudio, parece haber una vinculación la orientación de determinados edificios de la Ciudad de Hena hacia los astros, principalmente hacia el sol con fuertes implicaciones religiosas. Esta orientación astronómica estaría en la línea de las estudiadas en orientaciones de santuarios y mecrópolis ibéricas y tartésicas (caso del Yacimiento de Peña Negra).

En segundo lugar, tuvo lugar la **mesa de gastronomía y comercio** moderada por el concejal de industria y comercio local, D. Manuel Penalva Alarcón quien presentó a los ponentes participantes.



Fotografía 7. Presentación mesa de gastronomía y comercio.

D. Luis Enrique Martínez Martínez, Doctor en Comunicación, Publicidad y RR.PP., Licenciado en Publicidad y RR.PP. Diplomado en Óptica y Optometría, profesor titular de la Universidad de Alicante que asiste como asesor de gerencia del Grupo MIRAVORE (Agencia de publicidad y RR.PP. y medio de comunicación) y Dña. Laura Martínez Espinosa, Doctora en Comunicación, Publicidad y RR.PP., Licenciada en Periodismo y CEO del Grupo MIRAVORE a quién D. Manuel Penalva disculpó, ya que no pudo asistir a las jornadas.

D. Juan Manuel Navarro Sempere como representante del consejo económico social de la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Crevillent (ACEC). Además, regenta la “Cervecería La Caña” en Crevillent, durante más de 7 años.

D. Francisco Jesús Murcia como responsable de la empresa Servicios Hosteleros "Las Palmeras", más conocido como Camping Las Palmeras (camping, hotel, casa rural y restaurante). Negocio familiar con una plantilla de unos 25 trabajadores. El restaurante “Las Palmeras” abrió sus puertas en Crevillent en junio de 1963.

Ponencia completa y textual de D. Luis Enrique Martínez Martínez, Grupo Miravore.

La gastronomía inspira y motiva los viajes de los españoles.



Fotografía 8. Intervención mesa de gastronomía y comercio.

La gastronomía es un factor clave en los viajes de los españoles. Según estudios y artículos científicos sobre el tema indican que la mayoría de los viajeros, es decir, el 90%, realizan escapadas centradas en la gastronomía.

El turismo gastronómico se ve impulsado por las ganas de viajar, disfrutar y compartir en familia y con amigos. Los destinos preferidos por los españoles para realizar turismo gastronómico, por este orden, son País Vasco, Andalucía y Galicia.

Para impulsar la sostenibilidad y la competitividad de los destinos turísticos, el turismo y la gastronomía se deben considerar como alianza. El turismo gastronómico es una tendencia en auge, y la pandemia ha reforzado esta tendencia en España. El 87% de los viajeros españoles han realizado al menos un viaje gastronómico en los últimos dos años. El 20,5% de los viajeros nacionales frecuentes, se consideran turistas gastronómicos puros, lo que significa que buscan destinos en función de la gastronomía y realizan actividades relacionadas con la misma.

La gastronomía es una parte importante de la cultura y la identidad de un destino, por lo que no es de extrañar que cada vez más personas estén interesadas en conocer la gastronomía local cuando viajan. Además, la gastronomía es una forma de conectar con las personas de un lugar y de vivir experiencias auténticas y únicas. Este interés creciente en la gastronomía ha llevado a que cada vez haya más opciones de turismo gastronómico en España, desde rutas gastronómicas hasta experiencias culinarias y catas de vino. Esto no solo beneficia a los turistas, sino también a los productos locales y a la economía del lugar en general.



Claves del comportamiento, motivaciones y preferencias de los viajeros culinarios:

Los turistas gastronómicos suelen gastar un 30% más en restaurantes y actividades gastronómicas que los turistas generales. Los turistas gastronómicos viajan con mayor frecuencia y en distintas épocas del año, lo que ayuda a combatir la estacionalidad en la industria turística.

Otra característica distintiva de este tipo de turismo es la amplia variedad de actividades gastronómicas que realizan durante sus viajes, incluyendo visitas a bodegas y mercados gastronómicos, consumo en diferentes tipos de establecimientos de restauración, compra de productos locales y participación en eventos gastronómicos.

Tipos de consumidores “viajeros culinarios”.

Los turistas gastronómicos se pueden dividir, según la mayoría de los artículos científicos consultados, en diferentes perfiles:

- Los cocinillas
- Los “foodies” (aficionados a la comida y a la bebida)
- Los sibaritas
- Los “gourmands” (disfrutan en exceso de comida y bebida)
- Los “gourmets”
- Los amantes del vino
- Los cosmopolitas
- Los responsables

¿Qué atributos busca el turista en el destino gastronómico?

El turista gastronómico busca una gastronomía singular y un relato propio (60,9%), una oferta de restauración de calidad (49,1%), además busca la posibilidad de visitar productores locales (47,5%), poder comprar productos locales en mercados, comercios y ferias gastronómicas (47,5%). El turista gastronómico valora positivamente la existencia de productos de calidad con denominación de origen o indicación geográfica protegida (41,4%) y que existan calles con ambiente gastronómico (39,2%).

Proceso de compra del turista gastronómico:

En la ilustración 1, que a continuación se muestra, se analiza el proceso de compra del turista gastronómico, desde el inicio (inspiración), hasta la posible opinión y valoración de la experiencia realizada.



Ilustración 1. Proceso de compra del turista gastronómico – IV Estudio de demanda del turismo gastronómico en España

¿Qué hay que hacer?

Primero: Creérselo. Parece evidente que un potencial destino turístico gastronómico debe contar con el apoyo de todos y cada uno de los actores que en él deben operar, como mínimo, disponer de la aquiescencia de los menos creyentes. Es por ello que realizamos una pequeña encuesta en medios digitales para descubrir las creencias y valoraciones al respecto de esta posibilidad.

A continuación, en la ilustración 2, reflejamos en tanto por ciento, las respuestas a tres de las preguntas realizadas en dicha encuesta.

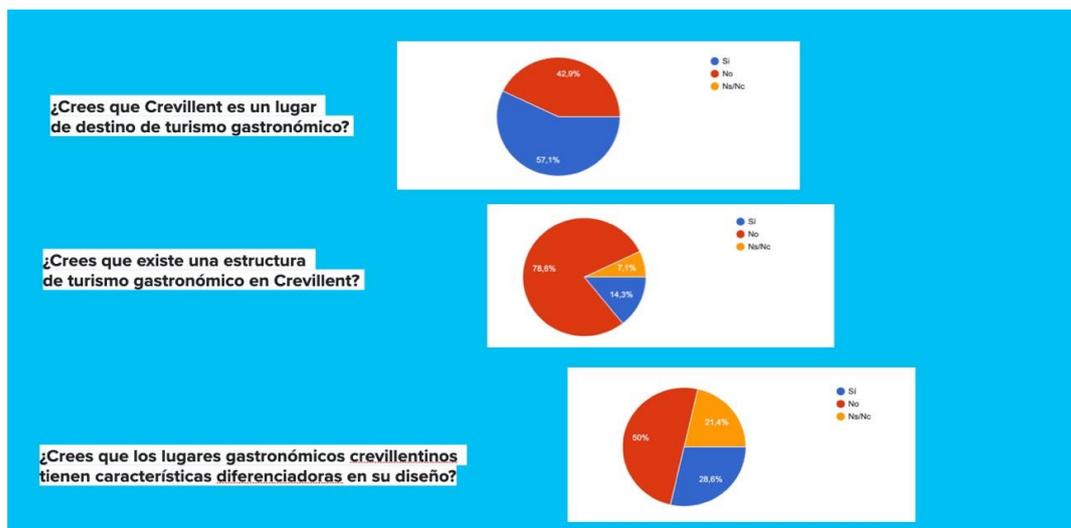


Ilustración 2. Encuesta sobre valoración de Crevillent como destino turístico gastronómico. Abril de 2023

Segundo: Estrategia. Para planificar una estrategia que pueda lucir con orgullo la banda de eficaz y eficiente, además de los estudios previos y evidentes como son el análisis del macro y microentorno, análisis DAFO o similares, gráficos de posicionamiento, etc.

Tenemos que descubrir y analizar con exhaustividad el “target” o público objetivo, que será interno y externo y que deberá inventariarse según afinidades, preferencias, geolocalización y diferentes variables sociológicas. Además, se deben catalogar y describir todas y cada una de las bondades turísticas que puedan hacer posible las importantes sinergias entre grupos de turismo. En efecto, existe turismo gastronómico, pero también religioso, cultural, deportivo, festivo, medio ambiental, etc. Crevillent tiene la grandísima ventaja frente a otros destinos, que puede ofrecer turismo de calidad en diferentes segmentos.

La creación de “packs” o paquetes turísticos nacidos de sinergias entre segmentos turísticos existentes, hacen más atractiva la selección por parte del turista y aumenta la experiencia y la rentabilidad local.

En toda estrategia, el discurso utilizado para presentar el/los productos, tiene/n que ser estudiado/s y analizado/s con profundo cuidado, y además debe ser único. No parece adecuado que para cada producto turístico convivan diferentes discursos carentes de homogeneidad. (Cada cual no puede hacer su guerra por separado).

Sería muy de agradecer que, con el fin de adecuar y actualizar los distintos locales de restauración, mercados, solares y fachadas...En definitiva, el contexto con el que el turista gastronómico se encontrará si su decisión es visitar Crevillent, que existiera un paquete de ayudas para la reforma y adecuación de dichos espacios. Siempre con un proyecto y declaración de intenciones previo y fruto del consenso entre el receptor y prestador de la ayuda.

Para finalizar, toda estrategia debe ser evaluada con métricas, es decir, todo el esfuerzo realizado debe sostener objetivos mensurables, sin dejar de lado que en todo el recorrido de la estrategia siempre tiene que existir un seguimiento y evaluación constante del árbol de encaminamiento elegido por dicha estrategia.

Resumen ponencia de D. Juan Manuel Navarro Sempere, Asociación de comerciantes y empresarios de Crevillent (ACEC).

Comenzó su intervención poniendo en valor todo lo que tiene Crevillent como son sus museos, sus fiestas, su música, su gastronomía, su industria, su gente y una sierra maravillosa que, a su parecer, se está aprovechando ahora.

Reflexionó sobre que solo ponemos en valor lo que puede ofrecer Crevillent, cuando vivimos fuera, que escucha a muchos crevillentinos y crevillentinas diciendo “a Crevillent no hi ha res” y para él, es triste escucharlo ya que somos los de aquí, los que tenemos que empezar a creer en el potencial que tiene el municipio, y exprimirlo para fortalecer la actividad comercial, de servicios, turística y económica.

Consideró que, si se hace un trabajo en equipo y bien dirigido, buscando la consecución de los mismos objetivos se podría poner a Crevillent en primera línea y sentirnos mucho más orgullosos de ser de aquí.

En cuanto al comercio local o de proximidad, como miembro de la asociación, destacó la importancia de potenciar este sector. Contó que a partir de la pandemia la asociación creció porque fueron muchos los que se dieron cuenta de que necesitaban esa unión, sintiendo la necesidad de formar equipo. Explicó que desde el ayuntamiento han recibido mucha ayuda en diferentes aspectos y que la dinamización de un turismo bien dirigido ayudaría a todo el tejido productivo del municipio, y no solo al tejido gastronómico o comercial.

Apoyó la idea expuesta por otro de los compañeros sobre la creación de tiendas de souvenir que no existen en Crevillent, y que son recuerdos que normalmente compra el turista cuando visita algún pueblo o ciudad, además de productos gastronómicos típicos de Crevillent

En definitiva, para él, el objetivo está en dar a conocer todo lo que tiene el municipio de forma conjunta sectorialmente y bien dirigida.

