



APOYAMOS
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

TURISME COMUNITAT VALENCIANA 20/21 INFORME DE COMPROMISO



**GENERALITAT
VALENCIANA**



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

ÍNDICE

A- INTRODUCCIÓN

B- DECLARACIÓN DE APOYO AL PACTO MUNDIAL

C- MEDIDAS PRÁCTICAS

LE1 GOBERNANZA DEL TURISMO

- LE01P01 Coordinación administrativa
- LE01P02 Cooperación corresponsable público-privada
- LE01P03 Código ético del turismo valenciano
- LE01P04 Gobierno abierto
- LE01P05 Planificación y gestión compartida

LE02 VERTEBRACIÓN DEL TERRITORIO Y LOS DESTINOS

- LE02P01 Red de playas y espacios naturales inteligentes
- LE02P02 Planes de dinamización y gobernanza turística
- LE02P03 Consolidación turística del espacio rural e interior
- LE02P04 Adaptación al cambio climático
- LE02P05 Destinos turísticos inteligentes
- LE02P06 Transición hacia una economía circular del turismo

LE 3 IMPULSO DE LA COMPETITIVIDAD, DEL CAPITAL HUMANO Y DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

- LE03P01 Apoyo al nuevo modelo turístico
- LE03P02 Normativa turística
- LE03P03 Agilidad administrativa
- LE03P04 Vigilancia al intrusismo
- LE03P05 Aceleración y emprendimiento empresarial - ACCETUR
- LE03P06 Sistema integrado de calidad turística
- LE03P07 Formación específica
- LE03P08 Calidad laboral
- LE03P09 Smart data office
- LE03P10 Estadísticas de turismo
- LE03P11 Investigación en favor del conocimiento
- LE03P12 Transferencia del know-how
- LE03P13 Transformación digital del sector

LE 4 MARKETING TURÍSTICO

LE04P01 Gestión de las marcas y posicionamiento global

LE04P02 Impulso a la segmentación de mercados

LE04P03 CREATURISME: creación y promoción de producto desestacionalizador

LE04P04 Publicidad omnicanal (online y offline)

LE04P05 Relaciones con intermediarios, medios e influencers

LE04P06 Relaciones con el cliente final

LE04P07 Comunicación institucional

LE04P08 Sistema de gestión integral del destino

LE 5 SEGURIDAD Y RESILIENCIA TURÍSTICA

LE05P01 Plan Comunitat Valenciana: Destino seguro

LE05P02 Gestión de crisis

D- MEDICIÓN DE RESULTADOS

E- ANEXO



A

INTRODUCCIÓN

Turisme Comunitat Valenciana es una entidad de derecho público perteneciente al sector público instrumental e integrado en el sector público administrativo, de la Generalitat a quien corresponde el fomento y ejecución de la política turística de la Comunitat Valenciana.

Se adhirió al Pacto Mundial de Naciones Unidas el 21 de noviembre de 2019 como organización del sector público y desde entonces ha participado activamente de dos maneras:

Por una parte, implementando los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de su propia estrategia y operaciones; por otra, animando a los agentes del sector turístico de la Comunitat Valenciana con los que interactúa (destinos y oferta turística) a participar en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

El documento que se presenta a continuación es el Informe de Compromiso de Turisme Comunitat Valenciana durante el periodo correspondiente desde su adhesión hasta dos años después.



B

**DECLARACIÓN
DE APOYO
AL PACTO MUNDIAL**

Turisme Comunitat Valenciana, en su condición de entidad de derecho público adscrita a la Presidencia de la Generalitat ejecutora de las políticas turísticas del Consell, viene desarrollando acciones vinculadas a la implementación de los 10 Principios del Pacto Mundial por parte de los distintos agentes públicos y privados que configuran el sector turístico de la Comunitat Valenciana.

Dichas acciones tienen su mandato normativo en la Ley 18/2018, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana, su anclaje programático en los principios que inspiran el Código Ético del Turismo Valenciano, y su desarrollo operativo en las distintas líneas de acción contempladas en el Plan Estratégico del Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025, haciendo suyos los principios del Pacto Mundial a través de las políticas públicas en materia de turismo dirigidas a las empresas y destinos turísticos valencianos.

Por ello, y desde la adhesión en 2019 de la entidad a la Red Española del Pacto Mundial, Turisme Comunitat Valenciana ha ido llevando a cabo pasos en esta dirección, pasos entre los que destacan la elaboración, presentación y difusión en noviembre 2019 del documento-guía “100 Recomendaciones para la consecución de los 17 ODS de Naciones Unidas por los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana” con el propósito de avanzar, desde la escala local y regional, hacia un planeta más justo, sostenible e íntegro.

Nuestro firme compromiso con los 10 Principios del Pacto Mundial se ha ido materializando durante estos últimos dos años en actuaciones que es necesario comunicar nuestros grupos de interés y al público en general, actuaciones entre las que destacan:

- *El Decreto 5/2020 de Regulación del Estatuto de Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana.*
- *Las convocatorias de ayudas a la certificación de recursos turísticos municipales y la renovación en establecimientos turísticos bajo criterios de sostenibilidad.*
- *La publicación del ‘Manual para la adaptación de los destinos turísticos al cambio climático’.*
- *La publicación del Informe ‘Análisis de implantación de medidas frente a los ODS’ en destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.*
- *O la participación en proyectos vinculados a la sostenibilidad en el marco del programa Interreg MED, como HERIT-DATA, ALTER ECO, SIROCCO, PANORAMED, MITOMED+ y TOURISMED.*

En definitiva, el presente informe de compromiso expone éstas y otras medidas llevadas a cabo por Turisme Comunitat Valenciana desde 2019 para apoyar los principios del Pacto Mundial, así como los resultados obtenidos a partir de ellas, renovando así nuestro compromiso con la consecución de un mejor planeta para todas las personas.

Valencia, Noviembre 2021

Presidente de Turisme Comunitat Valenciana



C

**MEDIDAS
PRÁCTICAS**

Este informe recopila todas las actuaciones emprendidas por Turisme Comunitat Valenciana (en adelante Turisme) a lo largo del periodo de dos años desde la adhesión, evidenciando su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, firmado el 21 de noviembre de 2019.

La Red Española del Pacto Mundial establece diez principios que agrupa entorno a cuatro temáticas:

1- Derechos humanos: se aborda la necesidad de dar visibilidad a los derechos humanos universales y protegerlos y hacer partícipes a todos los grupos de interés de su protección; los dos principios asociados son:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Algunas de las acciones realizadas por Turisme en 2020 velan por la protección de la seguridad, la libre circulación, el derecho a la vida y la garantía de la prestación del servicio en igualdad de condiciones independientemente de las características físicas, psíquicas y personales del turista, por ejemplo, las medidas incluidas en el Plan Estratégico del Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana 2017 – 2020, el impulso a la certificación de recursos y servicios turísticos en estándares de accesibilidad como la norma UNE 170001 de Accesibilidad universal, el programa de Cocinas Solidarias, la instalación de Puntos Violeta turísticos en las Tourist Info, etc.

2- Trabajo: los principios relativos a esta materia tratan de asegurar un correcto desempeño del trabajo digno, carente de cualquier explotación o discriminación y de asegurar los mecanismos organizacionales que lo aseguren. Estos principios son:

3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

En este sentido, Turisme incluyó iniciativas para asegurar el trato injusto en el trabajo, el correcto desempeño de las labores en los puestos, así como la formación en habilidades prácticas con tal de evitar discriminaciones por cualquier hecho. Algunas de ellas fueron: la publicación del Decreto 15/2020, de 31 de enero, del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana, la formación y las nuevas convocatorias de acreditación de Guías de Turismo, el Plan de Inspección, el programa de formación y adecuación de la calidad SICTED, la cualificación continua y la formación para el empleo de personas en riesgo de exclusión laboral realizada en los CdTs y/o la apertura de CdTs en el interior de la comunidad, entre otros.

3- Medio ambiente: en esta temática se reúnen los principios relativos a la protección ambiental partiendo de una mentalidad de prevención y a partir del desarrollo de nuevas tecnologías más sostenibles. Entre los principios están:

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo de y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Entre sus iniciativas, Turisme abordó la publicación del Decreto 5/2020, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana, impulsó a la certificación de recursos y servicios turísticos en estándares medio ambientales como la norma ISO 14001, el Reglamento Europeo EMAS, el Ecolabel y/o la marca Parcs Naturals, publicó ayudas destinadas a entidades locales para sufragar los gastos de certificación de recursos turísticos locales bajo estándares medio ambientales, etc.

- 4- Lucha contra la corrupción:** a partir del principio 10, las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.
- Para hacer frente a la corrupción Turisme lleva a cabo diversas iniciativas relativas a la transparencia y a la regulación, como por ejemplo, el Portal de Transparencia de Turisme Comunitat Valenciana, el Decreto 7/2020, de 17 de enero, del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística, etc.

Sin embargo Turisme durante este periodo ha realizado muchas más actuaciones que contribuyen de forma simultánea al cumplimiento de esos 10 principios, tales como, la publicación de la Guía de 100 recomendaciones para los ODS en destinos turístico de la Comunitat valenciana, el Comité de Ética del Código Ético de Turismo, etc.

En el año 2020, Turisme elaboró el Plan Estratégico del turismo de la Comunitat Valenciana 20-25 (en adelante, PETCV) el cual se alinea con los principios y compromisos de la Ley 5/2018 de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana (en adelante LTOH), así como con el Libro Blanco y el Código Ético, documentos clave para la reorientación del modelo turístico de la Comunitat Valenciana.

El PETCV tiene como finalidad contribuir a que la Comunitat Valenciana sea un destino turístico auténtico, elegido por su carácter hospitalario, su estilo de vida mediterráneo y sus valores éticos; gestionados de manera colaborativa y corresponsables, y orientados hacia su transformación en territorio inteligente (inclusivo, innovador y sostenible).

La competitividad, empleo de calidad, compromiso con el territorio, hospitalidad y sostenibilidad (en su concepción más amplia), son los principales retos que aborda el PETCV, y junto a ellos, la conversión de la Comunitat Valenciana en un territorio inclusivo e inteligente, capaz de responder a las necesidades de la industria, de los turistas y, sobre todo, del ciudadano.

Por otra parte, plantea un escenario de trabajo basado en la gobernanza colaborativa entre sector público y privado y entre las diferentes escalas de la administración.




EL PETCV se presentó como la primera estrategia turística regional que alinea los objetivos de política turística recogidos por la LTOH con los Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS), confirmando así el compromiso del gobierno de la Comunitat Valenciana con las directrices de la ONU. Todas las propuestas del plan están alineadas con los ODS y, por lo tanto, garantizan

que la cultura habrá sido adecuadamente puesta a disposición de todos sin estandarizarla ni empobrecerla, que se respetarán las particularidades de quienes viajan a través de una sensibilización/ formación a los recursos humanos en diversidad cultural y derechos humanos; que se luchará desde todos los estamentos contra el intrusismo y las malas praxis; que se pensará en los grupos de población más vulnerables y en su integración para que puedan beneficiarse de la actividad turística; que se compatibilizará la actividad turística con el derecho de residencia, descanso y tranquilidad; que se planificará y ordenará el turismo pensando siempre en el desarrollo sostenible como única vía de éxito, destinando para ello recursos humanos y económicos que garanticen tal finalidad; que se fomentará un entorno laboral óptimo, tolerante, igualitario e inclusivo que permita beneficiar preferentemente a la población local; que se promoverá la aplicación de buenas prácticas; y que se facilitará a la demanda una información objetiva y veraz para que preserven el entorno, respeten las tradiciones y valoren el consumo de productos de proximidad.

Es por todo ello que el informe que a continuación se presente se ha estructurado con base al **Plan Estratégico Turístico de la Comunitat Valenciana 2020-2025**.