Resumen ponencia de D. Francisco Jesús Murcia, Servicios Hosteleros "Las Palmeras".

Comenzó apoyando todas las ideas y sugerencias que sus dos anteriores compañeros de mesa habían expuesto.

Explicó que como crevillentino considera que se debe tener una visión más amplia y abstracta de Crevillent, es decir, pensar en el emplazamiento no sólo del municipio que puede atraer posibles turistas, sino en el enclave tan maravilloso con el que contamos tan cerca (Salinas de Santa Pola, Isla de Tabarca, ...) a su parecer, formamos parte de todo eso.

La gastronomía, el turismo, la cultura, el comercio, la naturaleza deben ir de la mano, dado que el objetivo es dinamizar el turismo, se debe ejecutar la dinamización como un conjunto, no focalizando solo las fiestas de Semana Santa, Moros y Cristianos y verano, sino hacer una planificación más amplia y trabajada de lo que Crevillent puede ofrecer.

Puso el siguiente ejemplo, si al año tenemos 52 semanas, y un plan estratégico enfocado al turismo, se debe establecer sinergias y crear una estructura sobre lo que se puede ofrecer el resto de las semanas en Crevillent y trabajar todos los sectores anteriormente nombrados en la misma dirección y bien dirigidos, para avanzar en conjunto.

Consideró la opción de generar una mesa de trabajo profesionalizada en este sentido, en la que se pueda escuchar todas las voces, debido a que existe mucha gente con ganas de hacer cosas por Crevillent y con muy buenas ideas.

Para finalizar apuntó que dinamizar la economía local, en su conjunto, implicaría la creación de empleo. El turista, más que el visitante, si le tratan bien invierte en el municipio donde se encuentra.

La jornada del día 26 estuvo constituida por las tres mesas restantes y el acto de clausura.

La primera fue la **mesa de cultura** moderada por D. Jesús Ruíz Morcillo, concejal de educación y Cultura quien después de puntualizar la importancia de tener una oferta turística cultural de calidad en un municipio, pasó a presentar a los ponentes participantes.



Fotografía 9. Presentación de la mesa de cultura.

D. Luis Sempere Ramon como presidente de la Societat Unió Musical de Crevillent (SUM), escuela oficial desde 1995, aunque son más de 40 años de experiencia los que les avalan ya que, desde su fundación, la Sociedad Unión Musical de Crevillent ha contado con su propia escuela.

D. Eduardo Díaz, Presidente ejecutivo de la Unión Nacional de fabricantes de alfombras, moquetas, revestimientos e industrias afines y auxiliares (UNIFAM) constituida en 1.977, siendo una de las primeras Asociaciones Empresariales de España, en la actualidad la única Asociación Empresarial del sector alfombrero y moquetero.

D. Pedro Serna Mascarell, Licenciado en Historia, especialidad en arqueología, prehistoria e historia antigua como responsable de la empresa Alitua, Alicante Turismo Accesible, empresa con vocación didáctica y cultural surge como recurso divulgativo y educativo para todas las edades, con la intención de mostrar y dar a conocer los recursos culturales, patrimoniales y naturales de nuestro entorno.

Ponencia completa y textual de D. Luis Sempere Ramon, Societat Unió Musical de Crevillent.

La Societat Unió Musical de Crevillent com a actiu turístic a Crevillent

Introducció.

En primer lloc m'agradaria presentar-me, per a qui no em conega. El meu nom és Luis Sempere i des de juliol de 2022 soc president de la Societat Unió Musical de Crevillent i la seua escola. De formació, soc periodista, per això vull avançar-vos que les idees que jo puga plantejar respecte a l'interés turístic de la societat a la que represente son resultat de la reflexió personal i l'observació que permet l'experiència de formar part d'una societat musical des de fa més de 10 anys. Pense que sí, que nosaltres podem aportar una mica de llum per a explicar què pensem que tenim d'atractiu, però que, al cap i a la fi, qui ha d'articular les accions concretes que es prenguen són els experts i les expertes en matèria de turisme.

Seguidament m'agradaria agrair a l'Ajuntament de Crevillent i, més en concret a les regidories de Turisme i d'Economia Sostenible el fet de comptar amb nosaltres en esta taula redona. Trobem que és un símptoma de que, més enllà del que parlem tot seguit, ja se'ns considera, al menys, un actiu turístic en potència i, bé, una floreta d'eixe tipus sempre és d'aguir.

He pensat estructurar estos minuts que tinc en quatre parts que desenvoluparé tot seguit. La primera, una breu aproximació a què és i què no és una banda de música o millor dit una Societat Musical, quines pensem que són les seues "missions" en la societat i definir un parell d'eixos clau que permeten a qualsevol persona que no conega el nostre món, tenir clar de què parlem quan parlem d'una banda i quines són les seues característiques tant artístiques, com organològiques com d'organització. Després vos comentaré també algunes de les propostes que, a nivell, principalment autonòmic s'han posat en marxa per a posar en valor l'interès turístic de les bandes de música del País Valencià. Seguidament, parlaré d'algunes iniciatives que hem impulsat nosaltres a nivell local que, sabent-ho en el seu moment o no, vent-ho ara en perspectiva, pensem que van tenir una dimensió turística interessant. I, finalment vos comentaré algunes accions concretes que, durant la preparació d'esta intervenció, he trobat que s'han posat en marxa en altres ciutats, i pense que és interessant comentar-les.

Què és una societat musical?

Per tal d'enfocar bé el tema sobre el que parlem m'agradaria entrar en matèria primerament definint bé què és una banda o, millor dit, què és una societat musical. Bé, doncs una Societat Musical és una associació, normalment, i com és el cas de la que represente, sense ànim de lucre, que té dins de la seua estructura, almenys una unitat artística: la banda. Les societats musicals, com és el cas de la nostra, solen tenir una escola de música més o menys estructurada que és la que, any rere any va nodrint de músics les unitats artístiques que en formen part. També, en el nostre cas, comptem amb una unitat artística de recent creació que és l'orquestra.

Una banda, com a unitat artística, és una formació instrumental composta principalment per instruments de vent i percussió; encara que, sobre tot, al País Valencià, es solen incloure alguns instruments de corda com són contrabaixos i violoncel·ls. Una banda és la formació instrumental que vertebra el País Valencià de nord a sud, el que veiem a cada poble del territori. El que, en definitiva, segur que tots i totes estem farts de vore en cada celebració dels nostres pobles i ciutats.

L'orquestra, per una altra banda és una formació fonamentalment de corda fregada; es a dir: violins, violes, cel·los i contrabaixos que, segons l'època i el compositor inclouen altres instruments de vent i percussió. L'activitat d'una orquestra es centra fonamentalment, per les característiques històriques de la formació, físiques dels instruments que la componen i acústiques, en la interpretació de concerts, diguem-ne "standard" (els músics seguts, en un lloc apropiat, etc.).

Una banda, per la seua part és una formació molt més versàtil. Com podem comprovar, pràcticament cada mes, una banda de música participa en la vida social d'un poble tocant pel carrer. Una banda és el que veiem darrere dels passos cada Setmana Santa, en cada processó de cada barri o a les festes dels Moros i Cristians. Això no obstant, també és una formació artística de primer nivell pel que fa a la "música culta" (si podem parlar de música culta i fent eixa distinció amb la vessant més popular de la música de banda). Nosaltres mateixos hem interpretat repertoris a l'alçada de qualsevol repertori simfònic de primer ordre amb compositors com poden ser Johann de Meijj, Alfred Reed o Andrés Valero.

Per resumir, una societat musical, a banda de la seua vessant formativa que és l'escola, pot tenir una o varies unitats artístiques que, cadascuna amb les seues característiques, suposen per als pobles i ciutats un actiu cultural i social de primer ordre, així com un element democratitzador de la cultura brutal. Així ho ha sigut històricament i així continua sent-ho.

Ara bé, quina és l'activitat d'una Societat Musical? Com funcionem?

En este sentit, primer dir que el 90% del funcionament d'una Societat Musical respon a treball voluntari. En les escoles, evidentment, tenim professors contractats però les unitats artístiques i les juntes directives funcionen amb voluntariat. Som tot persones que, sense rebre cap remuneració a canvi, treballem més o menys hores (depenent de les possibilitats de cadascun) per la Societat.

El funcionament de les unitats artístiques sol venir marcat per dos qüestions: per un lloc l'aspecte econòmic i de sosteniment de la Societat, que ens obliga a tancar un calendari d'actuacions per les quals la Societat rep una remuneració que permet el sosteniment de la mateixa i, d'una altra banda, els objectius artístics i socials que ens plantejem i que, amb l'assessorament de les figures dels directors artístics, proposem un calendari d'actuacions que, des del punt de vista musical siguen interessants tant per al músic que actua com per al públic que hi assisteix.

Estos són els eixos clau que crec que poden definir breument què som, com funcionem i a què aspirem. Evidentment en este sentit tinc moltes coses més de les que parlar, però, per no

allargar-me més, pense que teniu algunes claus en les que, si voleu profunditzar, vos convida a fer un poc de “periodisme gonzo” i venir a viure la Societat Unió Musical des de dins perquè, encara que no ho he comentat adés, la vocació última de tot l'entramat que es conforma al voltant de les unitats artístiques és obrir-lo al poble tant des del punt de vista artístic com social.

Com s'està impulsant el potencial artístic de les bandes a nivell general?

Bé, arribats a este punt seguiré explicant un poc les accions que a nivell general s'han dut a terme en matèria de turisme, principalment a nivell autonòmic, ja que l'estructura superior que tenim les societats musicals és la Federació de Societats Musicals de la Comunitat Valenciana.

Ressaltar varies qüestions.

En primer lloc, dir que, des de fa alguns anys, el País Valencià, dins la seua promoció turística habitual ha inclòs diferents valors nous, més enllà del turisme de costa, entre els que ens trobem les bandes de música. D'aquesta manera, la Federació de Societats Musicals ha participat en diferents fèries turístiques tant a nivell nacional com internacional sota el lema “Terra de música” i, en este sentit s'han implementat algunes mesures que més avant explicaré per contribuir a que, turistes espanyols i europeus visiten els nostres pobles buscant l'atractiu que les bandes de música puguen aportar al destí.

En esta direcció, la Generalitat, la Federació de Societats Musicals de la Comunitat Valenciana i els ajuntaments de les poblacions d'Alzira, Cullera i Llíria; així com les societats musicals d'estes ciutats, han aconseguit en diferents anys que eixos municipis siguen Municipi Musical Europeu. Esta és una denominació que es dona cada any a una ciutat distinta i que permet desenvolupar activitats culturals de gran impacte als municipis i atraure diferents tipus de turista interessat per la cultura.

De la mateixa manera, la Federació de Societats Musicals i la Conselleria de turisme han signat diferents anys un conveni de col·laboració entre ambdues institucions, amb una dotació econòmica de 120.000 euros que ha permés desenvolupar diferents accions destinades al turisme musical a les nostres comarques.

Fruit d'este conveni s'han desenvolupat diferents accions com una gira de 50 concerts per pobles d'interior amb risc de despoblament o la campanya “Músics amb Denominació d'Origen” que va permetre actuar a bandes d'arreu el País als destins turístics més importants de la comunitat autònoma.

En definitiva, crec que és important tenir en conte que, el fet de les bandes; millor dit, el fet de que cada poble del País Valencià tinga almenys una banda. Este és un tret únic i definitori de la nostra idiosincràsia com a poble mediterrani que s'està intentant exportar com a valor turístic, i que s'ha de seguir impulsant en estos termes.