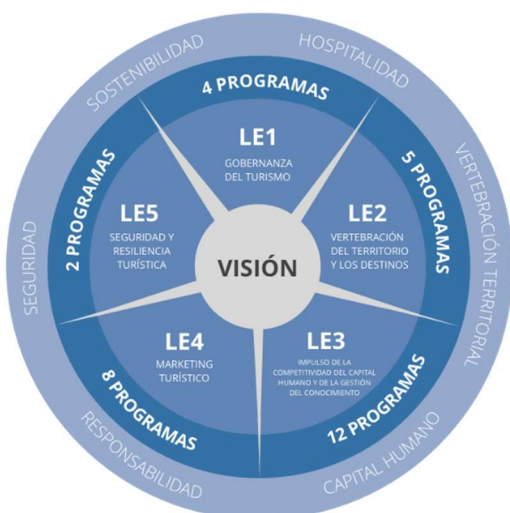
A continuación se detallan los objetivos estratégicos del PETCV para el periodo 20-25, alineados con los 17 ODS de Naciones Unidas.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS del PETCV 20-25	ALINEACIÓN CON LOS ODS		
1. Mejorar, diversificar y potenciar la oferta turística de la Comunitat Valenciana.	13 ACCIÓN POR EL CLIMA 	14 VIDA SUBMARINA 	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 
2. Incrementar la calidad, rentabilidad económica y competitividad de la oferta.	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO 	7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	
3. Acondicionar el territorio turístico y el paisaje en el que se ejerce la actividad.	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	
4. Adecuar el producto a las necesidades de la demanda.	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 		
5. Procurar el bienestar de residentes y usuarios de servicios turísticos.	5 IGUALDAD DE GÉNERO 	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 
6. Garantizar el derecho de las personas con discapacidad a un turismo accesible e inteligente.	3 SALUD Y BIENESTAR 		
7. Promover la sostenibilidad social, ambiental y económica y el desarrollo local mediante la diversificación y la desestacionalización.	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 

8. Fomentar la colaboración y la cooperación con los agentes sociales a través de su participación.	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 		
9. Consolidar el crecimiento del sector turístico y del empleo de calidad.	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 		
10. Incidir en la formación y el fomento de la investigación e innovación turística.	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 		

El PETCV recoge la proyección hacia el futuro que se pretende alcanzar: ser un destino turístico auténtico, seguro, elegido por su carácter hospitalario, su estilo de vida mediterráneo y sus valores éticos; gestionado de manera colaborativa y corresponsable y orientado hacia su transformación en territorio inclusivo, innovador y sostenible y hacia la mejora continua que garantice su competitividad.

Gráfico 1: Mapa conceptual del PETCV



La estrategia turística de la Comunitat Valenciana se asienta pues en seis pilares (sostenibilidad, hospitalidad, vertebración territorial, capital humano, responsabilidad y seguridad) y se estructura en cinco ejes estratégicos:

- eje 1 gobernanza del turismo
- eje 2 vertebración del territorio y los destinos
- eje 3 impulso de la competitividad, del capital humano y de la gestión del conocimiento
- eje 4 marketing turístico
- eje 5 seguridad y resiliencia turística

A continuación, por cada eje estratégico se describen los programas que lo integran, haciendo hincapié en la finalidad del mismo, el equipo de trabajo que lo desarrolla en el marco del organigrama de la organización (Anexo I) y las actuaciones realizadas en ese programa. Dada la extensión del documento, la información más detallada se ha extraído en tablas, convenientemente enumeradas a lo largo del documento y recogidas en el Anexo II.

EJE 1 - GOBERNANZA DEL TURISMO

En el ámbito público, la coordinación entre administraciones es una de las claves para el consenso y para evitar duplicidades. La (buena) gobernanza - cuyos principios se sustentan en la apertura, la responsabilidad, la participación, la cohesión y la eficacia- debe garantizar una correlación entre cómo se planifica el turismo y cómo es finalmente gestionado.

Por otra parte, la cooperación en el ámbito privado es imprescindible y requiere de un empresariado experimentado y profesional que vea en las alianzas una oportunidad de crecimiento y mejora continua.

Por último, conviene considerar el papel de la sociedad civil hacia una conciencia participativa, que organizada en asociaciones, fundaciones, asambleas y otro tipo de herramientas sociales, utilizan los mecanismos legales para hacer valer su opinión y derechos.

El mejor modo de materializar la gobernanza es mediante una relación fluida, recíproca y continua entre lo público, lo privado y lo civil. Cooperación, colaboración, corresponsabilidad, codecisión y concreción son las claves de esta línea estratégica, en línea con el ODS 17 Alianzas e integrada por cinco programas:

- LE1P1 Coordinación administrativa
- LE1P2 Cooperación corresponsable público-privada.
- LE1P3 Código Ético del turismo valenciano
- LE1P4 Gobierno abierto
- LE1P5 Planificación y gestión compartida

LE1P01 COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA

OBJETIVO

Afianzar espacios estables de diálogo y consenso mejorando las sinergias institucionales, minimizando las duplicidades y maximizando la eficiencia del gasto e inversiones de la administración en materia turística.

EQUIPO DE TRABAJO

- Secretaría Autonómica y Dirección de Turismo
- Subdirección General de Turismo – Servicio de Ordenación y tramitación turística
- Área de Competitividad turística - Servicio de Planificación y estrategia turística
- Área de Competitividad turística - Servicio de Infraestructuras

ACTUACIONES

REGULACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

El 29 de enero de 2020 se publicó el Decreto del Consell 7/20 de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística, el cual desarrolla los capítulos 3 y 4 del Título I del Libro I de la LTOH, y el cual vino a satisfacer las siguientes necesidades:

- Regular la composición, organización y funciones de los órganos para la coordinación de la acción turística y, concretamente del Consejo Valenciano del Turismo, la Comisión Interdepartamental de Turismo y el Comité de Ética del Turismo.
- Regular la naturaleza y estructura del organismo público para la gestión de la política turística, Turisme Comunitat Valenciana.

COMISIÓN INTERDEPARTAMENTAL DE TURISMO

Con la publicación del decreto 7/2020 se desarrolló el marco normativo de la Comisión Interdepartamental de Turismo, que es el órgano colegiado y transversal del Consell, dirigido a facilitar la coordinación, la colaboración, el estudio, la propuesta, la programación y el seguimiento de las actuaciones institucionales de la administración autonómica sobre la actividad turística.

ASISTENCIA E INFORMACIÓN

A lo largo del 2020, desde el Servicio de Planificación y estrategia Turística, se apoyó técnicamente a la Presidencia y a la Dirección de Turisme a través de las siguientes actuaciones:

- Elaboración del programa Recuperatur CV
- Gestión y coordinación del Grupo de trabajo Destino Seguro
- Propuesta de especificaciones para el desarrollo de las especificaciones para la elaboración de planes de contingencia del ICTE
- Elaboración de documentos Playas Seguras y Destinos de interior seguros
- Balance del Plan estratégico de subvenciones 2018-2020

- Cálculos Fondo de Cooperación Municipal para Municipios Turísticos

Anexo - Tabla 01 Informes elaborados para la Presidencia y la Dirección de Turismo

Por otra parte desde el Servicio de Infraestructuras, informó a los requerimientos de diversos organismos, y concretamente:

- Asistencia técnica e informe de actuaciones de temporada promovidas por los ayuntamientos de la Comunitat Valenciana en zonas de dominio público marítimo terrestre.
- Seis informes, a petición de las Consellería d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica, competente en materia de vertidos al mar y otras actuaciones que pudieran tener impacto turístico en la Comunitat Valenciana.
- Informes para la solicitud de autorización a los Servicios Provinciales de Costas para la reinstalación de la infraestructura turística y lúdico-deportiva de Turisme instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.
- 146 informes para los Servicios Provinciales de Costas en las tres provincias, pertenecientes al Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico.

LE1P02

COOPERACIÓN CORRESPONSABLE PÚBLICO-PRIVADA

OBJETIVO

Reforzar las relaciones con los actores privados para una toma de decisiones corresponsable fomentando la colaboración supramunicipal y el aprovechamiento de las sinergias entre entes públicos, privados y civiles.

EQUIPO DE TRABAJO

- Subdirección General de Turismo – Servicio de Ordenación y tramitación turística
- Área de Competitividad – Servicio de Planificación y estratégica turística
- Área de Marketing – Servicio de Marketing online y publicidad

ACTUACIONES

CONSEJO VALENCIANO DE TURISMO

Con la publicación del decreto 7/2020 se desarrolló el marco normativo del Consejo Valenciano del Turismo el cual tiene la finalidad de fomentar la participación de los agentes en la actividad turística de la Comunitat Valenciana. Es el órgano de consulta y asesoramiento al que le corresponde la elaboración de estudios, trabajos e informes, y la formulación de propuestas para la mejora de la actividad turística.

El 21 de julio de 2020 se celebró la reunión de constitución del Consejo Valenciano de Turismo cuya apertura fue a cargo del Presidente de la Generalitat, el cual ostenta a su vez la Presidencia del Consejo y, donde entre otros, se dio a conocer a los miembros del mismo el plan estratégico.

CONVENIOS NOMINATIVOS

Los convenios nominativos (subvenciones directas), es uno de los ámbitos donde se materializa la relación entre lo público y lo privado, por el apoyo a la mejora de la imagen y la competitividad de la Comunitat Valenciana. Este tipo de instrumento permite articular mecanismos de coordinación con una gran diversidad de actores turísticos, hacia el objetivo común de la gobernanza del turismo.



Convenios de promoción: Una de las vías sobre la que se desarrolla la estrategia de comunicación es a través de convenios nominativos para la mejora de la imagen y la competitividad de la Comunitat Valenciana.

Tienen como objetivo la difusión y promoción de productos turísticos, de destinos y dirigidas a mercados de interés prioritario para las asociaciones y entidades locales que lo promueven.

Anexo - Tabla 02 Relación de convenios de colaboración en promoción

Convenios con la Red Tourist Info: La red Tourist Info cuenta con 217 oficinas de información turística y 21 puntos de Información turística adscritos, distribuidos territorialmente por toda la Comunitat Valenciana.

- >> Cobertura jurídica – Convenios: El Consell aprobó, por acuerdo de 8 de febrero de 2019, un convenio tipo de colaboración entre Turisme y 140 entidades locales-137 municipios, 2 mancomunidades y 1 entidad local menor-, que permitió renovar y actualizar los convenios suscritos con dichas entidades para el desarrollo del programa Tourist Info. Este nuevo convenio agiliza los trámites jurídico- administrativos y permite actualizar los convenios suscritos entre 1993 y 2015, adaptándolos a la normativa vigente.

Durante 2020 Turisme suscribió 57 convenios con la siguiente tipología:

- 51 convenios tipo de actualización de su adhesión a la Red Tourist Info. Anexo -Tabla 03 Convenios de adhesión a la Red Tourist Info
- 2 convenios específicos Tourist Info con municipios ya adheridos a la Red, pero que requerían su actualización singularizada, aunque sin dotación económica: Aspe (Alicante) y Castelló de la Plana.
- 4 convenios de adhesión de nuevos municipios u oficinas a la Red, convenios individualizados en cada caso, y con su consiguiente dotación económica: Tibi (Alicante) y en la provincia de Castellón, Montán, Sant Jordi y Oropesa del Mar.

- >> Cobertura territorial: En 2020 se cerró con 21 puntos de información y 217 oficinas Tourist Info en funcionamiento dentro de la Red, con una gran presencia del servicio a lo largo de la Comunitat Valenciana, tanto en destinos de litoral, como de interior y urbanos. Las oficinas

Tourist Info se gestionan en colaboración con 172 entidades locales – y el Aeropuerto de Castellón-.

En 2020 se produjo un descenso interanual en el número de oficinas de- 0,91 %, imputable a la reorganización de la Red en la ciudad de Alicante y algún ajuste menor

(Anexo – Tabla 04 Distribución territorial del número de oficinas Tourist Info por provincias)

La Red Tourist Info presenta una cobertura territorial comarcal del 100% con presencia en las 34 comarcas de la Comunitat Valenciana

(Anexo – Tabla 05 Cobertura territorial de la Red Tourist info). Turisme incorporó dos nuevas Oficinas:

- Tourist Info Alicante Plaza del Port (Alicante), que completa la reorganización de la Red Tourist Info en el municipio,
- Tourist Info Estació de Castelló (Castellón), punto estratégico acceso como es la Estación del AVE.

Se trabajó en la modernización de la imagen y mejora de las instalaciones en el marco de las ayudas dirigidas a las entidades locales de la Comunitat Valenciana y en la obtención/renovación de algún certificado reconocido por el programa Qualitur.

En cuanto al modelo de gestión y relación interadministrativa, Turisme y la Fundació Visit València mantuvieron la prestación de servicios de información turística en la ciudad de València, compartiendo una misma sede física con el fin de optimizar los recursos existentes, mediante la autorización de ocupación de la oficina de información turística Tourist Info València-Paz a favor de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana.

Anexo – Tabla 06 La Red Tourist Info en cifras

PREMIS TURISME COMUNITAT VALENCIANA

Los premios de Turisme Comunitat Valenciana, de carácter no económico, expresan el reconocimiento de la Administración Turística de la Generalitat a las personas entidades e instituciones que, de manera notable contribuyen al desarrollo, fomento o promoción de la Comunitat Valenciana y a quienes se distingue por su labor a favor del turismo.



Por Resolución de 21 de febrero de 2020 se convocaron los Premis Turisme CV 2019, a los que se presentaron 9 candidaturas en sus distintas modalidades. A finales del mes de septiembre y coincidiendo el Día Mundial del Turismo, se celebró la sexta edición Premis Turisme CV, en la sede del Palau de la Generalitat, donde el President de la Generalitat entregó los mismos a los ganadores.

En la 6ª edición los premios concedidos en las modalidades convocadas recayeron en:

MODALIDAD	PREMIADOS
A la trayectoria turística	Fundación Palau Ducal dels Borja- Fundació Comunitat Valenciana
A la formación, investigación e innovación turística	Curso de especialización en el turismo gastronómico y cultura culinaria
A la promoción y comunicación turística	XIX Edición Feria Primer corte de la miel de Ayora
Al turismo sostenible	Asociación de municipios forestales CV (AMUFOR), arte rupestre y el bosque como modelo de gestión del turismo.
Al turismo inclusivo	La noche de las velas den el municipio de Titaguas
Al turista responsable	(EX AEQUO) a Vianatura S.L y a Hortaviva – Valencia Original Tour

El jurado decidió, otorgar menciones especiales a aquellas personas o entidades que se distinguieron por su importante contribución a paliar los efectos ocasionados por la COVID 19 sobre el sector turístico valenciano. Las menciones fueron:

- A la ONG World Central Kitchen, desde Valencia, Menús solidarios de Castellón y a Alicante Gastronómica Solidaria que ofrecieron 300.000 menús solidarios por su aportación en los momentos más duros de la pandemia.
- Al Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) y a Eva Beltrán Zurita (Técnico de Calidad de Turisme) por el esfuerzo realizado en la elaboración de las guías de especificaciones para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV- 2 en establecimientos turísticos y recomendaciones para destinos turísticos respecto de recursos turísticos de primer orden como son las playas o destinos de interior.
- A los hoteles, Hotel Luz Castellón, Hotel AC Valencia y Complejo San Juan de Alicante que fueron “medicalizados” y acogieron pacientes Covid, por su contribución a la atención sanitaria durante en los momentos más intensos de la crisis.

LE1P03 CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO VALENCIANO

OBJETIVO

Asentar la cordialidad, la inclusión y el cuidado como valores de base para las buenas prácticas y relaciones turísticas en la Comunitat Valenciana, caracterizando a la Comunitat Valenciana como un destino orientado hacia la diversidad y la inclusión, e impulsando políticas que garanticen el derecho de las personas con diversidad funcional a gozar de un turismo en condiciones adecuadas a sus expectativas y necesidades.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística – Servicio de Planificación y estrategia turística

ACTUACIONES 2020

Turisme se afilia al Código Ético Mundial para el Turismo, promovido por la OMT, y asume su compromiso con los valores del respeto, la igualdad, el cuidado y la cordialidad a través de la LTOH y desarrollando un código ético propio del turismo de la Comunitat Valenciana.

Inicia la instrumentalización del Sistema de Ética y Cumplimiento del Código Ético, a través de la regulación del Comité de Ética del Turismo con la publicación del Decreto 7/2020, de 17 de enero, del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística, que lo define como el órgano consultivo encargado de impulsar la implementación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, y en concreto, su adaptación a la idiosincrasia de la Comunitat Valenciana, a través del Código Ético del Turismo Valenciano.

Durante este periodo se contabilizaron 1085 adhesiones al Código ético del Turismo Valenciano, de las cuales 167 fueron de nueva incorporación, suponiendo un incremento respecto al año anterior del 15,39%.

LE1P04 GOBIERNO ABIERTO

OBJETIVO

Hacer del derecho a la información clara, precisa y completa una seña de identidad en la gestión pública del turismo valenciano, alineando las políticas públicas del Consell con la política turística. La Generalitat ha adquirido un compromiso hacia estrategias de gobierno abierto, dirigiendo acciones que promueven tres áreas principales: la apertura de datos, la transparencia y la interacción y la participación con la ciudadanía.

EQUIPO DE TRABAJO

- Servicio de personal y asuntos generales

ACTUACIONES

En la web institucional www.turismecomunitatvalenciana.es hay una sección específica denominada “portal de Transparencia turística”, en línea con el Portal de Transparencia de la Generalitat (GVA Abierta) donde se da la siguiente información:

- Información económica, presupuestaria y estadística
- Información de relevancia jurídica
- Información institucional, organizativa i de planificación
- Información relativa a altos cargos y asimilados
- Otros contenidos objeto de la publicación

LE1P05 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN COMPARTIDA

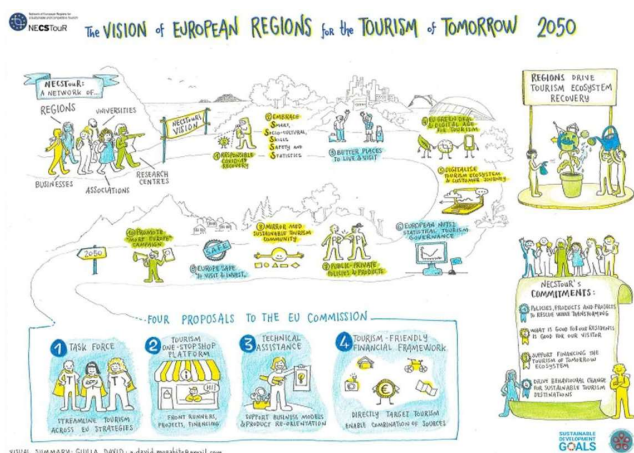
OBJETIVO

Generar entornos de conocimiento compartido para el diseño de la estrategia turística fomentando la colaboración. Turisme cuenta con diferentes estructuras que articulan la relación y la integración de los agentes, públicos y privados, en el desarrollo del modelo turístico y que dan cabida en las decisiones estratégicas y operativas a marcas turísticas, municipios, universidades, asociaciones, instituciones, agrupaciones empresariales, expertos y representantes sindicales, entre otros.

EQUIPO DE TRABAJO

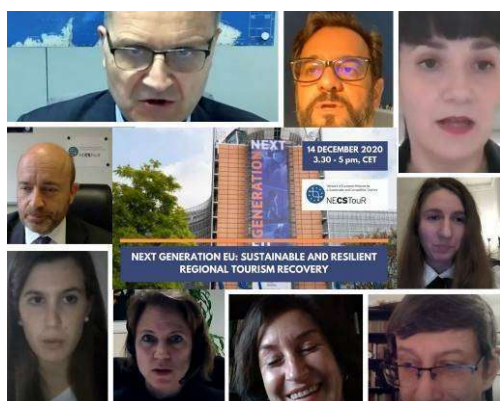
- Área de Competitividad turística – Servicio de Planificación y estrategia turística
- Invatur
- Área de Competitividad turística – Servicio de Infraestructuras
- Área de Marketing – Tourist info

PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES



Turisme mantuvo su apuesta por la creación de sinergias en el ámbito internacional, renovando su participación como socio de entidades de relevancia en el mundo del turismo, tales como la OMT, el Pacto Mundial de Naciones Unidas o Necstour (Red de regiones europeas para un turismo sostenible).

Esta afiliación posibilitó la asistencia a numerosos webinars de interés estratégico para el sector turístico en el ámbito europeo.



Brussels, 14 October 2020

TOURISM MUST BE PART OF NATIONAL RECOVERY AND RESILIENCE PLANS

If it is not in the plan, it is not in the budget: the European Tourism Manifesto alliance, the voice of the European travel and tourism sector, urges European Union Member States to make tourism a strategic element in their national recovery plans in order to harness the potential of the sector to generate jobs and growth, and to reap the benefits from green and digital transitions.

According to the European Commission's Communication 'Europe's moment: Repair and Prepare for the Next Generation'¹, travel and tourism is one of the most affected ecosystems by the COVID-19 and requires €161 billion² worth of investment to bounce back to pre-crisis levels. The new Recovery and Resilience Facility³, proposed by the Commission to help the EU rebuild after the pandemic, offers an unprecedented opportunity to support tourism and ensure that the sector helps to drive digital and green transitions, and thereby strengthens both economic and social resilience.

The aim of the Recovery and Resilience Facility is to provide large-scale financial support for reforms and investments undertaken by Member States, to mitigate the economic and social impact of the coronavirus pandemic, making the EU's economies more sustainable and resilient. In order to benefit



Con base a ello, se estableció una estrategia de participación en proyectos europeos, bien como entidad colaboradora bien como partner principal. Algunos de ellos fueron:

- HERIT – DATA (en condición de socio)
- ALTER ECO (como entidad colaboradora)
- SIROCCO (como entidad colaboradora)
- OASIS (Digital Platform) (como entidad colaboradora).
- PANORAMED (Interregg Mediterranean) (como entidad colaboradora).
- MITOMED + (Models of Integrated Tourism in the MEDiterranean Plus) (como entidad colaboradora).

- Proyecto TOURISMED, Pêche Tourisme pour un développement durable dans la région méditerranéenne (como entidad colaboradora).

En el marco del proyecto Herit Data y Alter Eco, técnicos de Turisme participaron en diferentes reuniones de trabajo en Salou de forma presencial y el resto tuvieron lugar de forma telemática ante las restricciones de movilidad fruto de la pandemia.



Sustainable Tourism Community Kick-Off Meeting // 3-4 March 2020



En el marco de Nectour se participó en el proyecto TOT LAB, proyecto europeo que pretende facilitar a los destinos y pymes el análisis de datos generados por el uso de internet y de los dispositivos móviles por parte de los turistas.

Asimismo se participó como data provider en el proyecto REACH, una incubadora europea de segunda generación para empresas emergentes y pymes basadas en datos, que tiene como objetivo facilitar el desarrollo de soluciones innovadoras, fiables y seguras para el turismo.

IMPULSO A LOS ODS EN EL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA



Atendiendo a la llamada localización de los ODS y su traslado en el plano local, en 2019 Turisme elaboró y editó la guía de *100 Recomendaciones para la consecución de los ODS en destinos turísticos de la Comunitat Valenciana*, convirtiéndose así en la primera región en adaptar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Durante este periodo se midió el grado de implantación de estas 100 recomendaciones en 28 destinos que integraban por entonces la red de Destinos SICTED CV, con el objetivo de identificar la mejora que podía haber.

Paralelamente se trabajó con este grupo de destinos en la elaboración de recomendaciones específicas para la adaptación al cambio climático, estudio que se realizó desde Invattur junto con la Red de Destinos DTIs.

FOMENTO DE INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURAS

Nueva configuración de la red de CdTs: Durante periodo se amplió la red de centros a tres nuevos Cdt's ubicados estratégicamente:

- *Centro de Turismo de Morella-Els Ports:* Conjunto arquitectónico de colonia industrial en la comarca de Els Ports, el cual cuenta con varios inmuebles para realizar actuaciones a favor de la cualificación, el desarrollo y la competitividad de la oferta y destinos turísticos de interior. Se trata de una encomienda de gestión en el marco del convenio de colaboración entre el ayuntamiento de Morella y Turisme, firmado el 24 de julio de 2017.

Durante este periodo se realizaron trabajos de reparación en el Hotel – Escuela y se contrató el proyecto para la urbanización del complejo, que supone la realización de las redes de acometida de agua, saneamiento y depuración, iluminación, así como la demolición de un inmueble en ruina y la reconstrucción de otro.



- *Centro de Turismo de Interior y de Innovación de Alcoy:* el convenio marco entre Turisme y el ayuntamiento de Alcoi contempla tanto la restauración del futuro edificio como su puesta en marcha, en la Isla de Rodes. La actividad formativa se inició en marzo en las instalaciones del CIP de FP BATOI, y se ofertaron cursos en otras instalaciones y municipios de su área de influencia.
- *Centro de Turismo de Elche:* nace fruto del convenio marco entre el ayuntamiento de Elche y Turisme; imparte su formación en las instalaciones de la Escuela Municipal de Hostelería. Ubicado en el *Polígono* Industrial de Carrús, en la calle Cauce, en el mismo edificio en el que se enclava el Centro de Desarrollo Empresarial “Elche Emprende”.
- *Centro de Turismo de Requena:* ubicado en la Casa de los Pedrón en el barrio medieval de la villa, contará con aulas de cocina, de cata y repostería. Se tratará del primer Cdt de interior en la provincia de Valencia.