Què ha fet la Societat Unió Musical pel turisme en Crevillent?

Pel que fa a Crevillent, com he comentat adés, m'agradaria explicar algunes accions concretes que, sent conscients o no en el moment en el que es van dur a terme, fent un repàs històric, ens donem compte que han tingut o poden tenir una repercussió turística beneficiosa per a la ciutat.

En primer lloc vaig a comentar una qüestió que crec que és evident i que pense que es comentarà més extensament en la taula sobre festes. Les bandes de música i, més en concret, la Societat Unió Musical de Crevillent, som part fonamental i imprescindible per a qualsevol de les dues festes d'interés turístic internacional que té la nostra ciutat. Per citar alguns exemples: qui s'imagina el Septenari dels Dolors a la Mare de Deu sense la Societat Unió Musical de Crevillent, la missa festera sense nosaltres, ¿les entrades mores i cristianes amb música de llauna o la concentració de passos de Dimecres Sant sense escoltar les "passarelles"?

En este sentit, pensem que les bandes de música són actors fonamentals en l'atractiu turístic d'estes festes. Una bona mostra poden ser els Moros i Cristians d'Alcoi, les quals entrades van ser la setmana passada i que, del conjunt de la qualitat de tots els elements, destaca per sobre la de les seues bandes. Ací em van a permetre ser una mica crític: tenim unes festes impressionants, d'Interés Turístic Internacional: respectem eixe títol i, de la mateixa manera que portem els vestits de la millor qualitat possible, la millor formació possible, el ballet més innovador per al boato; siguem exigents amb la qualitat de la música, dels intèrprets i respectem-los i cuidem-los com es mereixen. De ben segur això contribuirà a millorar l'Interés Turístic de les nostres festes.

Des de la Societat Unió Musical de Crevillent, pensem que també hem contribuït a ficar el nom de Crevillent en el mapa, no sé quantificar en quina mesura, actuant fora de la ciutat. Vull dir, pense que quan actuem a París, a un certament internacional de bandes com el de la Vila de la Sénia o el de Cullera aconseguim que el nom de Crevillent s'escolte més enllà de la nostra ciutat. És una contribució modesta, segurament, però digna d'esment en qualsevol cas.

De la mateixa manera, qualsevol intercanvi que fem amb altra banda suposa una visita turística a la nostra ciutat. L'estiu passat, per exemple, els companys de la Societat Musical del País Valencià a Barcelona van visitar Crevillent i van poder conèixer el CEMA els Molins i passejar pel nostre poble. L'experiència i el contacte amb ells ens ha permés saber que, almenys alguns, repetiran a Crevillent. Ràpidament comente el cas d'una companya d'esta banda barcelonina que, en febrer, quan vam viatjar nosaltres allà, em va comentar que estava començant gestions amb el CEMA per a fer una excursió d'uns dies amb els seus alumnes de l'escola on treballa per conèixer el Fondo, els Molins i visitar la platja.

D'una altra banda, la relació que a la Societat Unió Musical de Crevillent ens uneix amb el Càmping Alannia ve de llarg. Tots els anys ens demanen actuar allà i, bé, encara que per dates no hem pogut tots els anys, procurem anar de tant en tant a actuar ja que el seu públic agraeix moltíssim veure una actuació de la banda. Sobre tot, si em permeten, els holandesos, belgues i americans es queden molt sorpresos quan els expliques que quasi ningú dels que actuem som músics professionals, que un es fontaner, altre electricista, mestra o funcionari. Ells tenen moltíssima tradició de bandes militars, de cossos de policia o de bombers, però sempre

professionals i no son capaços d'assumir, en un primer cop, que uns aficionats puguen aconseguir els resultats que aconseguim.

Finalment, pel que fa al tema local m'agradaria comentar un cas que m'encanta com a experiència que és el que m'agrada anomenar "Cas Rafael Fisher". Els explique:

Un dia, fa uns anys, sona el telèfon a la banda, l'agafa la companya que abans era presidenta i a l'altre costat diu una veu amb un accent alemany marcadíssim: "Hola, sóc Rafael Fisher, sóc de Suïssa i estudie d'enginyeria electrònica i estic mirant per fer un Erasmus a la Universitat Miguel Hernández d'Elx". Automàticament qui agafa el telèfon des d'aquí diu "Disculpe, s'ha confós, aquí no és" i penja el telèfon.

Un minut després torna a telefonar i ens diu que no, que no està equivocat. El que passa és que està mirant on fer l'Erasmus i, com que també toca la trompa, vol estudiar a una universitat on, mentre fa el programa de mobilitat, pugua tocar en una banda valenciana i, com que Elx i Crevillent estan connectats en autobús, ha pensat que, si el deixem tocar a la banda, l'UMH serà una bona opció per a fer l'Erasmus.

Clar, nosaltres ens vam sorprendre moltíssim, però el vam tenir un any ací tocant en que va fer totes les processons de la Setmana Santa, "santets" i "maredeuetes" i més content que res. Rafael va poder conèixer la banda des de dins, participar i gaudir de l'ambient social i musical que es genera.

Pense que el model de Rafael Fisher és un model reproduïble, encara que per a un públic molt concret. Una forma de traslladar a les bandes de música el que es fa, per exemple en les zones vinícoles: no sols veng el valor turístic del vi, sinó l'experiència de trepitjar el raïm, fermentar el most o, fins i tot, collir. És una opció semblant: no buscar sols el valor turístic en el producte que és un bon concert o una bona desfilada, sinó en el fet de participar-hi com a músic de primera mà.

Algunes accions concretes

Ja per acabar, vull comentar-vos quines són algunes de les accions concretes que, pel que fa a la Societat Unió Musical de Crevillent i, en general en tot el que té a veure amb la música, es podrien implementar, en col·laboració amb l'ajuntament, juntes de festes, entitats privades, etc. per tal de millorar Crevillent com a destí turístic on la música supose un atractiu especial.

En primer lloc, i com ja he comentat abans, és un punt fonamental establir criteris de qualitat artística en les nostres festes d'Interés Turístic Internacional on els professionals de la matèria tinguen un paper rellevant que permeta omplir el marge de millora que tenim, a hores d'ara, gran. Tot el que puguem millorar de les nostres festes, i en este cas, la música és un dels elements on existeix marge de millora, és afegir valor a la ciutat com a destí turístic.

D'una altra banda, de la mateixa manera que la música, si no de banda, d'altres grups de cambra, s'ha convertit en un atractiu turístic pels espais on es presenta; pose l'exemple del festival de Música de cambra de les termes romanes d'Aguilas o el cicle de música que es fa a l'Alcúdia

d'Elix. En Crevillent es poden aprofitar espais naturals, històrics o museístics, per a que el públic de fora els conega en un ambient totalment diferent. Amb música en directe.

Amb un espai adient, que de ben segur l'esperat Teatre Chapí ho serà, altre projecte interessant pot ser el de plantejar una assemblea general de la Federació de Societats Musicals de la Comunitat Valenciana que, cada mig anys se celebra en un lloc distint del País i que, al menys quan jo he anat, la localitat s'ho ha pres com un esdeveniment promocional de primer ordre ja que més de cinc-centes persones de tot el territori acudeixen a la ciutat durant una jornada sencera o, depenent del cas, fins i tot dos.

Després, pense que explorar el cas que he explicat adés del Rafael Fisher pot ser molt interessant a nivell local, però fonamentalment a nivell autonòmic i que músics de tot el mon vinguen a conèixer des de dins un fet tan singular com són les societats musicals valencianes i, especialment, la Societat Unió Musical de Crevillent.

I ja per acabar, no afegiré més iniciatives concretes, però si una reflexió: amb un espai adient, les produccions que una societat musical com la que represente pot fer són pràcticament infinites. Quatre parets poden canviar moltíssimes coses i donar-nos l'oportunitat d'oferir cultura de qualitat en les condicions que pertocuen i, en conseqüència, atraure públic de la província queestic ben segur que en unes condicions d'ergonomia, acústiques i meteorològiques adients estaria disposat a venir a Crevillent per a gaudir de produccions locals; com fem molts aficionats a la música cada setmana.

Per la meua part, això és tot el que he pogut dir-los. Agrair una vegada més tant als companys de la taula com a l'ajuntament per convidar-no. Moltes gràcies.

Ponencia completa y textual de D. Eduardo Díaz Mas, UNIFAM.

En primer lugar, desde UNIFAM quisiéramos agradecer al Ayuntamiento de Crevillente, y especialmente a la Agencia de Desarrollo Local, la invitación que nos ha trasladado para participar en esta iniciativa haciéndola extensiva a los técnicos de la empresa ARVUM por su labor de coordinación y, por supuesto, a todos ustedes por su presencia.

El pasado mes de octubre nuestra entidad intervino en una actuación de similares características a la presente, como fueron las "Primeras Jornadas sobre Economía Local de Crevillente".

En aquella ocasión resultó evidente la afinidad y conexión de UNIFAM con la jornada en cuestión y con la mesa en la que participamos, "Industria y Energía", pero hoy, posiblemente, cabría preguntarse por el motivo que justifica nuestra presencia en una actividad centrada en la "dinamización turística" en la que se destacan aspectos como la naturaleza, la gastronomía y la cultura, vertientes que podrían contemplarse como alejadas de la actividad de nuestro sector "alfombra y moqueta". Sin embargo, aquí es donde reside el conocimiento de la ADL, y en especial de su director Rafael Pastor, sobre la historia, trayectoria y labor que viene realizando

nuestro sector y nuestra entidad y que, realmente, persigue y genera una clara sinergia con la temática CULTURAL de Crevillente.

Apoyándonos en la información de la que disponemos, y que muy profesionalmente condensó nuestra archivera municipal, Bibiana Candela, en su último artículo publicado el número 73 de la Revista Canelobre (editada por el Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert a principios del presente ejercicio) empecemos comentando que el sector de la alfombra y moqueta tiene su origen, al menos, en la época musulmana y aunque posiblemente pudiera datarse en la época romana, no aparece la primera evidencia a través de noticia documentada hasta 1411 cuando se concede a los ciudadanos de la villa la posibilidad de segar los juncos de las zonas pantanosas entre los ríos Vinalopó y Segura, materia prima que se utilizaba para fabricar esteras. De igual modo, y gracias a otro material autóctono, en este caso propio de la Sierra del municipio como fue el esparto, se amplió y diversificó el tipo de producto.

En los siglos posteriores, Crevillente evolucionó tanto a nivel demográfico como social y económico, atravesando dificultades muy notorias, como fue el proceso de expulsión de los moriscos en el que la villa perdió dos tercios de su población entrando en un periodo de fuerte recesión por la pobreza en el sector agrícola pero que, fundamentalmente, fue superado gracias a la tradición manufacturera de sus esteras. De hecho, como refleja Bibiana Candela en dicho artículo, los manuscritos recogen que, junto con el municipio vecino de Aspe, ya entonces se exportaban más de 20.000 piezas de estos tejidos de junco.

Seguía plasmándonos el artículo de Bibiana que el crecimiento demográfico de los siguientes siglos propició la expansión de nuestro sector textil de tal forma que en el siglo XVIII, según autores, se producían hasta 2.686.400 varas de pleita (2.450.000 metros) regulando, incluso, por ordenanza los procesos de preparación, elaboración y composición de las esteras ya que ello provocaba malos olores y la propagación de enfermedades debido a las aguas estancadas, dinámica que se extendió hasta principios del siglo XX.