Mantenimiento y mejora de las instalaciones: Durante este periodo se realizaron las actuaciones de mejora pertinentes para que los CdT's sigan manteniendo las condiciones de seguridad, concretamente:

- *CdT de Valencia*: adecuación y mejora de los medios audiovisuales del Salón de actos y de otras aulas, sustitución del alicatado de 12 aseos y de las mamparas divisorias que forman las cabinas de los aseos. Sustitución de los equipos de climatización.
- *CdT de Torrevieja*: obra de sustitución de la envolvente (fachadas y cubierta) solucionando problemas de filtraciones de agua natural, movimiento de los equipos de climatización en la cubierta del edificio y la sustitución de los conductos y valvulería de los mismos.
- *CdT de Denia*: intervención en la instalación de calefacción y ACS del CdT con la obra de sustitución del colector de calefacción. Actuaciones de emergencia para devolver el edificio a su estado original, tras los daños ocurridos por la DANA en septiembre de 2019, y fijación de una zona dañada en el techo exterior del acceso peatonal al CdT.
- *Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de València*: se ha finalizado la ejecución de la cimentación y se ha realizado parte de la estructura del edificio.

Otras actuaciones:

- *Centro de día del Azud de Tvejar*: a finales de 2019 se recibió la solicitud del ayuntamiento de Tvejar para la adecuación del inmueble como restaurante; durante el 2020 se hizo un proyecto de rehabilitación integral del inmueble y entorno.
- *Nueva Tourist Info del Puerto en Alicante*: Las obras finalizaron en junio de 2020, poniéndose a disposición del ayuntamiento de Alicante en el mes de agosto. Actualmente, la oficina de turismo se encuentra en funcionamiento.
- *Convenios para la creación, mejora y adecuación de recursos turísticos*. Durante la anualidad 2020 se formalizaron los convenios nominativos con Aras de los Olmos, Cortes De Pallás, Valencia y Tirig.
- *Señalización SISTHO*: Tras la inclusión en 2020 de 8 nuevos recursos / destinos en el catálogo de SISTHO, y la recepción del informe de la DG de Carreteras del Estado sobre las condiciones técnicas necesarias para la instalación de las oportunas señales bajo el SISTHO, se contrató un proyecto de obra para la señalización de 9 recursos / destinos.

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

La Red Tourist Info, en el marco del día Internacional del Turismo, acercó el sector turístico a la ciudadanía a través de diversas actividades, presenciales y on line, que se organizaron a lo largo de toda la Comunitat Valenciana, con un tema común: «Turismo y desarrollo rural».

Turisme impulsó este programa a toda la red para sensibilizar a las instancias decisorias de los sectores público y privado, y al público en general, respecto a la contribución del turismo sostenible al desarrollo, movilizándolo a la vez a todos los interesados para que trabajen juntos con el fin de hacer del turismo un catalizador de cambio de modelo económico y de bienestar social.

EJE 2 - VERTEBRACIÓN DEL TERRITORIO Y LOS DESTINOS

El territorio es clave en la configuración de los destinos turísticos, bien articulados y coherentemente planificados; en este sentido la coordinación y la cooperación administrativa son necesarias para ello. Por otra parte, desarrollar un modelo territorial que mejore y mantenga la competitividad y aproveche las oportunidades existentes y que contribuya a una mejor vertebración del turismo de la Comunitat Valenciana, implica asumir una responsabilidad compartida hacia la tecnología, accesibilidad, innovación y sostenibilidad.

Este eje estratégico está alineado con los ODS 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16 y está integrado por 6 programas:

- Red de playas y espacios naturales inteligentes
- Planes de dinamización y gobernanza turística
- Consolidación turística del espacio rural e interior.
- Adaptación al cambio climático
- Destinos turísticos inteligentes (DTI)
- Transición hacia una economía circular del turismo

L2P01 RED DE PLAYAS Y ESPACIOS NATURALES INTELIGENTES**OBJETIVO**

Desarrollo del modelo de playas y espacios naturales inteligentes de la Comunitat Valenciana para mejorar la adaptación turística de dichos espacios y revitalizarlos como recursos inclusivos, sostenibles, seguros y disponibles todo el año. Se trata, entre otros, de impulsar la creación de espacios singulares a través de la reordenación de actividades y usos, adaptar el espacio con soluciones tecnológicas y de reducción del efecto del cambio climático, convertir el territorio en un espacio innovador, accesible, etc.

OBSERVACION

Programa no iniciado

L2P02 PLANES DE DINAMIZACIÓN Y GOBERNANZA TURÍSTICA**OBJETIVO**

Cohesionar y dinamizar el territorio desde la protección y el respeto a la identidad local y sus formas de vida, en especial en aquellos espacios donde el turismo pueda suponer una oportunidad de desarrollo sostenible.

Dan respuesta a la diferenciación y especialización de los destinos turísticos valencianos siendo a su vez la estrategia para la desestacionalización de la demanda y la creación de valor añadido; persiguen poner en valor los factores ambientales, económicos y socioculturales desde una perspectiva integral, así como lograr una mejor distribución de la actividad turística en el territorio valenciano, contribuyendo al reequilibrio entre los espacios litorales más dinámicos y aquellos de interior susceptibles de mayor desarrollo turístico.

Se articulan por un periodo de tres años, a través de convenios cuya financiación es a partes iguales entre las tres administraciones: Turisme, las Diputaciones Provinciales, las Mancomunidades y las Asociaciones Empresariales Turísticas.

EQUIPO DE TRABAJO

- Subdirección de Turismo – Servicio de Ordenación y tramitación turística

ACTUACIONES

Se presupuestaron 18 planes de dinamización y gobernanza, de los cuales se formalizaron 14.

A raíz de la COVID-19, y las renuncias producidas, ningún plan finalizó su anualidad, por lo que todos ellos se prorrogaron.

Anexo - Tabla 7 Relación de los planes de gobernanza y dinamización

L2P03 CONSOLIDACIÓN TURÍSTICA DEL ESPACIO RURAL E INTERIOR**OBJETIVO**

Contribuir a la diversificación de la oferta y favorece su incorporación en productos turísticos con carácter desestacionalizador, mediante la difusión del papel vertebrador del turismo en el territorio valenciano, la diversificación de la oferta turística en el interior, el fomento de proyectos supramunicipales para la integración de la promoción turística, el litoral-interior, el asociacionismo y la profesionalización, la generación de sinergias costa-interior, etc

EQUIPO DE TRABAJO

- Subdirección de Turismo – Servicio de Ordenación y tramitación turística

FONDO DE COOPERACIÓN MUNICIPAL

La aprobación y publicación del Decreto 142/2020, de 25 de septiembre, del Consell, de regulación de la línea específica del Fondo de cooperación municipal para municipios turísticos de la Comunitat Valenciana permite dotar al Fondo de Cooperación Municipal de suficiente consignación económica mediante la creación de una línea específica para los municipios turísticos de la Comunitat Valenciana, caracterizada por su naturaleza incondicionada y no finalista (resultando excluida su regulación de la aplicación del régimen de subvenciones). De esta forma los municipios pueden disponer de la dotación adecuada para la prestación de los servicios locales a personas residentes y turistas.

La dotación presupuestaria se distribuyó a 252 municipios declarados turísticos conforme a la Ley ya derogada 3/98 de turismo de la Comunitat Valenciana (64 entidades de la provincia de Alicante, 86 de la provincia de Castellón y 102 de la provincia de Valencia).

DECLARACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO

De conformidad con el Decreto 119/2006, de 28 de julio, del Consell, regulador de las declaraciones de fiestas, itinerarios, publicaciones y obras audiovisuales de interés turístico de la Comunitat Valenciana, durante este periodo se realizaron 52 declaraciones de fiestas de interés turístico, de las cuales, 6 son fiestas de Interés Turístico Autonómico, 7 provinciales y 9 locales. Se desestimaron 18 solicitudes de fiestas por informe desfavorable, todas ellas de ámbito local, quedando pendientes de resolver 2 fiestas de Interés Turístico Provincial y 1 fiesta de Interés Turístico Local. (Anexo - Tabla 08, 09, 10 y 11 Fiestas de interés turístico).

Al amparo de la Orden ICT/851/2019, de 25 de julio, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional, se realizó el informe preceptivo de las fiestas de competencia de la Secretaría de Estado de Turismo, con 2 informes favorables de fiesta de interés turístico de carácter nacional.

RECONOCIMIENTO DE LA CONDICIÓN DE MUNICIPIO TURÍSTICO

Se publicó el Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana, el cual tiene por objeto regular los criterios que deben cumplir y las obligaciones que deben asumir los municipios para obtener y mantener la consideración de municipio turístico, así como los derechos que tal reconocimiento comprende. De conformidad con la nueva regulación, se recibieron seis solicitudes de las cuales se han denegado tres y dos quedan pendiente de resolver. La solicitud concedida queda recogida en la resolución de 10 de septiembre de 2020, de la Presidencia de la Generalitat, por la que se otorga el reconocimiento de la condición de municipio turístico de la Comunitat Valenciana al Ayuntamiento de Benidorm.

OBJETIVO

Adecuar los espacios y productos turísticos para mitigar y retrasar los efectos del cambio climático, fomentando ampliar la actividad turística hacia los meses no estivales, por parte de las administraciones públicas, el acondicionamiento climático y abastecimiento de agua y energía renovables en empresas y destinos turísticos.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística – Servicio de Planificación y estrategia turística
- Área de Competitividad turística – Servicio de Infraestructuras

ACTUACIONES**PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA**

Nace de la propuesta de la Secretaría de Estado de Turismo en el marco de la elaboración del Plan Estratégico del Turismo Español 2030. Viene justificado por las siguientes consideraciones:

- Contribuye a reactivar los mecanismos de colaboración con las comunidades autónomas y entidades locales.
- Se orienta a impulsar y consolidar la actividad turística, preferentemente en zonas afectadas por la despoblación, a fin de incrementar su actividad económica y los niveles de renta de sus habitantes, contribuyendo así a los objetivos del reto demográfico.
- Promueve la adaptación a una sociedad, una economía y un entorno de mercado crecientemente digitales.

Objetivos de los planes de sostenibilidad:

- Apoyar la reconversión de los destinos turísticos pioneros para mantener su atractivo y competitividad, mediante la ejecución de actuaciones de recualificación del destino, restauración ambiental, accesibilidad, innovación, tecnología, y de mejora de su gobernanza, orientándolos hacia la gestión inteligente y situándolos en la senda del crecimiento sostenible. Se propone un modelo de cofinanciación repartido al 33% entre la AGE, Turisme y la entidad local beneficiaria y receptora del plan.
- Impulsar el desarrollo de los destinos turísticos ubicados en áreas rurales y de interior, mediante un plan centrado en el aprovechamiento de recursos a través de equipamientos turísticos, el desarrollo de productos atractivos para la demanda internacional (turismo cultural, *turismo* activo, ecoturismo, turismo enogastronómico, turismo industrial, ...), su promoción y el apoyo a la capacidad operativa de los entes gestores de estos destinos turísticos. Se plantea que la cofinanciación sea una horquilla variable entre el 40-45% para la AGE, 40-45% para Turisme y 10-20% para la administración local.
- Reforzar a las entidades locales gestoras de los destinos turísticos con un instrumento económico, *técnico* y promocional.

Turisme ejerció de ventanilla de información sobre el proyecto, se recibieron 9 solicitudes que posteriormente fueron evaluadas y priorizadas.

De los planes presentados, la Conferencia Sectorial aprobó los planes presentados por los municipios de Gandiay Benidorm.

Anexo - Tabla 12 Candidaturas a los planes de sostenibilidad

INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

La finalidad es dotar a las playas de la Comunitat Valenciana de infraestructura turística, para la puesta en valor de dichos recursos y el disfrute de los usuarios la mayor parte del año.

Los elementos que se suministran y mantienen son:

- Elementos de carácter higiénico: lavapiés ecológicos utilizando agua tratada de mar, papeleras, grupos de papeleras para recogida selectiva de residuos, pasarelas rígidas de ancho especial, pasarelas desmontables
- Elementos de carácter lúdico y deportivo: juegos infantiles y juveniles, áreas deportivas, áreas biosaludables y zonas sport-platja.

Las actuaciones desarrolladas fueron:

Mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas: Las actuaciones más importantes fueron:

- Mantenimiento, conservación y reparación en las estaciones de bombeo para agua tratada de mar en la revisión,
- Reparación o sustitución de los equipos de bombeo, las boyas, calderines y el cuadro eléctrico, y demás elementos que componen una estación de bombeo con sus canalizaciones y lavapiés.
- Mantenimiento, conservación y reparación de la infraestructura lúdico-deportiva, así como de las áreas de juego de vóley playa y fútbol playa y zonas sport playa.

Además se promovió la contratación de los servicios profesionales para realizar los trabajos de Dirección Facultativa y la Coordinación en Seguridad y Salud de los trabajos materialmente antes descritos.

Suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística: Las principales acciones emprendidas fueron:

- Suministro de pasarelas de varios anchos (6.000 ml. de pasarelas desmontables, 16.000 ml. de pasarelas rígidas de ancho 1.20 m. y 1.000 ml. de pasarela rígida de ancho especial 2.40 m.) para mantener en los diferentes tipos de acceso a la playa el distanciamiento mínimo de 2 metros dentro de las recomendaciones surgidas por la evolución de la pandemia, mediante contratación de emergencia.
- Reinstalación de 12 zonas de baño adaptado (Expediente 01/18 Bienal en fase de Prórroga del contrato)
- Suministro e instalación de 20 unidades de áreas biosaludables.

Reparación de los daños producidos por la borrasca Gloria

Durante este periodo hubo un episodio meteorológico que provocó daños importantes, la borrasca Gloria, un temporal marítimo de lluvia, nieve, viento y fenómenos costeros de una intensidad extraordinaria que se produjo entre el 19 y el 22 de enero.

La reparación de los daños fue mediante encargo a TRAGSA como medio propio de la Administración y destacando las siguientes actuaciones:

- *Instalación* de más de 90.000 ML de tubería de varios diámetros para canalización de agua tratada de mar desde las estaciones de bombeo a los lavapiés en las playas del litoral afectadas por el temporal.

- *Ejecución* de 20 unidades de pozos de captación con un total de 775 ML de perforación para extraer el agua del mar para las estaciones de bombeo que impulsan a los lavapiés.
- *Suministro* de 90 grupos de recogida selectiva de residuos con un total de 270 unidades de papeleras y 156 cubos interiores para papeleras para reposición de las desaparecidas por culpa del temporal.
- *Suministro* e instalación de 353 cimentaciones para elementos higiénicos (duchas y lavapiés) en sustitución de los dañados por el temporal.
- *Suministro* e instalación de 146 lavapiés y 20 duchas para sustitución de las pérdidas o desaparecidas, así como la reparación de 1567 lavapiés dañado y deteriorados por el ímpetu de los fenómenos costeros.
- *Retirada* de 64 áreas lúdicas (juegos infantiles y juveniles, áreas biosaludables, vóley-playa, etc) por los graves daños sufridos y la imposibilidad de proceder a una reparación de los mismos.
- *Suministro* de 4.000 ml. de pasarelas de varios anchos (435 ML de pasarela desmontable, 1060 ML de pasarela de ancho 1.20 metros y 2605 ML de pasarelas de ancho especial 2.40 metros) para reposición de las pérdidas y roturas ocasionadas por el temporal.

L2P05

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (DTI)

OBJETIVO

Impulsar la convergencia de los destinos hacia el modelo de destino turístico inteligente de la Comunitat Valenciana (DTI-CV) como vía para la conversión de la región en territorio turístico inteligente.

EQUIPO DE TRABAJO

- Invattur
- Área de Marketing – Red Tourist info

ACTUACIONES

RENOVACIÓN DEL SISTEMA DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA ESPECIALIZADO EN DTI

Invat-tur se ha convertido en el primer centro de España con la certificación AENOR de especialización en DTI, como unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva (norma UNE 166.006 de Gestión de la I+D+i: Sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva). La certificación por la norma UNE 166006 facilita al Invat-tur el proceso de toma de decisiones, a partir de una mayor explotación de los resultados extraídos de la observación y búsqueda de novedades a partir de más de un centenar de fuentes de información especializadas, con el fin de convertir la información en conocimiento y transferirlo internamente a las diferentes áreas de gestión del centro y al propio sector turístico.

OFICINA DTI

En 2020 se consolidó la Red de DTI-CV, la cual cuenta con 72 destinos adheridos. En este marco se realizan las siguientes actuaciones:

- Puesta en marcha de las actuaciones vinculadas a la Oficina de Asistencia Técnica a DTI-CV.
- Reuniones de grupos de trabajo de la Red DTI-CV sobre marketing online, sostenibilidad,

accesibilidad, supramunicipal y sistemas de información, y celebración de asambleas varias.

- Participación en eventos sobre Turismo Inteligente, como: I Curso de Dirección y Gestión de DTIs, organizado por Segittur y la Universidad de Alicante, el Encuentro de DTIs de Castellón (Peñíscola), webinar sobre “Metodologías de análisis e información en destinos inteligentes”, organizado por la RedDTI de Segittur, Reunión extraordinaria y Comisión Plenaria de la Red de DTIs .
- Participación en foros nacionales e internacionales para la transferencia de conocimiento en materia de desarrollo tecnológico e innovación e internacionalización de la estrategia DTI-CV: Feria Internacional de Destinos Inteligentes (Argentina), curso sobre DTIs para Centroamérica, organizado por Segittur y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), Digital Tourist 2020-Ametic-, etc.
- Organización del II Congreso Tur4all- Accesibilidad de Destinos Inteligentes, en el marco del convenio con Predif.
- Curso presencial en CdT Morella sobre “Fundamentos para la gestión de DTI”.
- Actividades vinculadas al seguimiento del convenio con SEGITTUR (única Comunidad Autónoma con un convenio específico para el apoyo de acciones referidas a DTI).
- Nueva edición del Programa de formación en Smart Marketing para empresas y destinos turísticos, con un curso presencial en CdT Morella sobre "Introducción al Marketing Digital y al Social Media Marketing en Turismo".
- Organización de Curso sobre Big data para destinos turísticos (continuidad del especialista universitario en big data organizado anteriormente con la UMH).
- Elaboración de los siguientes documentos:
 - Nuevos modelos de gestión del marketing en destinos turísticos
 - Manual para la adaptación de los destinos turísticos al cambio climático
 - Manual sobre sostenibilidad en DTI
 - Manual sobre accesibilidad en DTI
 - Manual sobre sistemas de información en DTI
 - Manual sobre gobernanza en DTI
 - Ebooks sobre proyectos piloto desarrollados en el marco de la Red DTI-CV
- webinars:
 - La sostenibilidad como vector fundamental en los destinos turísticos inteligentes.
 - Soluciones tecnológicas para destinos turísticos, con Distrito Digital.
 - Tecnología e inteligencia: ¿hacia un modelo contact-less en destinos turísticos?, con Ametic y MB3 Gestión.
 - La gobernanza en destinos turísticos inteligentes: un nuevo punto de partida, con la Universidad de Nebrija.
 - Buenas prácticas internacionales: Los modelos de Tequila y Montevideo.
 - Buenas prácticas internacionales: Sistemas de inteligencia y modelos de trabajo en red para una gestión turística inteligente en Argentina.

Además se realizó, en colaboración con el Área de formación, el Programa específico de formación para gestores de destinos turísticos inteligentes (primer programa de este tipo a nivel nacional), con un curso presencial en CdT Morella sobre “Fundamentos para la gestión de DTI”.

OBJETIVO

Impulsar la transición de un modelo de crecimiento lineal a un nuevo modelo de producción y consumo en empresas y destinos turísticos. Alinear las políticas públicas del Consell con la política turística.

La economía circular (también conocida como economía verde) se presenta como un modelo de respuesta que puede mejorar la eficiencia y sostenibilidad de la actividad turística frente a la economía lineal actual, basada en el usar y tirar.

Este nuevo modelo se fundamenta en cinco pilares: la dependencia completa de las energías renovables; la supresión del uso de productos químicos tóxicos; la eliminación de los residuos a través del ecodiseño, la reutilización y el reciclaje; la adopción de nuevos modelos de negocio basados en el arrendamiento y la generación de patrones de contratación pública ecológica.

Este programa busca, pues, asentar las bases hacia la aplicación de la economía circular al turismo de la Comunitat Valenciana, estrategia ya adoptada desde la Comisión Europea en 2015.

OBSERVACION

Programa no iniciado

EJE 3 IMPULSO DE LA COMPETITIVIDAD, DEL CAPITAL HUMANO Y DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Impulsar la competitividad supone desarrollar actuaciones por parte de las administraciones públicas, encaminadas a mejorar la posición de los destinos, empresas y productos, a través de cuatro ámbitos de trabajo las medidas de apoyo a empresas y destinos turísticos, la regulación de la actividad turística, la formación de los recursos humanos y la innovación y nuevas tecnologías.

Estos cuatro instrumentos, juntos, se presentan como los responsables para la construcción de los pilares básicos de la competitividad de la Comunitat Valenciana y como método para generar ventajas competitivas en el largo plazo.

Este eje estratégico está alineado con prácticamente todos los ODS 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16.

Está integrado por los siguientes programas:

- Apoyo al nuevo modelo turístico
- Actualización y normalización de la normativa turística
- Agilidad administrativa
- Vigilancia al intrusismo
- Aceleración y emprendimiento empresarial
- Sistema integrado de calidad turística
- Formación específica
- Calidad laboral
- Smart data office
- Estadístiques de turisme
- Investigación en favor del conocimiento
- Transferencia del know-how
- Transformación digital del sector

OBJETIVO

Racionalizar la inversión pública en aquellos recursos que mejoren la eficiencia y la coherencia de los productos y servicios turísticos, procurando la asignación eficiente y coherente de los recursos e instrumentalizándolo a través de las líneas de ayuda y subvenciones. Para mejorar la competitividad de las empresas y los destinos se contempla, entre otros, fomentar la digitalización, sistemas de calidad turística, internacionalicen de la oferta, de forma que la hagan más inclusiva y accesible, entre otros aspectos.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística – Servicio de Ayudas

ACTUACIONES

Durante este periodo hubo dos convocatorias, una de concurrencia competitiva y la otra de ayudas directas.

AYUDAS DE CONCURRENCIA COMPETITIVA

En diciembre de 2019 se publicaron dos decretos de ayudas, una dirigidas a entidades locales y otra a empresas asociaciones, federaciones y fundaciones, sin embargo la crisis higiénico sanitaria afectó a la ejecución de proyectos previstos por lo que algunos proyectos han sufrido modificaciones, y en algunos casos cancelaciones.

Ayudas a entidades locales de la Comunitat Valenciana (Resolución de 10/12/2019 publicada en el DOGV Nº 8700 de 18712/2019), dirigida a ayuntamientos, organismos autónomos y entes públicos dependientes. Se integra en dos programas:

Programa 1- Inversión en adecuación y mejora de los servicios y recursos turísticos: Tenía como objeto el apoyo a la financiación de proyectos de inversión que se orientasen a la mejora competitiva de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de la modernización y puesta en valor de sus recursos, la mejora de las estructuras de la red Tourist Info, la señalización turística y la mejora de la gestión medio ambiental de los recursos y servicios turísticos; las actividades consideradas subvencionables fueron:

1. Inversión en equipamiento y adecuación de espacios de uso turístico, zonas recreativas, paisajísticas y naturales de interés turístico.
2. Creación de productos turísticos y puesta en valor de recursos turísticos que, en su estado actual, que no sean susceptibles de uso por la demanda turística.
3. Interpretación turística de los recursos mediante la instalación “de paneles explicativos, placas con códigos QR, material audiovisual y multimedia, pantallas táctiles, audioguías, utilización de sistemas basados en las nuevas tecnologías de la información y comunicación.
4. Señalización de los recursos turísticos del municipio.
5. Mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos mediante la eliminación de barreras
6. Habilitación o adecuación de espacios destinados al estacionamiento de vehículos.
7. Inversiones en oficinas de información turística de municipios adheridos a la Red Tourist Info para la adecuación, renovación o modernización de sus instalaciones
8. Inversión en tecnologías a desarrollar en los municipios de la DTI-CV.