De nuevo, un hito provoca un punto de inflexión, como fue el nacimiento de los ayuntamientos constitucionales en 1840, propiciándose un nuevo crecimiento del sector asociado a los cambios en los hábitos y costumbres sociales de la época, más decorativos, apareciendo ya las primeras empresas de nuestro sector, “Hijo de Augusto Mas” e “Hilaturas Mas Candela” que se mantuvieron en activo hasta entrado el actual siglo XXI.

Los siglos XIX y XX fueron fundamentales para la expansión de nuestro sector ampliando su actividad comercial fuera de nuestras fronteras e influyendo en la actividad social de Crevillente, propiciando, entre otros hechos, la configuración en el siglo XIX de la Semana Santa, así como la constitución en 1925 de nuestra Cooperativa Eléctrica, en este último caso con el fin de proporcionar suministro eléctrico a la prominente industria alfombrera. Dos años antes, en 1923, con la adquisición y adaptación de los telares mecánicos se crea un importante núcleo empresarial del que destacamos a la firma ALFOMBRAS IMPERIAL, S.A., compañía que este año celebra su onomástica, 100 años, y que aprovechando este foro trasladamos nuestra

felicitación, sintiéndonos orgullosos como representantes sectoriales, además, de crevillentinos, de su trayectoria y su posicionamiento internacional prestigiando nuestra industria y el nombre de nuestro municipio en todo el mundo durante 10 décadas.

Como dato representativo de la relevancia de la alfombra y moqueta en Crevillente, cabe indicar que en los años sesenta y mitad de los setenta (época de mayor florecimiento del sector), más del 60% de la población activa trabajaba en el mismo. Sin embargo, el año 1980 supuso un punto de inflexión, concretamente a raíz de la huelga de los 36 días, la cual generó un importante conflicto social. A raíz de entonces la realidad sectorial ha sido muy diferente, la cual se ha visto golpeada constantemente por múltiples factores externos que han condicionado su evolución. Aún con ello, hoy día muchas empresas capitaneadas por mujeres y hombres emprendedores han apostado por continuar un legado industrial que ha proporcionado un conocimiento único y que ha propiciado una constante búsqueda de la innovación y diferenciación, adaptándonos a los gustos, preferencias y necesidades de nuestros clientes y situando a la alfombra y moqueta crevillentina como la representante de la alfombra española, todo un honor, y un referente internacional.

Todo este preámbulo nos permite destacar la potente tradición industrial de un sector en el seno de un pequeño municipio, como es Crevillente, que no solo ha permitido desarrollar una relevante actividad empresarial, sino que gracias al mismo ha proyectado su imagen a todos los rincones de nuestro país, pero también a múltiples destinos y mercados internacionales, arraigando, a su vez, en su población costumbres diferentes y autóctonas. A éste respecto quisiéramos dedicar los próximos minutos y, para ello, nos permitimos tomar la referencia de una pequeña publicación muy querida para nosotros, como fue el trabajo investigador realizado por los alumnos de segundo curso de enseñanza secundaria del Instituto Maciá Abela de Crevillente en 2007 y titulado “Quan l'estora es l'ànima d'un poble” (Cuando la alfombra es el alma de un pueblo), habiendo conseguido un honroso y dignísimo segundo premio autonómico en el primer concurso “Detectius de la Historia” organizado por la Conselleria de Educació de la Generalitat Valenciana en dicho año, un proyecto divulgador de las raíces y evolución del sector de la “Alfombra y Moqueta de Crevillente” que le ha dado identidad propia a nuestro municipio.

De dicha publicación nos encantaría destacar algunos detalles, como la reflexión que plasmaba textualmente en el mismo su tutora, la profesora María García Munera, “desconocemos si el futuro de Crevillente pasará por la industria textil o estará abocado a la readaptación, producto de la globalización y deslocalización existente en este momento. En cualquier caso, la industria de la alfombra ya ha dejado en Crevillente su impronta: el argot, las canciones, los dichos y refranes, la arquitectura, incluso en la creación de manifestaciones festeras. Todo junto forma la idiosincrasia de su gente”.

Este párrafo antecede a un capítulo del trabajo donde se recogen alusiones tan interesantes como la siguiente, “el Costumari Crevillentí se encuentra lleno de la influencia de la industria alfombrera, empezando por el léxico, con palabras propias de la tecnología utilizada y de los

procesos productivos (calada, lanzadora, lizos, marquets, urdidor, plegador, varillas, cartonadas, fileta, pasadas, menaó, carrillero, repasadora, tejedor, etc), dichos y frases hechas, “Anar per damunt de la maroma” (cuando se desobedecía o se actuaba con mala intención perjudicando a otra persona), “Ser mes sec que l’espart” (se decía de la persona demasiado seria) o “Tenir molta corda” (cuando una persona no paraba de hablar) y así cantidad de ellos. Las canciones. La tradición popular ha perdido canciones referidas a diferentes actividades del sector, pero aún conserva algunas habaneras y canciones tradicionales que hablan de esta industria crevillentina, como por ejemplo el “Ball Xafat”. Las poesías, como por ejemplo la escrita por el autor Anselmo Mas Espinosa titulada EL MENADOR, o la Ricardo Tejada titulada L’ULTIM ESTENEDOR D’ALFOMBRES, y muchas otras. La arquitectura. La alfombra ha dejado huella de su arquitectura, en primer lugar, en los edificios de sus antiguas fábricas, alguna de ellas protegidas, como la fachada de la fábrica UNIVERSAL en la calle Corazón de Jesús, y muy acertadamente adquirida hace unos años por Cooperativa Eléctrica para su obra social, o las fábricas IMPERIAL e HIJO DE AUGUSTO MÁS en el casco urbano. Todas ellas aún permanecen. Pero también en algunos elementos arquitectónicos que se han construido en reconocimiento a nuestro sector.

Y, por supuesto, las fiestas. Así el origen de nuestras fiestas patronales de MOROS Y CRISTIANOS (1968) coincide con el apogeo industrial alfombrero, pero no fue casual ya que esta fiesta necesitó de inversión económica y estructura que proporcionaron los empresarios de la época, impulsando la creación de las comparsas tanto con sus propios recursos económicos como con la participación de los empleados de sus empresas. Del mismo modo, podemos aludir al origen y desarrollo de nuestra SEMANA SANTA, ya comentada en líneas precedentes, y donde el mecenazgo de nuestros empresarios fue fundamental.

Con estas alusiones y reflexiones, que suponen una pincelada para cuanto pudiéramos profundizar, argumentamos la cuestión que nos planteábamos al inicio de mi intervención, sobre la razón que podría justificar que UNIFAM y nuestro sector, estuviera presente hoy en esta mesa.

Desde hace décadas, intentamos trasladar a todos los estamentos de la administración local, la necesidad de potenciar y fomentar, en primer lugar, el arraigo de nuestro sector de la Alfombra y Moqueta de Crevillent entre nuestros propios vecinos, ahondando fundamentalmente en las nuevas generaciones que no han sido testigos de nuestro pasado ni son muy conscientes de realidad empresarial actual y, en segundo lugar, el potencial que podría suponer la actividad turística asociada a nuestro sector, TURISMO INDUSTRIAL. En este sentido y, aunque nos consta el interés inicial por abordarlo, lamentamos expresar que realmente la respuesta obtenida en todos estos años dista mucho de la que podría considerarse óptima, argumentando en la mayoría de los casos las limitaciones económicas generadas por circunstancias externas sobrevenidas en el panorama nacional e internacional que afecta a los recursos públicos. En definitiva, “nunca es el momento”.

Si es cierto que en estos últimos cuatro años se han llevado a cabo iniciativas importantes tanto a nivel local como provincial. En el primero de ellos, destacamos la celebración de la Exposición

anual de la Alfombra y Moqueta en el Centro Joven Juan Antonio Cebrián y que ha permitido mantener ese cordón umbilical entre el sector y la población crevillentina, así como la constitución de una Comisión que pusiera las bases para el desarrollo del “Museo de la Alfombra y la Moqueta”, hecho que desde nuestro punto de vista es fundamental y que impulsaría de forma clara y notoria esta labor divulgativa convirtiéndose en el elemento vertebrador de toda una estrategia de promoción. Sin embargo, y a pesar de una voluntad que agradecemos, una vez más y al parecer, el momento parece no haber sido el propicio, no destinándose los recursos necesarios y dilatándose en exceso los plazos.

En el ámbito provincial, la Diputación de Alicante ha apoyado una serie de propuestas planteadas por UNIFAM tanto en el ámbito internacional, permitiendo el desarrollo de proyectos de cooperación empresarial para la promoción de nuestras empresas y sus productos, como en el entorno más local, celebrándose en los últimos dos años cuatro exposiciones de producto muy relevantes en las ciudades de Alicante, Torrevieja y Santa Pola, actuaciones que contribuyeron de forma especial a acercar nuestra industria no solo a las personas oriundas de tales municipios sino a miles de personas que las visitaron al ser destinos turísticos muy relevantes de nuestra provincia. Igualmente, se apoyaron los proyectos TOUR VIRTUAL y FUTURECARPET, destacando este último por el carácter innovador y didáctico en la explicación a las nuevas generaciones de los complejos procesos productivos de la alfombra y moqueta.

Desde principios de los años noventa UNIFAM viene desarrollando una función promocional del sector como elemento fundamental para conseguir un posicionamiento en los mercados objetivo, tanto a nivel internacional como nacional, y en esta vertiente doméstica (nacional) mediante campañas publicitarias en aquellos medios afines a nuestro público objetivo (televisión, revistas, radio, circuitos de exterior, etc.), relaciones públicas mediante patrocinios, mecenazgo y publicaciones en soportes genéricos y especializados, visitas de diferentes colectivos a las empresas de nuestro sector, jornadas y ponencias y, especialmente, actividades dirigidas al público joven (concurso de dibujos, charlas específicas a alumnos de ESO y Bachillerato, proyecto ALF la alfombra, proyecto FUTURECARPET).

Todas estas actuaciones ha conllevado, en todo momento, la difusión de CREVILLENTE como “Ciudad de la Alfombra” convirtiéndola en un sello, en una “marca”, proyectando el nombre de nuestra villa por todo el territorio nacional e identificándola con la producción de alfombras y moquetas, un valor añadido diferenciador que entendemos, en nuestra humilde y respetuosa opinión, que el municipio no ha explotado ni ha aprovechado turísticamente como podría y debería (pudiendo haberse convertido en un elemento dinamizador turístico del que se beneficiarían otros sectores, tanto culturales (museísticos), de naturaleza (parajes) y Hostelería (Hoteles y Restaurantes), todos ellos contemplados en esta Jornada de dinamización turística.

En este sentido, y aprovechando esta nueva oportunidad, volvemos a destacar el potencial de Crevillente, así como otros tantos municipios y ciudades industriales de la provincia de Alicante, única en España en la concentración de Clusters, en desarrollar una auténtica estrategia de

TURISMO INDUSTRIAL, una línea complementaria, nunca sustitutiva, del TURISMO DE SOL Y PLAYA que permita a villas de interior diversificar en su actividad económica. En nuestra opinión, estas iniciativas deberían desarrollarse conjuntamente entre la Diputación Provincial de Alicante y los consistorios municipales para dar a conocer tanto las tradiciones industriales de nuestros sectores que, como en el caso de la alfombra y moqueta, forman parte del arraigo cultural de nuestros pueblos, como las capacidades y oferta empresarial actual de sus empresas, mostrando una vertiente distinta de la imagen turística de tales municipios, en este caso ligada a una potente actividad empresarial.