Programa 2 - Competitividad y desestacionalización de los destinos turísticos: Tenía por objeto apoyar las actuaciones que mejorasen la competitividad de los destinos destacando aquellas que contribuyesen a la calidad y sostenibilidad de sus recursos turísticos, la prestación de servicios turísticos, así como la organización y difusión de eventos y fiestas de interés turístico como vehículo de promoción de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de los tres subprogramas siguientes:

- Subprograma 2.1.: Certificación de sistemas en recursos y servicios turísticos (gastos derivados de la obtención, mantenimiento y/o renovación de uno o varios certificados reconocidos por el Programa Qualitur en destinos, playas, museos u oficinas de información de la Red Tourist Info).
- Subprograma 2.2.: Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana (gastos de campañas de publicidad en medios de comunicación, soportes de difusión y gastos de organización). Este subprograma ha reflejado los efectos de la COVID al haber quedado suspendidas todas las actuaciones y eventos dirigidos al público desde el mes de marzo 2020.
- Subprograma 2.3.: Apoyo a la prestación de servicios turísticos en los municipios (gastos derivados de los servicios propios de los informadores turísticos y de atención al visitante en museos certificados con la Q de Calidad Turística; servicios de socorrismo y salvamento, personal sanitario y de atención a dependientes en playas, atención y vigilancia de espacios naturales y áreas recreativas, ...).

De las 691 solicitudes presentadas a los dos programas resultaron favorables 510 representando el 70,94%. El porcentaje de la ayuda osciló en los programas entre el 70% y el 45% del coste subvencionable de cada proyecto. (Anexo - Tabla 13 Distribución de los proyectos presentados a las Ayudas de concurrencia competitiva dirigida a entidades locales).

Ayudas a Empresas, Asociaciones, Federaciones y Fundaciones de la Comunitat Valenciana. (Resolución de 10/12/2019 publicada en el DOGV nº 8700 del 18/12/2019). Se canalizaron a través de cuatro programas atendiendo a cada uno de los beneficiarios.

- Programa 1- Fomento de la competitividad empresarial. Dirigida a empresas turísticas, inscritas en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana, tenía por objeto fomentar proyectos tendentes a incrementar la competitividad en el mercado nacional e internacional, así como combatir la estacionalidad del producto turístico, a través del impulso al turismo sostenible y responsable, al turismo accesible e inclusivo y a la innovación empresarial.
- Programa 2: Apoyo a actividades deportivas y culturales de impacto turístico internacional. Dirigido a federaciones, fundaciones, asociaciones y empresas organizadoras de actividades deportivas y culturales de interés turístico que se celebrasen en la Comunitat Valenciana, tenía por objeto incentivar el desarrollo de actividades deportivas y culturales en la Comunitat Valenciana de impacto internacional y que favoreciesen la generación de flujos turísticos hacia nuestro destino, contribuyendo asimismo a la creación de producto turístico singular y a la desestacionalización de la actividad turística. Se centraba en campeonatos, pruebas, concentraciones y eventos deportivos de impacto

internacional que se celebren en la Comunitat Valenciana u otros eventos culturales de impacto internacional vinculados a las artes escénicas que se celebren en la Comunitat Valenciana.

- Programa 3: Impulso al marketing de producto turístico de la Comunitat Valenciana. Dirigido a asociaciones y empresas, que desarrollasen actuaciones de promoción y comercialización de productos turísticos de la Comunitat Valenciana, tenía como objetivo incentivar proyectos que contribuyeran a introducir en el mercado productos turísticos de carácter desestacionalizador y de base experiencial para diversificar la oferta, su promoción y comercialización que se ajusten a los grupos de acción definidos en la estrategia CreaTurisme Mediterráneo Cultural, Mediterráneo natural y rural y Mediterráneo Activo/Deportivo). Las actividades subvencionables eran campañas de publicidad en medios de comunicación on y off line, creación de soportes o canales de difusión multiidioma o gastos de participación en ferias o acciones promocionales y misiones comerciales.
- Programa 4: Impulso a las actividades musicales de impacto turístico. Dirigido a empresas organizadoras de actividades de carácter musical de impacto turístico que se celebrasen en la Comunitat Valenciana. Tenía por objeto incentivar el desarrollo de actividades musicales en la Comunitat Valenciana de impacto turístico, contribuyendo a la creación de un producto turístico singular y a la desestacionalización de la actividad turística a través de MEDITARRANEW MUSIX / MEDITERRANEW FEST. Las actividades subvencionables eran:
 - a) Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
 - b) Publicidad estática y merchandising en el recinto.
 - c) La publicidad a través de otros soportes de difusión.
 - d) Gastos concretos de la organización de la actuación subvencionable.

Este fue el programa que sufrió en mayor medida el impacto de la crisis COVID ya que la celebración de los eventos musicales se concentra en los meses de junio a septiembre y ninguno de los que estaban previstos para esas fechas pudo celebrarse. La resolución de concesión de este programa se aplazó hasta el mes de noviembre.

Se presentaron 410 proyectos, resultado favorables 169. El porcentaje de la ayuda osciló en los programas entre el 70% y el 45% del coste subvencionable de cada proyecto.

Anexo - Tabla 14 Distribución de los proyectos presentados a las Ayudas de concurrencia competitiva dirigida a empresas, asociaciones, federaciones y fundaciones.

AYUDAS DIRECTAS

Para ayudar a paliar los efectos de la COVID, el 29 de abril se publicó en el DOGV el Decreto 48/2020, de 17 de abril, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y de concesión directa de ayudas urgentes a personas trabajadoras en régimen autónomo, y pequeñas y medianas empresas del sector turístico afectadas por la crisis de la Covid-19. Se establecieron dos líneas de ayudas urgentes de concesión directa:

- 1) Destinadas a personas trabajadoras autónomas y pymes adheridas al programa Creaturisme o tuvieran el distintivo Compromiso Calidad Turística - SICTED así como a agencias de viajes.
- 2) Dirigidas a entidades y empresas adheridas a Mediterranean Musix / Mediterranean Festde Turisme.

De las 908 solicitudes presentadas resultaron favorables 887 lo que supuso el 97,69% del total de solicitudes tramitadas.

Anexo – Tabla 15 Distribución de las ayudas directas concedidas por líneas y programas.

L3P02	NORMATIVA TURÍSTICA
	OBJETIVO
	Adecuar, dentro de las garantías jurídicas, la legislación turística a la realidad social, económica y ambiental.
	EQUIPO DE TRABAJO
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirección General de Turismo - Servicio de Ordenación y tramitación turística
	ACTUACIONES
	<p>La Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunidad Valenciana, (en adelante, la LTOH) estableció un marco normativo para la promoción y ordenación de la actividad turística de la Comunitat Valenciana, el fomento y la modernización del sector turístico y la mejora y planificación de sus recursos para consolidar a la Comunitat Valenciana como un destino turístico de calidad, plural, igualitario, inclusivo, sostenible y hospitalario. Desde entonces se ha ido abordando la elaboración y tramitación de reglamentos previstos en desarrollo de aquella:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana. - Decreto 7/2020, de 17 de enero, del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística. - Decreto 15/2020, de 31 de enero, del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana. - Resolución de 22 de marzo, del Director General de Turismo, para garantizar la ejecución de lo dispuesto en la Orden SND/257/2020, de 19 de marzo, por la que se declara la suspensión de apertura al público de establecimientos de alojamiento turístico, de acuerdo con el artículo 10.6 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. - Resolución de 11 de mayo, de director general de Turismo, sobre apertura de establecimientos y prestación de servicios turísticos en la Comunitat Valenciana tras la publicación de la Orden SND/399/2020, de 9 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional, establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 1 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad. - Decreto 142/2020, de 25 de septiembre, del Consell, de regulación de la línea específica

del Fondo de cooperación municipal para municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.

- Tramitación del Decreto 10/2021, de 22 de enero, del Consell, de aprobación del Reglamento regulador del alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana.

Paralelamente se ha avanzado en los siguientes borradores:

- Decreto regulador del Turismo Activo.
- Decreto regulador de Gastronomía Comunitat Valenciana.
- Decreto regulador del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana.

L3P03

AGILIDAD ADMINISTRATIVA

OBJETIVO

Mejorar los procesos de gestión administrativa con la ciudadanía y el empresariado, mediante el impulso, entre otros, del desarrollo de tecnologías para la creación, recogida y tratamiento de datos.

EQUIPO DE TRABAJO

- Dirección General de Turismo - Servicio de Ordenación y tramitación turística

ACTUACIONES

La Generalitat y Turisme avanzaron en la modernización de la administración pública hacia una gestión más inteligente, racionalizando y consolidando procedimientos para la tramitación electrónica, facilitando el libre acceso al ejercicio de la actividad turística, y la accesibilidad de la ciudadanía a la información y a los servicios por medios telemáticos.

REGISTRO DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Se llevaron a cabo 9.241 inscripciones de altas, bajas, modificaciones y reclasificaciones.

Anexo – Tabla 16 Inscripciones en el registro de Turismo de la Comunitat Valenciana

Además se avanzó en las siguientes líneas:

- Agencias de viaje: se finalizó el proceso de sustitución de la garantía atendiendo al artículo 10 del Decreto 101/2018, de 27 de julio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana. Se tramitaron 726 expedientes de sustitución de garantías y 555 expedientes de devolución de las antiguas garantías depositadas en Tesorería de la Generalitat de acuerdo con lo dispuesto en la Disposición Transitoria Única del Decreto 101/2018.
- Empresas de servicios complementarios: Se continuó con el proceso de informatización de la inscripción previos los trámites de audiencia de confirmación de datos con los titulares de dichas empresas.

Asimismo, se continuó con el diseño de una nueva aplicación a través de la plataforma MASTIN, de los circuitos necesarios para la inscripción de estas empresas. Actuaciones:

- 35 inscripciones
- 2 denegaciones
- 32 desistimientos

PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

Auditorías de Accesibilidad: En el marco del *Plan Estratégico del Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana 2017-2020*, se realizaron auditorías de comprobación en alojamientos turísticos con el objetivo de ir consiguiendo una oferta turística competitiva y adaptada a personas con diversidad funcional.

Anexo - Tabla 17 Relación de auditorías de accesibilidad realizadas por tipo de empresa

Declaraciones de Interés Comunitario (DICs): La Declaración de Interés Comunitario es el procedimiento que justifica la necesidad de la implantación de actividades industriales, productivas, terciarias y de servicios en suelo no urbanizable. Durante este periodo, se tramitaron 56 solicitudes de informes, de las cuales 23 fueron Declaración y 33 Exención de Declaración de Interés Comunitario.

Autoregistro de viviendas de uso turístico: Se inscribió 1.328 registros de viviendas turísticas; del total de viviendas registradas por autoregistro, 948 corresponden a la provincia de Alicante, 138 a Castellón y 242 a la provincia de València.

Paralelamente se mantuvo la “guía de la vivienda turística para propietarios”, documento que informa sobre disponer de hojas de reclamaciones, preparar partes de entrada de viajeros, disponer del certificado de eficiencia energética, cumplir con los Estatutos y normas de la Comunidad de Propietarios respecto de la cesión de viviendas con fines turísticos, etc. La Guía, disponible en [Turisme Comunitat Valenciana \(gva.es\)](http://Turisme.Comunitat.Valenciana.gva.es), cuenta con enlaces a los trámites correspondientes.

Tramitación de dispensas: La LOTUP introduce como novedad que las dispensas a los establecimientos de alojamiento deberán obtenerse con carácter previo a la presentación de la correspondiente declaración responsable. Se tramitaron 5.

1. Informe, a solicitud del Ayuntamiento del Puig, sobre el uso de la alquería de “La Tanca”, en el término municipal del Puig de Santa María.
2. Informe, a solicitud de la Dirección General de Medio Natural y de Evaluación Ambiental de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, sobre el catálogo de protecciones del Ayuntamiento de Corbera.
3. Informe, a solicitud del Ayuntamiento de Gandía sobre la modificación puntual de la ordenación detallada del Plan General. Redistribución de zonas verdes de la playa, C/ Legazpi.
4. Informe, a solicitud la Dirección General de Medio Natural y Evaluación Ambiental de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, sobre el proceso de evaluación ambiental del plan de ordenación de los recursos naturales de la Sierra Escalona y Dehesa de Campoamor (PORN).
5. Informe, a solicitud de la Dependencia del Área de Industria y Energía de la Subdelegación del Gobierno en Castellón, sobre el expediente de autorización de los trabajos de sellado y abandono definitivo de los pozos de almacenamiento de gas natural “Castor”, localizado en el mar Mediterráneo, a 21, 6 km de la localidad de Vinaròs.

TRAMITACIÓN DE RECURSOS

De conformidad con la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas se tramitaron y resolvieron 11 recursos de alzada y un recurso extraordinario de revisión.

NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

Programa IMI: El sistema de información del mercado interior (IMI) es una herramienta electrónica desarrollada por la Comisión Europea para el intercambio de información entre las autoridades competentes de los Estados Miembros, que tiene como objeto garantizar la supervisión de las actividades de prestación de servicios y de reconocimiento de cualificaciones profesionales, dando cumplimiento de la obligación de cooperación administrativa establecida en la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a los servicios en el mercado interior. Se realizaron cinco consultas, relativas al módulo de cualificaciones profesionales para proceder al reconocimiento del título de formación o certificado de competencia para el ejercicio en la Comunitat Valenciana de la profesión de guía de turismo el cual fue obtenido en el país de la Unión Europea de la persona solicitante.

Tramitación telemática: Se recibieron un total de 3.469 solicitudes de tramitación vía telemática, 122 solicitudes más que en el año anterior.

Plataforma CUVT: es una herramienta informática que facilita el procedimiento de comunicación telemática de uso de "viviendas de uso turístico" por las empresas gestoras. Durante este periodo, se contabilizaron:

- 41 inscripciones de empresas gestoras de viviendas turísticas
- 5.868 altas de viviendas de uso turístico
- 2.339 bajas de viviendas de uso turístico

Formularios para la autodeclaración de tratamientos de datos personales: en el marco de colaboración con la Universitat de València y Presidencia de la Generalitat se cumplimentaron las autodeclaraciones de datos personales del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, de conformidad con el artículo 31.1 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).

contacta_turisme@gva.es: se habilitan en la web institucional de Turisme este correo electrónico para consultas, peticiones y solicitudes de información sobre la normativa turística aplicable.

APLICACIÓN CORPORATIVA SANCIONADORA

La Comisión Técnica para la Mejora de la Calidad de los Servicios Públicos (COSMIQ), creó el 28 de febrero de 2017 el grupo técnico de trabajo cuyo objetivo era la elaboración de una aplicación sancionadora corporativa para toda la Generalitat. Durante 2020, se resolvieron por la DGTIC, la totalidad de las incidencias de la aplicación corporativa sancionadora, consolidándose como herramienta para la tramitación de los procedimientos administrativos sancionadores y de las reclamaciones o denuncias de una manera más ágil.

OBJETIVO

Asegurar el marco de competencia legal, visibilizando el papel de la inspección turística como mecanismo de control de los actos ilegales y definiendo estrategias de comunicación y colaboración entre administraciones públicas, para luchar contra el intrusismo y la comercialización de servicios turísticos ilegales, y las campañas de sensibilización dirigidas a quienes consumen este tipo de servicios fuera de la ley.

EQUIPO DE TRABAJO

- Subdirección General de Turismo – Servicio de Ordenación y tramitación turística
- Subdirección General de Turismo - Servicio de Asistencia e Inspección

ACTUACIONES**PROFESIONES TURÍSTICAS - GUÍAS DE TURISMO****Renovación de acreditaciones**

Conforme a lo establecido en el artículo 6 del Decreto 62/1996, de 25 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el reglamento regulador de la profesión de guía de turismo, la acreditación de guía de turismo debe renovarse, en todo caso, cada cinco años contados desde su obtención y, también, siempre que varíe cualquier dato de los que contenga.

En este periodo se inscribieron 1.321 guías habilitados en la Comunitat Valenciana. Se tramitaron 290 expedientes de acreditación a solicitud del interesado, motivados por renovaciones, extravíos o sustracciones. De la campaña iniciada en octubre de 2019 de actualización de los guías habilitados que no habían renovado su acreditación, además de comportar gran número de las renovaciones efectuadas este año, se generaron 43 resoluciones de baja, de los cuales 36 ya no constan en activo en el Registro y se ha creado un nuevo archivo de “guías de turismo de baja”.

Guías habilitados por otras CCAA o países miembros de la Unión Europea

En cumplimiento de lo establecido en el Decreto 80/2014, de 6 de junio, del Consell, por el que se determinan los órganos competentes en la Comunitat Valenciana para el reconocimiento de cualificaciones profesionales obtenidas en otros países miembros de la Unión Europea, y se establece el procedimiento de acreditación y autenticación de títulos y certificados de competencia obtenidos en la Comunitat Valenciana, durante 2020 se dictaron 4 resoluciones de reconocimiento de cualificación profesional de guía de turismo habilitado, uno en Austria, otro en Italia, otro en Francia y otro en Rumanía.

Se obtuvieron datos de los guías habilitados por otras Comunidades autónomas, pero con residencia en la Comunitat Valenciana a fin de posibilitar que consten en la base de datos de Turisme CV, junto con los guías habilitados en otros países miembros de la Unión Europea a los que se les ha reconocido su cualificación profesional para establecerse en la Comunitat Valenciana.

Mesa de trabajo para nueva convocatoria de pruebas

Se mantuvieron dos reuniones de trabajo “Covid-Guías” con el sector de guías de turismo en relación tanto con la prestación del servicio de información con medidas restrictivas Covid-19, como con la nueva convocatoria de pruebas de habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana y pruebas de ampliación de idiomas para los guías ya habilitados por la Comunitat Valenciana.

Nueva convocatoria de pruebas de guías habilitados

Se redactó de la Resolución por la que se convocan las pruebas de habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana y pruebas de ampliación de idiomas para los guías ya habilitados por la Comunitat Valenciana. En dicha Resolución se agilizará la presentación a la convocatoria mediante un nuevo trámite GUC. Además, en esta nueva convocatoria, una vez elaborada la lista definitiva de personas candidatas declaradas aptas en idiomas, el Tribunal convocará a los aspirantes para la realización de la prueba tipo test y la prueba oral de conocimientos específicos, y una vez valoradas ambas pruebas se publicará la relación de personas aspirantes declaradas aptas o no aptas por el Tribunal, con sus respectivas puntuaciones, con el objeto de acortar tiempo entre la prueba tipo test y la prueba oral.

Se ha confeccionado un listado con los datos de 192 personas interesadas en participar en la nueva convocatoria a las que se les comunicará vía email su publicación en el momento que se produzca.

GESTIÓN DE RECLAMACIONES E INSPECCIÓN

Con el objetivo de elevar la calidad de la oferta existente asegurando la subsanación de las posibles deficiencias o irregularidades que pudieran surgir, así como garantizar el adecuado cumplimiento de las obligaciones para con las personas usuarias de servicios turísticos y detectar las actividades que operen en la clandestinidad, durante este periodo se tramitaron 744 reclamaciones de usuarios turísticos y se realizaron 1.261 actuaciones de inspección.

Plan de inspección: El carácter excepcional de la situación de la crisis higiénico sanitaria derivó en la paralización de la actividad inspectora y el reajuste de las actuaciones previstas.

>> Plan general:

- Programa de comprobación y control de actividades y empresas turísticas derivadas de la ley 17/2009: 1260 actuaciones (100% de ejecución).
- Programa de calidad y competitividad en hoteles comprobación de resultados tras la información realizada del decreto 2/2017: 121 hoteles comprobados (100% de ejecución).
- Programa de actualización del registro de alojamientos turísticos rurales en el interior de la Comunitat Valenciana. 63 alojamientos turísticos rurales comprobados (100% de ejecución).
- Programa de comprobación y verificación en bloques y conjuntos de viviendas turísticas: 5 unidades comprobadas (75% de ejecución).

>> Planes especiales:

- Programa sector campings de turismo.: 32 establecimientos verificados
- Programa actualización registro viviendas turísticas: aplazado a 2021
- Campaña de sensibilización de intrusismo en apartamentos turísticos y afloración de oferta no declarada: 130 establecimientos verificados
- Campaña de sensibilización de sensibilización contra el intrusismo en apartamentos turísticos y afloración de oferta no declarada: 130 establecimientos verificados en la actividad de guías de turismo: 16 actuaciones.
- Campaña especial de información dirigida a agencias de viajes y curso específico de formación: el curso “Nueva regulación sobre los viajes combinados y servicios vinculados”, los días 2, 3 y 4 de noviembre de forma telepresencial para más de 30 funcionarios.
- Campaña de turismo activo: Comprobación y vigencia del contrato de seguro de responsabilidad civil: 85.
- Programa especial de explotación de datos viviendas turísticas comercializadas por internet: Se efectuaron requerimientos a las plataformas de internet para la eliminación de ofertas de alquiler de viviendas turísticas sin número de inscripción del registro de Turismo o con firmas que no se ajustan a la realidad, ascendiendo a más 7000.

TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES SANCIONADORES Y RECURSOS

Se gestionaron 10 expedientes sancionadores de conformidad con la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público. Asimismo, se ha presentado y resuelto 1 recurso de alzada conforme al artículo 121 de la Ley 39/2015.

L3P05

ACELERACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

OBJETIVO

Identificar y acelerar las oportunidades de negocio que mejoren los proyectos empresariales a través del programa de aceleración empresarial y emprendimiento turístico (ACCETUR), el cual ofrece formación y soporte técnico, pues entiende que fomentar el emprendimiento es una oportunidad para la renovación de servicios y empresas consolidados y para el desarrollo de nuevos modelos de negocio que respondan a los cambios del mercado turístico.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística – Servicio de Planificación y estrategia turística

ACTUACIONES

Los resultados de las actividades realizadas del conjunto de programas de Accetur se detallan en el Anexo Tabla 18 Actuaciones de Accetur .

ACCETUR AVANZA PYME

Se convocó la 4ª edición de Avanza Pyme en colaboración con el Consejo de Cámaras CV dentro del programa de Cámara España cofinanciados al 100% (50% por Turisme y 50% a través de fondos Cámara España-FEDER). El programa se concreta en la realización de diagnósticos individuales

de competitividad y planes de mejora dirigidos a las personas autónomas y pymes con la posibilidad de poder participar en la Fase II del programa para la implantación de soluciones tecnológicas y de innovación (cofinanciadas al 50% por Cámara España-FEDER y una cuantía máxima de ayuda por empresa de 3.500€ sin IVA).

Accedieron 70 personas autónomas y pymes turísticas: 15 en la provincia de Alicante, 10 en Castellón y 45 en València.

ACCIONES DE CAPACITACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO

Esta línea de trabajo está integrada por dos programas, los cuales en 2020 se vieron reformulados debido a la pandemia:

- Crea Pyme sustituido por Curso Taller REACTUR
- Turisme Emprén CV sustituido por Programa RECORE

Programa Recore - Redefinición de estrategias, Revalidación para la viabilidad, Consolidación e impulso de empresas jóvenes y proyectos empresariales turísticos, está integrado por 44 horas de formación grupal online, 116 horas de tutorías individuales y 6 webinars temáticos de horas de duración cada uno.

- Programa formativo: Los módulos formativos que se impartieron fueron:
 - creatividad e innovación.
 - revalidación de modelos de negocio.
 - inbound marketing.
 - módulo sobre ventas.
- 6 Webinars temáticos de 2 horas:
 - “Nuevas tendencias en los turistas. Los tiempos que vienen”.
 - “Facebook Ads e Instagram Business”
 - “Adaptación del modelo de negocio: las 8P’s”. 2 ediciones.
 - “Neuroventas: Véndele a la mente, no a la gente”. 2 ediciones.



ReCoRe		
TURISME EMPRÉN CV		
Redefinición de estrategias, Revalidación para la viabilidad, Consolidación e impulso de empresas jóvenes y proyectos empresariales turísticos		
MÓDULO	ESPECIALIZACIÓN	TEMÁTICA
1	INNOVACIÓN PARA LA EMPRESA TURÍSTICA JOVEN: ¿CÓMO REDEFINIR LAS ESTRATEGIAS PARA SOBREVIVIR A LA CRISIS TURÍSTICA?	INNOVACIÓN REDEFINICIÓN
2	REVALIDACIÓN DE LA VIABILIDAD CON METODOLOGÍAS ÁGILES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA CRISIS COVID-19	REVALIDACIÓN PARA LA VIABILIDAD POST CRISIS COVID19
3	PROFUNDIZAR EN LAS TÉCNICAS DE GROWTH HACKING E INBOUND MARKETING PARA OBTENER NUEVOS RESULTADOS PARA REFLOTAR EL NEGOCIO TURÍSTICO	MARKETING DE REFIOTE DEL NEGOCIO
4	NUEVOS MÉTODOS DE VENTA: BLOCKCHAIN	IN-VENTA

60 empresas y proyectos empresariales solicitaron su participación de las que 53 participaron en el programa y 60 en las tutorías individuales.