Para finalizar esta intervención, me permito la licencia de recitarles la conclusión del trabajo de investigación realizado por los alumnos del IES Maciá Abela aludido anteriormente, “Quan l'estora es l'ànima d'un poble” y que versa así:

“LA ALFOMBRA forma parte de las señas de identidad de nuestro pueblo, de sus calles y de su gente y saberlo y comprenderlo nos hace sentirnos orgullosos de afrontar el futuro con más confianza: tenemos un pasado, somos alguna cosa definida y no el fruto del azar”.

Desde UNIFAM nos encantaría que estas iniciativas no sean resultado de la excepcionalidad y desde todos los estamentos y organismos públicos y privados sepamos salvaguardar y transmitir el preciado testigo y legado que supone nuestro origen y sus tradiciones.

Ponencia completa y textual de D. Pedro Serna Mascarell, Alitua.

Los museos y el patrimonio local en Crevillent

Agradecer a todas las personas implicadas en estas jornadas el contar con mi persona y con mi empresa ALITUA – Alicante Turismo Accesible, para el desarrollo de esta mesa y la participación activa en las mismas.

Debemos remarcar que nos encontramos inmersos en una sociedad que tiende hacia la digitalización y por ello cuando se habla hoy en día de turismo, cultura o patrimonio se debe hacer una vinculación directa con los destinos turísticos inteligentes.

Y entonces surgen las preguntas ¿que son los DTI?, ¿cómo se implementan? ¿cómo se les saca el mayor rendimiento posible?

Hoy hablamos de Crevillent y las posibilidades de dinamización del turismo, y en concreto ahora haremos referencia a los museos, al patrimonio arqueológico y natural.

- Crevillent tiene 5 Museos Municipales, más un sexto (el Museo del Esparto).
- Una secuencia de habitación continuada desde el paleolítico superior hasta la actualidad, además de restos fósiles anteriores a la propia ocupación humana.
- Casi una treintena de yacimientos arqueológicos.
- Un parque natural, el de El Hondo.
- Un centro de educación ambiental CEMA.

- Dos fiestas de interés turístico internacional.

Y a pesar de todo esto, existe una sensación de no tener la difusión acorde con la abundancia de estos recursos.

Cultura



Imagen 5. Presentación sobre patrimonio, naturaleza y cultura.

Si empezamos hablando de la cultura debemos centrar nuestra atención en la publicidad y los medios más efectivos de cómo llegar al mayor número posible de personas con el mínimo esfuerzo.

- Un ejemplo muy claro sería el aeropuerto de Alicante-Elche:

Si el 2022 ha tenido más de 13 millones de pasajeros, ello implica poco más de 1,1 millón por mes de media. Si conseguimos llevar con la publicidad adecuada a un público objetivo de entre un 3 o 5% ello supondría entre 360.000 o 600.000 mil personas al año (si gastan sólo 20€- 7.200.000 o 14.000.000) y ello con una mínima inversión mensual en cartelería dentro del aeropuerto.

- Reclamos efectivos

Una vez captado el público potencial y teniéndolo en puertas, no podemos dispersarlo “a lo loco” hace falta guiar a ese público, por ello surge la necesidad de la existencia de un centro de interpretación desde donde se pueda distribuir y orientar a esa gente.

Para ello estaría el parque nuevo y la casa Museo de Parc Nou, en el propio parque se puede crear un centro de interpretación patrimonial y natural de Crevillent, donde con una reconstrucción idealizada de las distintas estructuras encontradas en los yacimientos arqueológicos locales se dé una primera visión general de la riqueza patrimonial visitable, y todo ello adornado con la flora y fauna típica de la población.

Ya tenemos a los turistas circulando dentro de Crevillent y motivados, pero debemos seguir dándoles incentivos (aunque no sean perceptibles como tales para ellos), es aquí donde surgen los soportes digitales de calle (Mupí's), donde el visitante encuentra información detallada de; donde se encuentra, donde comer, y que sucede en ese lugar en los días de las fiestas declaradas de interés turístico internacional y de las cuales ya se les ha hablado anteriormente. Estos videos motivan a los turistas a volver a la población en las fechas en las cuales se llevan a cabo estas fiestas, con lo que se conseguiría un “visitante” o turista de repetición.

Siguiendo con su deambular entraran en los museos que sean de interés y de los cuales tendrán información física en folletos, pero el DTI implica que estos museos dispongan de códigos QR o placa con acceso NFC donde tener acceso a una visita 360º del mismo y la información completa de los espacios del museo.

Otra opción es la realidad aumentada un recurso muy sencillo hoy en día y con una cantidad de información visual y de interacción que gusta a todos los públicos.

- Juguemos con los visitantes ¡si ellos quieren!

Los sistemas comentados anteriormente, como son los códigos QR y los sistemas NFC pueden tener acceso a juegos de preguntas y respuestas que si el visitante quiere, pueda servir de conductor en las visitas a los propios museos, serian pequeñas yincanas educativas. Además, estos recursos liberan en cierta medida de las visitas guiadas a grupos reducidos, pero con la misma información y un nivel elevado de interacción.

Las visitas guiadas son un recurso imprescindible pero adecuado para grupos numerosos.

Las ciudades yincanas también permiten enlazar un museo con otro y el patrimonio local con la biodiversidad. Surgiendo con este motivo otro recurso muy valorado por el sector turístico y las visitas de grupos como son los scape way, donde además de adquirir conocimientos el espectador puede participar en un juego activo. Siempre se intenta cubrir las necesidades de todas las franjas de edad, haciendo de esta forma atractiva la oferta de la población de Crevillent.

Para este desarrollo un factor determinante es o serían los acuerdos con entidades locales, provinciales y estatales:

- Enercoop, Unifam, ACC.
- Marq, Fundación Mediterráneo.
- Fundación Benlliure.
- entre otros.

Patrimonio.



Imagen 6. Presentación sobre patrimonio, naturaleza y cultura.

Hemos hablado de cultura y alguna de las formas para captar a los turistas, rentabilizar recursos para fomentar la llegada de gente y que conozcan nuestra cultura y ahora hablaremos de nuestro patrimonio. Siempre repito desde ALITUA o donde quiera que este, que los museos no se llenan solos, que no hay descanso en el trabajo de un gestor de museos, no solo vale decir que tenemos una gran riqueza patrimonial hay que apoyarla día a día con nuevos recursos y nuevas ofertas culturales. Si no se lo creen pregunten a Diputación y al MARQ; que sería de ellos sin, ETRUSCOS, GLADIAFORES, GUERREROS DE XIAM,...

Pero eso es otro nivel y otros recursos, nosotros también podemos ser atractivos sin ese capital (y no pregunten de cuanto se trata, seguro se asustarían).

- Espacios de creación.

Otra forma de fomentar el desarrollo del patrimonio es conseguir tener a gente todos los días en los museos, pero con un gasto menor y para eso están los recursos de los MAKERSPACES (espacios de creación), acercar los contenidos de los museos al público dejar que se pueda tocar, manipular y sobre todo crear. Espacios con disposición de materiales didácticos y educativos que expliquen e incentiven el descubrimiento.

- Recreaciones históricas

Utilizar la historia local y los recursos arqueológicos como reclamo turístico, creando una semana de recreaciones históricas de forma anual y en la cual poco a poco y de forma cíclica se toquen diferentes culturas que han existido y habitado en Crevillent. esta semana de recreaciones históricas puede cubrir fechas entre una y otra fiesta de interés turístico internacional y de paso quizás algún día pueda ser referencia de turismo local también.

Cada año se centraría en una época histórica véase: paleolítico, neolítico, calcolítico, edad del bronce, mundo ibérico, época romana, cultura medieval, hasta la actualidad. Cubriendo aspectos diferentes de cada una de las épocas en el momento de desarrollo y abarcando también la gastronomía, la industria textil fomentando de paso esos aspectos locales.

- Recursos patrimoniales didácticos aplicados a los recursos arqueológicos

Dentro del término municipal existen una gran cantidad de recursos arqueológicos muy característicos y bien conservados, el problema en ocasiones radica en que no siempre se sabe dónde están o no están bien señalizados para los visitantes o turistas.

La creación de recursos tan atractivos como "La ventana de Leonardo" o la "idealización arqueológica", facilitaría en gran medida la comprensión y la localización por parte de estos visitantes o turistas, además de dar valor a los lugares en cuestión.

Y retomando los recursos que hemos expuesto en la parte de cultura, volvería a ser aplicable las visitas en 360º, las yincanas y "scape way".

Naturaleza.



Imagen 7. Presentación sobre patrimonio, naturaleza y cultura.

Complementando a los recursos culturales y patrimoniales, se llega como no podría ser de otra forma a los recursos naturales de Crevillent, en esta disertación los he separado, pero en realidad no puede haber unos sin otros y menos en esta localidad, todo está relacionado entre sí.

- Yincana.

La propuesta más acertada en este aspecto siempre es intentar involucrar al mayor número posible de gente y para ello habría que incentivar de alguna forma esa participación, ya en 2018 se dio un hecho que abrió una puerta con el Geología.

La UA y el departamento de Geología y geografía física.

Los estratos corresponden a los sedimentos acumulados en un mar que cubría esta zona en el Plioceno, hace unos cinco millones de años.

MAR DE PLIOCENO- Fracturas en la roca provocadas por factores ambientales.

DIACLASAS- Estructura formada por la acción del agua salvaje sobre terrenos desprovistos de vegetación.

CARCAVAS- Entrada a la cantera.

PRECIPITACIÓN DE YESO EN GRIETAS DE ROCAS- Subida Peña Negra.

MARGAS Y YESOS CARACTERÍSTICAS DE LA SIERRA DE CREVILLENT- Vista desde la cantera hacia el pouet de la mel.

ANTICLINAL Y SINCLINAL- Diapiro de yeso.

Diferentes planos de falla de Crevillent.

Quizás ahora sería el momento de involucrar a distintos departamentos de nuestros institutos (cada uno en sus ámbitos), a los clubs de montaña y senderismo, en la creación de una yincana permanente que muestre la riqueza geológica, natural, patrimonial de nuestra sierra, o la biodiversidad del parque natural de El Hondo.

- Una mirada al cielo-

El último punto que tratare hoy es la bóveda celeste de Crevillent, el último de los "museos" locales y que abre todas las noches.

En el CEMA los Molinos existe la posibilidad de observar las estrellas desde su fabuloso telescopio. Y si a ello se le suma la narración con sentido de lo que aconteció en la sierra hace algunos miles de años puede convertirse sin duda en otro recurso de atracción del turismo.

Vincular la astronomía con el yacimiento de Peña Negra, el yacimiento vecino del Oral en San Fulgencio, y el mundo de Tartessos. Sería quizás un punto interesante y atractivo.

- CEMA Los Molinos y Enercoop.

La principal idea es utilizar y aprovechar los recursos ya existentes. Existe una fuente de agua, casetas y senderos ya trazados sobre el terreno, zona arbolada y de descanso. Deberían crearse diversos entornos que incluyeran parte de las energías renovables existentes en la actualidad y que son en mayor o menor medida viables para nuestra población, así podríamos hablar:

- ENERGÍA EÓLICA: LA ENERGÍA QUE SE OBTIENE DEL VIENTO.

En este punto se estudiará la ubicación de uno o dos aerogeneradores de dimensiones reducidas (vibración), por lo que no supondría ningún tipo de problema ni para el entorno ni para la biodiversidad del entorno (aun así, se debería hacer un estudio de impacto ambiental). Se trata de uno de los sistemas de generar y almacenar energías más rentables de todas las energías renovables. Los talleres vinculados a esa energía serían todos enfocados al conocimiento de nuestro medio físico y los vientos que se producen en él.

- ENERGÍA SOLAR: LA ENERGÍA QUE SE OBTIENE DEL SOL. LAS PRINCIPALES TECNOLOGÍAS SON LA SOLAR FOTOVOLTAICA (APROVECHA LA LUZ DEL SOL) Y LA SOLAR TÉRMICA (APROVECHA EL CALOR DEL SOL).

Esta sería la fuente de energía renovable que más terreno ocupara dentro del Parque y a su vez la primera en importancia en el mismo, dada nuestra situación geográfica, el sol es nuestra mayor fuente de energía, nos acompaña la práctica totalidad del año y nos vemos condicionados por su recurrente ciclo diario. No sería difícil realizar una implantación adecuada del huerto solar, hay un par de zonas amplias, planas y elevadas para su ubicación. Por el lado del rendimiento sería elevado (aunque la pretensión del parque no es el obtener energía únicamente para su venta). En cuanto a las aplicaciones didácticas como bien dice el enunciado de esta energía, no solo es la explicación de la acumulación fotovoltaica, sino que se explicaría las posibilidades del aprovechamiento térmico y calorífico de la energía solar. Se pueden hacer talleres de refracción de los rayos solares para calentar alimentos o superficies, explicar porque la mayoría de nuestros tejados o azotas poseen paneles térmicos junto a un depósito de agua, etc.

- ENERGÍA HIDRÁULICA O HIDROELÉCTRICA: LA ENERGÍA QUE SE OBTIENE DE LOS RÍOS Y CORRIENTES DE AGUA DULCE.

Llegamos a un punto de conflicto en nuestra zona geográfica y en nuestro entorno, dada la escasez y la cada vez más difícil situación de los recursos hídricos, pero no por ello se debe descartar la energía HIDRÁULICA o HIDROELÉCTRICA. Para ello, se aprovecharía el recurso existente de la balsa del propio parque de montaña, generando un circuito cerrado de circulación del agua de la balsa donde se colocarían en determinados puntos sistemas de norias y turbinas para crear y almacenar la energía hidráulica del propio circuito, se pondrían en algunos puntos muretes de contención que darían mayor velocidad a las aguas y sistemas de estrechamiento

con el mismo objetivo. Así mismo se aprovecharía este circuito cerrado para explicar otros 2 sistemas de energía renovable que, de otra forma sería imposible en nuestro entorno, como son:

- Energía mareomotriz: la energía que se obtiene de las mareas.
- Energía undimotriz u ola motriz: la energía que se obtiene de las olas.

El uso didáctico de la energía hidráulica se vería potenciado por los usos tradicionales del agua en nuestro entorno y en nuestros sistemas de cultivo, aprovechando esa agua para la creación de nuestro propio huerto eco - sostenible (completamente ecológico). Además, este huerto daría sentido a la última de las energías renovables que aparecerán en nuestro Parque de energías renovables.

- BIOMASA Y BIOGÁS: LA ENERGÍA QUE SE EXTRAE DE MATERIA ORGÁNICA.

La energía generada por la biomasa es quizás la energía renovable más antigua y al mismo tiempo la que más modificaciones ha sufrido a lo largo del tiempo. Si lo pensamos la biomasa fue la fuente de energía más importante durante mucho tiempo y hasta la revolución industrial, donde todo cambió. En el parque se haría un uso más moderno del concepto de Biomasa, se aplicarían los conceptos del compostaje y el aprovechamiento de los restos de podas por un lado y los cultivos específicos en el huerto ecosostenible con determinadas plantas orientadas a la producción de combustibles.

Así hablaremos de:

- Biodiésel: combustible orgánico para automoción, entre otras aplicaciones, que se obtiene a partir de aceites vegetales.
- Bioetanol: combustible orgánico apto para la automoción que se logra mediante procesos de fermentación de productos vegetales.

La aplicación de esta energía renovable hará dar un sentido práctico al reciclaje y a las separaciones materiales en casa para los niños y no tan niños, dando una visión diferente del reciclaje orgánico, se verá como las diferentes especies de insectos intervienen de una u otra forma en estos procesos (destacando la importancia de la fauna), se explicará como las colonias de determinados animales e insectos son beneficiosos para el crecimiento de plantas y para su descomposición, igual que para la polinización.

- Senderismo

Pr-CV 108, 109,110.

La segunda mesa fue la **mesa de innovación** moderada por Dña. Estefanía Salinas Peral (Concejala de Economía Sostenible), quien explicó el motivo de tener un espacio para la innovación en estas jornadas y fue el concepto de innovación turística, en la que entienden que es encontrar un componente nuevo, o que ya tenemos, para mejorarlo y para aportar ventajas a la experiencia del turista en nuestro municipio, y para ello presentó a los ponentes participantes en la mesa.



Fotografía 10. Mesa de innovación.

Dña. Isabel Mas Crespo como Directora del Área de Producción y Transición Energética en el grupo Enercoop. Ingeniero Industrial por la Universidad Miguel Hernández (2016) y Máster en Hogar Digital. Profesionalmente destacó su trayectoria profesional durante 17 años en el Grupo Enercoop, donde cuenta con más de 10 años de experiencia en operación y mantenimiento de plantas fotovoltaicas, predicción de la demanda y gestión de garantías de origen renovable. Participación en proyectos europeos en el ámbito de las comunidades energéticas locales con almacenamiento energético. Responsable del proyecto de comunidad energética COMPTEM-Crevillent, primera comunidad energética puesta en marcha en España.

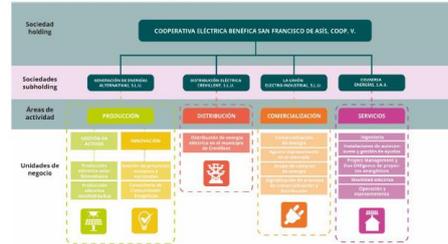
D. Luis Candela de la Fuente como responsable de la empresa especializada en telecomunicaciones Crevinet, empresa 100% crevillentina que, con 6 años de vida, ha conseguido llevar la fibra óptica a calles y partidas de Crevillent. Empresa comprometida con asociaciones y con los clubes del municipio, da soporte a proyectos deportivos y culturales.

Exposición completa utilizada por Dña. Isabel Mas Crespo, Grupo Enercoop.

Consideró el turismo una gran oportunidad para el desarrollo económico del municipio, y desarrolló su ponencia con las diapositivas que se recogen a continuación, en las que es visible la relación existente entre turismo, energía y medio ambiente.

Introducción: Grupo Enercoop

- ☑ **Empresa matriz:** Cooperativa Eléctrica de Crevillent (creada en 1925).
- ☑ **Objetivo:** dotar de suministro al municipio.
- ☑ **Modelo:** suministrar de energía de forma justa, democrática, descentralizada, renovable, digital y a un menor precio.
- ☑ **Ubicación:**
- ☑ **Principio rector:** 1 socio = 1 voto (11.000 socios).
- ☑ **Órganos de gobierno:** elegidos democráticamente (Consejo + Control).
- ☑ **Valores éticos:** excelencia, transparencia y servicio al cooperativista.
- ☑ **Estructura Empresarial:**



Grupo Enercoop

Evolución histórica

- Creación** 1925: primeros suministros (2ª revolución industrial)
- Extensión de la red** 1925-1950: Sectores industrial y doméstico
- Defensa posición sectorial** 1970-1980: Presiones para absorción/extinción
- Producción energía renovable** 2007-2008: PSFV El Realengo (13 MW)
- Garantizar suministro futuro** 2012: Construcción ST Crevillent 40 MW
- Transición energética (Comunidad energética local)** 2018: Plan Estratégico

Grupo Enercoop

Actividad de generación fotovoltaica



Sector turístico: Innovación hacia la sostenibilidad



- Sector con uso intensivo de la energía.
- Necesidad de infraestructuras públicas y privadas.
- Sector con gran impacto económico.
- La actividad turística conlleva un impacto significativo en el medio ambiente y acentuar la huella de carbono municipal.
- Gran capacidad para implantar tecnologías renovables así como medidas de eficiencia energética.
- ✓ Impacto positivo en el sector con la implantación de medidas de sostenibilidad, promoviendo el turismo ecológico y responsable.

Medidas energéticas (I)

Las **medidas energéticas** que pueden implementar el sector turístico, entre otras, son:

1. Sustitución de las luminarias de tecnología convencional a LED.
 - Las luminarias LED son más eficientes, lo que significa que su consumo es menor. Esto implica un ahorro en el consumo energético y en el coste económico.
 - La tecnología LED tiene una vida útil más larga que las convencionales. Por tanto, la frecuencia de los reemplazos será menor lo que permite reducir los costes de mantenimiento y de reemplazos.
2. Certificación energética de edificios.
 - Permite identificar las oportunidades de ahorro energético y por tanto reducir los costes energéticos.
 - Ayudan a mejorar el confort de los turistas durante su estancia, al garantizar unos sistemas de calefacción y refrigeración eficientes y sistemas de iluminación adecuados.

Medidas energéticas (II)

3. Promover la movilidad sostenible.
 - El uso de medios de transporte sostenibles como la bicicleta, patinete eléctrico o vehículo eléctrico permiten reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y mejorar la calidad del aire en las ciudades.
 - Medidas como puntos de recarga eléctricos y aparcamientos específicos para bicicletas y patinetes.
4. Integración de tecnologías de energía renovables
 - La instalación de fuentes renovables permite autoconsumir y reducir los consumo de energía provenientes de la red. Esto se traduce en una disminución del coste energético.
 - Las energías renovables permiten reducir los consumos de combustibles fósiles. Disminuyendo así la huella de carbono asociada y mejorando la calidad del aire.
 - Al generar propia energía, se reduce la dependencia energética con el exterior.
 - Diferentes fórmulas para la autoproducción energética.

Fórmulas de autoproducción de la energía

GENERACIÓN PROPIA DE ENERGÍA



COMUNIDAD ENERGÉTICA GRUPO ENERCOOP- COMPTM **enercoop** CÉLULAS DE AUTOCONSUMO

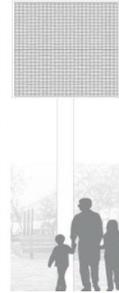


COMUNIDAD ENERGÉTICA GRUPO ENERCOOP- COMPTM **enercoop** PUNTOS DE RECARGA



COMUNIDAD ENERGÉTICA GRUPO ENERCOOP- COMPTM **enercoop**
SISTEMA PÚBLICO DE INFORMACIÓN ENERGÉTICA

- Culturalización energética de los ciudadanos
- Ubicados en espacios públicos representativos



“Mupi” o stand Monopostes

COMUNIDAD ENERGÉTICA GRUPO ENERCOOP- COMPTM **enercoop**

APP Grupo Enercoop: empoderamiento del CONSUMIDOR



Aspectos positivos



Los beneficios que proporcionan la implantación de medidas energéticas son todos positivos y además favorecen al atractivo turístico.

- Turismo sostenible. Aumenta turísticas interesados en el turismo ecológico y responsable.
- Ahorro significativo en el consumo energético.
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Mejora de la calidad del aire municipal.
- Ahorro económico derivado del consumo energético.
- Aumento de la competitividad, al reducir los costes se permite ofrecer servicios más económicos con la misma calidad.
- Mejora la imagen y reputación del sector turístico.
- Mayor facilidad y comodidad en el transporte.



Conclusiones

La implementación de medidas energéticas como:

- Sustitución de las luminarias de tecnología convencional a LED.
- Certificación energética de edificios.
- Promover la movilidad sostenible.
- Integración de tecnologías de energía renovables

No solo contribuye a una mejor sostenibilidad ambiental del sector turístico, sino que también puede mejorar su atractivo para turistas preocupados por el medio ambiente y que buscan opciones más sostenibles. Además, estas medidas pueden reducir costos y mejorar la rentabilidad del sector turístico a largo plazo.

Ponencia completa y textual de D. Luis Candela de la fuente, Crevinet.

La jornada del día 26 finalizó con la **mesa de fiestas**, moderada por D. Jose Manuel Penalva Casanova (Alcalde), quien quiso hacer una pequeña introducción que se resume a continuación, dando paso después a los ponentes para su intervención.



Fotografía 11. Mesa de fiestas.

Comenzó afirmando que tras las mesas que tuvieron lugar en las jornadas, es evidente que todos ponen en valor los recursos turísticos que tiene Crevillent, para mostrar tanto a la gente que viene de fuera a visitar el municipio como a los propios crevillentinos. A su parecer, esa amplia variedad de recursos ha sido el motivo por el que años atrás, cada sector trabajara por su cuenta para conseguir su objetivo particular y no en conjunto.

Hoy en día, es conocido por todos que el turismo se ha profesionalizado, y se ha creado una gran empresa, poniendo como ejemplo el caso de la Generalitat Valenciana, en base a ello, consideró que Crevillent debe impulsarse hacia una estructura turística con ámbito profesional.

Aportó datos tales como que la economía local de Crevillent corresponde en un 60%-70% al sector servicios, aunque siempre se ha pensado que correspondía al sector industrial, con lo que, con estos datos sobre la mesa, consideró que es más que evidente involucrar al sector servicios para la consecución de la dinamización del turismo en Crevillent.

Continuó afirmando que las fiestas no son un gasto sino una inversión, con efecto retorno. Cuando tiene lugar los días de fiesta en el municipio, muchos profesionales y empresas también viven económicamente de ellas (sector textil, peluquería, maquillaje, profesionales de luces y sonido, etc.). Aportó datos tales como que en el año 2022 se llevó a cabo una inversión en fiestas que ha superado los 837.000€: y en turismo 151.000€.

Finalizó diciendo que, a su parecer, Crevillent está a la delantera del turismo a nivel provincial, aunque queda mucho por hacer, y que Crevillent tiene mucha relevancia respecto al turismo con otros pueblos de sus mismas características.

Como objetivo final, fija el convertir al visitante en turista ofreciendo paquetes de viajes.

Una vez finalizó su introducción, presentó a los ponentes que participaron en la mesa de fiestas.

D. Javier Aznar Mas, como presidente de la Cofradía de San Isidro Labrador desde el año 2007 y unido a la misma desde el año 1983.

D. Luis Manchón Mas como presidente de Asociación de Fiestas de Moros y Cristianos "San Francisco de Asís" de Crevillent desde 2020, vicepresidente de la asociación durante 4 años y vinculado a la misma desde 1997. Fue Presidente de la Comparsa Maseros durante 11 años, y ha participado en varias comisiones de trabajo en la propia asociación. A nivel profesional es licenciado en ciencias Químicas y ha ejercido como profesor de secundaria durante 33 años.

D. Sergio Lledó Mas en representación de la Federación de cofradías y hermandades de Semana Santa de Crevillent, y director desde 2006 del Museo de Semana Santa y desde 2010 director del Museo Pintor Julio Quesada, dos de los museos más emblemáticos del municipio.

Ponencia completa y textual de D. Javier Aznar Mas.

Fiestas populares de barrio

Buenos días: Saludo en primer lugar al Sr. Alcalde-Presidente del Ayuntamiento y a los demás miembros de la mesa, así como a todos los asistentes a estas Jornadas sobre naturaleza, gastronomía y cultura como dinamizadores turísticos en Crevillent. También agradezco la invitación a participar en estas jornadas como persona vinculada a una de estas fiestas de barrio tan populares para toda nuestra población, ya que soy presidente de la Cofradía de San Isidro Labrador.

Nuestras fiestas mayores son nuestra Semana Santa y Moros Cristianos, las mismas Declaradas de Interés Turístico Internacional. Pero aparte de estas dos fiestas tan importantes, también existen otras populares y de barrio que son las que a continuación detallo, mil perdones por si se me olvidará alguna de ellas.

En Enero empezamos con la Cabalgata de Reyes.

En Febrero o Marzo el Carnaval.

En Mayo y Junio tenemos la romería de San Isidro y la fiesta de San Pascual, continuando con la festividad de San Felipe Neri en la pedanía de San Felipe, Santísima Trinidad en el Barrio del Pont. San Antonio de la Florida, Corpus Christi, San Luis Gonzaga en El Realengo, San Ignacio de Loyola en el Barrio de la Estación, San Cayetano tanto en Crevillent como en el Barrio de su mismo nombre, Santa Clara, Virgen de la Salud, Santo Angel de la Guarda, San Rafael y terminamos con la Virgen del Rosario y la devoción al Santo Rosario de la Aurora.



Empezamos los días de Mayo y en primer lugar celebramos la Fiesta en honor a San Isidro, la misma se viene celebrando desde tiempo inmemorial, dos días dedicados al santo labrador con las propias eucaristías en la ermita y parroquia de la Santísima Trinidad, además de la bajada y subida en romería del santo, con gran participación de niños ataviados con los típicos trajes de labradores valencianos y madrileños o chulapos, las romerías van acompañadas de la Colla de Dolçainers, el Grupo Chamberí con los pasodobles y chotis acompañados de la Sociedad Unión Musical, disparándose una gran mascletá al finalizar las mismas. Aunque en septiembre y en la ermita se celebra la fiesta de Santa María de la Cabeza con una solemne eucaristía, abriendo durante todo el año cada 15 de mes la ermita desde Octubre a Abril de 4 a 6 de la tarde, organizando varias celebraciones y manteniendo la apertura de la misma para los vecinos de nuestra población que deseen hacer una visita a nuestros santos.

La fiesta de San Pascual empieza con una eucaristía el día del santo en su ermita, para continuar con la bajada en romería desde el Molí del LLebrés hasta nuestra población con una gran multitud de pastorets y pastorettes bailando ante el santo la típica danza de los pastores de nuestra población, hay una gran participación de niños ataviados con los típicos trajes de pastores, finaliza la fiesta con una Eucaristía en la Parroquia Ntra. Sra. de Belén y subida en procesión del santo donde al llegar a la calle Molinos se entonan los Gozos y se dispara una monumental traca dando por finalizadas las fiestas de este gran santo vinculado a nuestra tierra.

Seguimos con la Fiesta de San Felipe Neri en la pedanía que lleva su mismo nombre, allí hay diferentes y multitudinarios actos en su honor, desde desfiles con carrozas, verbenas y comidas de hermandad, culminando el día del santo con la solemne Eucaristía y procesión por las calles de la población.

En el Barrio del Pont, se celebran las fiestas en honor a la titular de la Parroquia que es la Santísima Trinidad, fiestas de gran arraigo, donde se organizan por la Asociación de Vecinos y la Parroquia innumerables actos, como son talleres de dibujo, carreras, juegos, verbenas y sopa de faixa, serenata en su honor, el triduo y la solemne Eucaristía y posterior procesión acompañada por los niños de comunión por las calles del barrio, finalizando las mismas con un potente castillo de fuegos artificiales disparado desde el Paseo del Calvario.

A continuación, tenemos a San Antonio de la Florida, con una novena en la ermita la subida al santo a la Parroquia de la Santísima Trinidad y la Eucaristía y procesión hasta su ermita, disparando un monumental castillo de Fuegos Artificiales como final de las fiestas.

Tenemos el Corpus con la participación con sus estandartes de todas las fiestas que a lo largo de todo el año se realizan en Crevillent, gran participación de fieles en la procesión, así como niños que han realizado la primera comunión y desde hace unos años se realiza el típico baile de la Moma.

En la pedanía de El Realengo, tenemos las fiestas dedicadas a su santo patrón San Luis Gonzaga, se celebran varios actos en su honor, como son la coronación de las reinas y damas de honor, ofrenda de flores, desfile de disfraces y carrozas, juegos infantiles y verbenas, así

como cenas de hermandad entre todos los vecinos, el día del santo la solemne Eucaristía y procesión, finalizando con un potente castillo de fuegos artificiales.

En los meses de julio y agosto tenemos en primer lugar la fiesta en honor a San Ignacio de Loyola en el Barrio de la Estación, en ella se realizan verbenas, sopas de faixa o de hermandad y juegos infantiles para los niños, culminando los actos con una misa en honor al santo.

A continuación, celebramos en agosto a San Cayetano copatrón de nuestra población, con una serenata en la parroquia que lleva su nombre y sopar de faixa, pero lo más importante es la Santa Misa a primeras horas del día siguiendo con la solemne procesión del santo y la recogida de la típica alábega o albahaca por los devotos. En el Barranco de San Cayetano, también se realizan grandes desfiles de disfraces, comidas de hermandad, juegos, verbenas, actividades deportivas y la solemne misa y procesión por la barriada.

También se celebra la fiesta de Santa Clara en la calle de su mismo nombre, con verbenas, romería a la Parroquia de Ntra. Sra. de Belén y santa misa con subida de la imagen a la calle de donde es titular.

En septiembre tenemos dos grandes fiestas de barriada como son las Fiestas de la Virgen de la Salud y el Santo Angel de la Guarda, en las mismas se realizan muchas actividades, como son la inauguración de alumbrado de fiestas, los pasacalles, actuaciones musicales, ofrenda floral, proclamación de reinas y damas de honor, finalizando con la solemne misa en la Parroquia de Ntra. Sra. de Belén y procesión multitudinaria hasta la ermita tanto de la Salud como del Santo Angel, ambas festividades van a la par y se celebran en las dos primeras semanas de este mes.

En el mes de octubre tenemos la fiesta del Barrio de San Rafael en ella destacamos la romería de bajada a la Parroquia para celebrar la Santa Misa en su honor y posterior subida amenizada por un grupo musical donde se acompaña la imagen por los vecinos del barrio.

Quiero finalizar estas fiestas con los actos que durante este mes se realizan entorno a nuestra patrona la Virgen del Rosario, en ella y durante todos los domingos por la mañana se canta el Santo Rosario por las calles de nuestro pueblo, se realiza una serenata en la plaza de la Constitución, pregón de apertura de las fiestas y solemne procesión y misa acompañada con los cantos del Santo Rosario.

No quiero extenderme mucho más, pero sería conveniente que nuestro Ayuntamiento solicitara a la Generalitat Valenciana la declaración de Fiestas de Interés Turístico Local, pues sería muy importante para todas estas festividades que pudieran acceder a más ayudas y subvenciones, pues a veces nos es insuficiente poder mantenerlas vivas, ya que cada vez se encarece más poder llevarlas a cabo, eso sino son ermitas que están en el extrarradio y hay que mantener y cuidar los edificios y su entorno para que no se deterioren o realicen algún acto vandálico.

También sería interesante que se difundieran más en las redes sociales y en los medios de comunicación provincial (prensa, radio y televisión).

Por eso solicito como presidente de una de estas fiestas que se invierta más en ellas, se les dé un mayor impulso y se promocionen mucho más, al igual que a las Fiestas Mayores de Semana Santa y de Moros y Cristianos, para así tener un abanico mucho más amplio de posibilidades para todos los vecinos y foráneos que quieran acudir a conocer estas fiestas tan tradicionales, promocionando con ello el turismo festivo, gastronómico y de experiencias en nuestra población no solo en estos dos momentos, sino durante todo el año.

Muchas gracias por vuestra atención y por vuestra escucha.

Resumen ponencia de D. Luis Manchón Mas, Asociación de Fiestas de Moros y Cristianos "San Francisco de Asís" de Crevillent.

Comenzó informando que la asociación de fiestas se remonta a 1965 donde un grupo de jóvenes entusiastas crevillentinos crearon las Fiestas de Moros y Cristinos. Gracias al entusiasmo de entonces y al de hoy en día, se ha conseguido una fiesta declarada de "Interés Turístico Internacional". Además, desde el año 2010 algunas de las embajadas de Crevillent fueron declaradas «Bien Inmaterial de Relevancia Local», dentro del Patrimonio Cultural de la Comunidad Valenciana. Es evidente que estos hechos, ponen de manifiesto la gran calidad de estas, así como su envergadura dentro de la Fiesta de Moros y Cristianos de Crevillent.

Como presidente de la asociación compartió la afirmación del alcalde en su introducción, en la que considera que las fiestas no son un gasto sino una inversión, que genera riqueza para un pueblo (modistas, sastres, floristería, música, peluquería, gastronomía, etc.). Aprovechó la ocasión, para informar de la inversión que tuvieron en el último año las comparsas de la asociación, siendo esta de 1.200.000€.

Recordó a los presentes, que las Fiesta de Moros y Cristianos son fiestas patronales del municipio, por lo que, según la asociación, la promoción de estas debe realizarse desde el Ayuntamiento de Crevillent.

Pasó a enumerar una serie de propuestas para la promoción de las Fiestas de Moros y Cristianos de Crevillent, tales como:

- Participar en "Expofiesta", que es una "Feria Nacional de Fiestas Populares" que se celebra anualmente en IFA (Alicante), en la que están representadas todas las fiestas de los pueblos de la comarca y en la que Crevillent no participa. Consideran desde la asociación, que sería más efectivo que acudir a Fitur, que es una "Feria Internacional de Turismo", que se celebra anualmente en IFEMA (Madrid).
- Vídeos en todas las oficinas de correos en las que aparezcan imágenes de las fiestas e información de cuando se realizan.
- Cartelería informativa, poniendo como ejemplo la opción propuesta por Alitua, ponente de la anterior mesa, con cartelería en el Aeropuerto de Alicante-Elche.
- Anuncio en televisión a nivel nacional.

Continuó explicando que, si el objetivo es dinamizar el turismo en Crevillent, deben de cumplirse unos servicios mínimos que ofrecer a ese visitante/turista que viene a disfrutar de las fiestas como, por ejemplo:

- Aparcamiento señalizado, vigilando y seguro.
- Cantidad mínima de baños públicos.
- Opciones de alojamiento para que se puedan hospedar en el municipio.
- Oferta gastronómica.

Finalizó apuntando que estos mínimos, deberían de cumplirse teniendo en cuenta que, en una entrada, participan unas 3.000 personas, además de la gente que viene a disfrutar de ellas.

Ponencia completa y textual de D. Sergio Lledó, Federación de cofradías y hermandades de Semana Santa de Crevillent.

Semana Santa de Crevillent: arte. cultura. religiosidad. tradición y turismo

Buenos días, en primer lugar, agradecer al Excmo. Ayuntamiento de Crevillent, la puesta en marcha de este tipo de iniciativas, que tratan de poner en valor las características de nuestra población, y de poner en común una serie de propuestas para mejorar el turismo en Crevillent, al fin y al cabo, tratan de mejorar la vida de los crevillentinos, impulsando un sector de gran trascendencia como es el turismo.

En el enunciado o título, se ha intentado mostrar el significado que puede llegar a tener la Semana Santa, la Semana Santa de Crevillent es arte, es cultura, religiosidad, tradición y la unión de todos ellos, repercute en la trascendencia turística que puede llegar a tener.

Porque claro está que la “fiesta “o celebración de la Semana Santa, es una de las festividades anuales más arraigadas en la sociedad española, pocas poblaciones puede haber en España donde no se celebre de una forma u otra, la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo, pocas poblaciones hay en España donde no se realice ninguna procesión durante esos días.

Esto repercute en que evidentemente es una festividad de gran atracción turística, pero también tiene el gran inconveniente, que al mismo tiempo se están realizando en España un gran número de procesiones, que supone en el factor turístico, un elemento de competencia entre todas ellas.

¿Qué podríamos destacar de la Semana Santa de Crevillent? Para que, por ejemplo, un potencial visitante, venga el próximo año a Crevillent y no visite otra ciudad durante la Semana Santa.

La Semana Santa de Crevillent destaca por una serie de factores que nos convierten en una Semana Santa con claro potencial turístico:

-ARTE: El arte es esencial en la Semana Santa Crevillentina, las imágenes y grupos escultóricos tallados por escultores de la talla de Mariano Benlliure, Antonio Riudavets, García Talens, Carmelo Vicent o Antonio Parera le dan un carácter singular a nuestra Semana Santa,

De todos estos artistas, destacan fundamentalmente las figuras artísticas de Mariano Benlliure, probablemente el escultor español más reconocido de nuestra historia, unido a Crevillent y especialmente a nuestra Semana Santa. Crevillent puede resaltar por ser la población con mayor número de obras del escultor valenciano.

A destacar también al escultor Antonio Riudavets Lledó, artista referencia de la imaginería religiosa del XIX en la Comunidad Valenciana, cuya obra se puede contemplar casi en exclusiva en la Semana Santa Crevillentina.

-MÚSICA: Pero la Semana Santa crevillentina, también es música mostrada por sus tradicionales y autóctonas bandas de cornetas y tambores, que realzan aún más si cabe su carácter mediterráneo, pero sobre todo por sus universales coros, que ensalzan con sus voces la Semana Santa Crevillentina.

La Semana Santa crevillentina tiene como pórtico, el Septenario en Honor a la Virgen de los Dolores, preámbulo a la Semana de pasión. Durante siete días el pueblo de Crevillent canta los Dolores de María, todo ello ante el bello marco arquitectónico de la Iglesia de Nuestra Señora de Belén.

-RITOS, COSTUMBRES Y TRADICIONES: La Semana Santa de Crevillent es una celebración tradicional, donde tienen un valor trascendental los ritos, costumbres y tradiciones que van pasando generación tras generación: arreglo de pasos, abrazo, dianas... y como no, el almuerzo tradicional del "Pa torrat". Los crevillentinos comparten el tradicional almuerzo del "Pa Torrat", de nuevo ritos y tradiciones, alrededor de una mesa: pan tostado al horno con aceite, ajos y bacalao, habas y cocas de boquerón, verdura..., todo ello acompañado con productos de la huerta crevillentina.

-MUSEO SEMANA SANTA: Otro elemento inherente a la propia celebración pasional crevillentina, Crevillent puede presumir de poder tener el mejor museo de Semana Santa de toda España, un museo distinto, singular, que vive durante todo año la esencia de la Semana Santa Crevillentina. Permitiendo que el visitante pueda conocer y vivir aquellas sensaciones que vivimos los crevillentinos durante la Semana de Pasión.

ACTIVIDADES PARA MEJORAR EL TURISMO DURANTE LA SEMANA SANTA.

Crevillent es una población con una rica y variada propuesta turística: fiestas, museos, naturaleza, gastronomía..., un conglomerado de atractivos que pueden provocar que un turista pueda visitar nuestra localidad.

Pero un aspecto a mejorar es ese turista que viene de paso, por ejemplo, al Museo de la Semana Santa de Crevillent (el pasado 2022 alrededor de 10.000 personas visitaron el museo) o los centenares de senderistas o ciclistas foráneos que cada fin de semana practican deporte en

nuestra población, debiendo convertir a ese turista de paso, en un visitante que pueda comer, cenar o dormir en nuestra población.

La difusión y publicidad son esenciales para poder atraer al visitante, un turista que ya tiene una visión completa de la población a la que quiere visitar, ya ha rastreado a través de las diferentes páginas de internet: horarios, que cuesta la entrada, el mejor restaurante para comer...

Pero, volvamos a la realidad, ¿podemos competir económicamente con grandes ciudades y poblaciones turísticas?, ¿podemos competir con esas grandes campañas publicitarias que inundan los carteles de las autovías del país?

Una posible solución, vamos a intentar ser originales. Vamos a intentar difundir nuestros atractivos turísticos desde la innovación y la originalidad. Por ejemplo, este año desde el Museo de la Semana Santa se ha realizado una campaña de cromos con las distintas imágenes que procesionan en nuestra Semana Santa, esa acción ha provocado un elevadísimo aumento de visitantes.

Sería necesario organizar paquetes o experiencias turísticas que permitieran al visitante completar una jornada diferente en nuestra Semana Santa.

Una de las posibilidades sería un paquete turístico que englobará el VIERNES SANTO EN CREVILLENT:

-Desayuno (Chocolate y Toña). Ver abrazo y subida al calvario (Con explicaciones a través de la APP Semana Santa Crevillent).

-Almuerzo Pa Torrat (Carpa Hornos de Crevillent/ Turisme de Crevillent) situada en Paseo Calvario o inmediaciones donde podrán degustar el almuerzo típico de la Semana Santa Crevillentina en pleno ambiente de nuestra Semana Santa.

- Ver Procesión Bajada del Calvario en tribuna, donde podrán escuchar o leer las explicaciones en las guías en diferentes idiomas que podrán descargarse en la App.

- Ver entrada Pasos en el Museo de la Semana Santa (opcional).

- Comida Cuaresmal Restaurantes Crevillent.

El paquete turístico podría completarse con la Procesión de la Muerte de Cristo, cena y noche en hotel.

-RUTAS TURÍSTICA "CREVILLENT COFRADE": desde el Paseo del Calvario de Crevillent, conocer las diferentes lugares relacionados y vinculados con la Semana Santa Crevillentina: Paseo Calvario, Iglesia Santísima Trinidad, Morquera, Iglesia Nuestra Señora Belén y Museo Semana Santa Crevillent. Finalizando con almuerzo típico de Viernes Santo.

-RUTA TURÍSTICA "BENLLIURE IMAGINERO ": visitas desde la Plaza de la Constitución, Iglesia Nuestra Señora de Belén, Museo Mariano Benlliure y Museo Semana Santa Crevillent.

Finalizando en restaurante con menú especial Benlliure (comida con diferentes elementos típicos de Crevillent y Benlliure, vinculados a su origen valenciano, como platos de arroz, horchata...).

-JORNADAS GASTRONÓMICAS SEMANA SANTA CREVILLENT: ferias gastronómicas en las que se pueda impulsar elementos típicos de la gastronomía cuaresmal crevillentina, como el almuerzo típico del Viernes Santo, las toñas... Para ello organizar ferias en las que puedan participar hornos, restaurantes, poder hacer demostraciones en directo, concursos de coca o toñas, así como traer cocineros para que puedan realizar sus propias recetas por ejemplo de una coca de boquerón o de un arroz y verdura.

-CONCURSO TAPAS CUARESMALES: degustación de tapas cuaresmales en los diferentes restaurantes de la localidad, durante el periodo cuaresmal.

Estas son solamente una serie de ideas y propuestas que podrían incentivar el turismo en nuestra localidad.

5 REPORTAJE FOTOGRÁFICO



Organiza:



AJUNTAMENT DE CREVILLENT

*Regidoria d'Economia Sostenible
i Oportunitats*



**CREVILLENT
2030**

Subvencionado por:



**GOBIERNO
PROVINCIAL
ALICANTE**

La Dipu de los Pueblos