El 74% de los participantes fueron universitarios y el 31% habían realizado cursos relacionados con turismo; el 84% de los asistentes participaron por primera vez en un programa de emprendimiento, el 9% estaban adheridos al programa CreaTurisme y el 42% tenía ya experiencia laboral directa en el sector turístico.

Programa REACTUR: El objetivo es identificar la situación actual de las diferentes áreas del negocio e incorporar un plan de viabilidad para el desarrollo de un nuevo modelo empresarial que ponga el foco en aquellas áreas que generan mayor liquidez. Va dirigido a propietarios, gerentes y responsables de pymes y microempresas

Acciones:

- Sesiones conjuntas de formación On-Line. (4 horas por Módulo). Cada uno de los cursos taller contó con 15 empresas por provincia (24 horas sesiones On-Line + 135 horas tutorías de acompañamiento y seguimiento individualizado), lo que ha dado un total de 159 horas por curso y 45 participantes.
 - Módulo 1. Análisis y establecimiento de los posibles escenarios de mercado tras la reanudación de la actividad. Análisis estratégico post COVID 19 para las actividades clave del sector.
 - Módulo 2. Análisis de la situación económico- financiera de la empresa. Necesidades de financiación.
 - Módulo 3. Innovación, Transformación Digital y Gestión de la Comunicación, motores de desarrollo de negocio.
 - Módulo 4. Protocolos Sanitarios. Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Turístico.
 - Módulo 5. Marco regulatorio en el ámbito de las relaciones laborales. Organización y Personas
 - Módulo 6. Propuesta y elaboración del Plan de Reactivación con medidas concretas a implantar, plazos de ejecución y necesidades de recursos e inversión.
- Acciones de acompañamiento y seguimiento individualizados con los especialistas de las distintas materias (1,5 horas por participante y módulo).
- Tutorías abiertas REACTUR: 1,5 horas por participante y Módulo. Áreas de consulta:
 - Marketing empresarial turístico y social media
 - Gestión de empresas turísticas: atención al cliente, gestión del personal, del producto, etc.
 - Gestión económica, fiscal y financiera.

Se dió asistencia técnica y formación a medida a 38 autónomos, pymes y emprendedores y emprendedoras turísticas: 6 tutorías en Alicante, 6 en Castellón, y 7 en València.

ACCIONES DE CAPACITACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN.

Jornadas empresariales y talleres de competitividad turística dirigidos a pequeños negocios del sector gastro turístico centrados en áreas estratégicas de gestión de los negocios, hacia la mejora competitiva a través de la adaptación a los cambios que afectan actualmente al sector. Todas las acciones, por motivos de la pandemia, se han realizado virtualmente.

Talleres y jornadas L'Exquisit Mediterrani: el programa se centró en la creación de propuestas de valor dirigidas al mercado local y nacional, la aplicación y cumplimiento de medidas

sanitarias, la innovación o el fomento de la colaboración entre agentes productores y turísticos de los territorios, para la generación de servicios complementarios y cohesión de la oferta. Se realizaron un total de 8 talleres.

Anexo – Tabla 19 Talleres L'Exquisit Mediterrani.

Jornadas dentro del Congreso Mediterránea Gastrónoma: Organizado en el marco de la Red GastroTurística CV – L'Exquisit Mediterrani, en colaboración con el Consejo de Cámaras y agentes turísticos y gastronómico adheridos. Se realizaron 3 conferencias:



- Oleoturismo, producto y desarrollo turístico territorial, acargo de José A. Jiménez, director de proyectos oleo turísticos. Almazara Turístico Oleícola San Francisco
- Enoturismo, estrategia deposicionamiento, cargo de José Ferrer, CR Vinos de Jerez y Manzanilla de Sanlúcar. Embajador CRVJ
- Restauración, nuevos valoresempresariales, a cargo de Felipe Turell Ceo y Cofundador de MO de Movimiento (Madrid).

Jornadas empresariales L'Exquisit Mediterrani. Essències. Som terra y vincles: en colaboración con las cámaras de Alcoy, Alicante y Orihuela y de los CdT de Alcoy, Elx y Torrevieja, para fomentar la interacción entre los productores y agentes turísticos, así como el conocimiento y consumo de los aceites de l'Alcoià y el Comtat, los productos del Camp d'Elx y los productos de la Vega Baja por parte de la hostelería local. Se realizaron 3 conferencias.

Curso-taller eno-gastroturismo: 5 seminarios y un taller práctico relativos al curso-taller “Eno-gastroturismo. Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online” impartidos a través de la plataforma online de la Red CdT.

L3P06 SISTEMA INTEGRADO DE CALIDAD TURÍSTICA

OBJETIVO

Potenciar la excelencia en los destinos, recursos, servicios y empresas turísticas, impulsando la diferenciación de la oferta turística y mejorando la competitividad de los destinos turísticos valencianos y todo ello a través de la consolidación del Programa Qualitur, una estrategia de actuación global para la mejora de la calidad en la oferta y prestación de los destinos, recursos y servicios turísticos (art. 49 de la LTOH)

A través del Programa Qualitur se instrumentaliza todas las actuaciones llevadas a cabo por Turisme entorno a la cultura de la excelencia, la sostenibilidad (cultural, económica y especialmente ambiental). Qualitur refuerza las líneas de actuación en materia de modernización empresarial y especialmente en la certificación de sistemas de gestión de la calidad, medio ambiente y accesibilidad.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad – Servicio de Planificación y estrategia turística
- Área de Marketing – Red Touris Info

ACTUACIONES

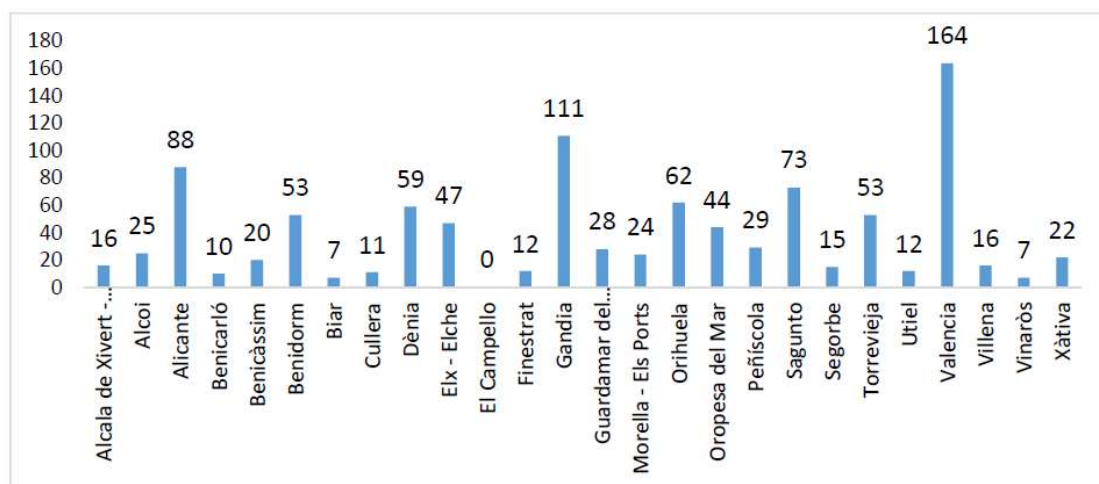
CALIDAD INTEGRAL EN DESTINOS TURÍSTICOS – SICTED

El SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos), tiene como objetivo incrementar la satisfacción del turista, visitante y residente, homogeneizando e incrementando la calidad en los recursos y la prestación del servicio en todo el itinerario de un turista en un destino. El proyecto se basa principalmente en la buena gobernanza y en la colaboración, tanto interadministrativa (con participación de las tres administraciones: nacional, autonómica y local) como público-privada.



En la Comunitat Valenciana se empezó a implantar en 2012 en el marco del convenio de colaboración sin consignación económica con la Secretaría de Estado de Turismo, por el cual ésta cedía la metodología para su implantación en el territorio.

Actualmente es una metodología cohesionada y consolidada en el territorio, tal y como reflejan las cifras: 30 destinos adheridos que aglutinan a 1008 servicios turísticos distinguidos y que posiciona a la Comunitat Valenciana en el segundo nivel en el ranking nacional después de Andalucía (tanto en destinos como en distinguidos), todo ello, a pesar de la grave crisis sanitaria vivida. Se adhirieron 3 destinos más a los 27 que ya participan: El Campello, Calp y La Canal de Navarrés.



La oferta básica (alojamiento, restauración, turismo activo y agencias de viajes), es la más activa en el proyecto. Atendiendo a las distinciones por subsectores, destacan los hoteles y bloques de apartamentos (20% del total de la CV), restaurantes y empresas de catering (13%) y comercios (9%), tendencia similar a la mostrada a nivel nacional.

Turisme, viene desarrollando una serie de actuaciones dirigidas a asesorar a los diferentes agentes que participan, defender los intereses de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana en un ámbito nacional y/o difundir la marca Compromiso Calidad Turística.

Durante este periodo, a través del convenio marco suscrito entre Turisme y el Consejo de Cámaras de Comercio se realizaron 448 acciones presenciales y 949 acciones virtuales distribuidas entre formación, visitas individualizadas a establecimientos y/o evaluaciones.

Paralelamente se realizaron las actuaciones que generalmente se realizan con carácter anual:

- Difusión del proyecto
- Asesoramiento técnico continuo a los destinos SICTEDCV
- Coordinación en la formación, asistencia técnica y evaluaciones de los servicios turísticos a través del convenio con el Consejo de cámaras de comercio
- Representación de los intereses de la Comunitat Valenciana en los grupos de trabajo nacionales (Comité Interdestinos y Grupo de Trabajo Calidad Turística)
- Vocalías en las 27 mesas de calidad celebradas para garantizar la objetividad de y rigurosidad de los distintivos y aportar iniciativas mediante las vocalías en las mesas de calidad de cada uno de los destinos y promoción de la marca Compromiso Calidad Turística.

Adicionalmente ante el marco de la crisis sanitaria se realizaron una serie de actuaciones que permitieron flexibilizar la metodología y garantizar la continuidad del proyecto:

- >> Pilotaje de asesoramiento técnico online: pilotaje en la Comunitat Valenciana del asesoramiento online centrado en el sistema documental.
- >> Adaptación de las actuaciones online: coordinación y procedimentación de la formación y las evaluaciones en soporte online manteniendo las garantías oportunas.
- >> Cobertura de gestores SICTEDCV: En momentos puntuales se cubrió la baja de gestores de destinos SICTEDCV, especialmente en los comités de distinción.
- >> Elaboración del Manual de Buenas prácticas para Viviendas de uso turístico: propuesta de un manual específica aplicable a viviendas de uso turístico y empresas gestoras, dando respuesta a la demanda del sector y presentada a la Secretaría de estado de turismo. Participación en el grupo de trabajo nacional.
- >> Webinars específicas COVID-19: Dirigidas a más de 1000 beneficiarios para dar a conocer las recomendaciones exigibles para conseguir el sello “Preparado para COVID” de la Secretaría de Estado de Turismo.
- >> Apoyo en los Comités Extraordinarios COVID-19: En 2020 y como respuesta a la pandemia del COVID-19 la Secretaría de Estado de Turismo creó el distintivo ‘Preparado para COVID’ que los servicios SICTED adheridos o distinguidos podían obtener. La Comunitat Valenciana se presentó a 3 comités, realizando un total de 498 evaluaciones a partir de las cuales 427 empresas obtuvieron el distintivo.
- >> Generar sinergias con otros proyectos de Turisme: Haciendo un diagnóstico del grado de implantación de la Guía 100 Recomendaciones de ODS para los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana y participando en el “Manual para la adaptación al cambio climático” y publicado en 2021.

QUALITUR CLUB- IMPULSO A LA CERTIFICACIÓN DE MODELOS DE EXCELENCIA



Qualitur es el distintivo propiedad de Turisme que otorga a los servicios turísticos de la Comunitat Valenciana por el esfuerzo que realizan en pro de la excelencia y que disponen de algún certificado en vigor en gestión de calidad, gestión ambiental y/o accesibilidad reconocidos por Turisme.

RESUMEN DE LOS MODELOS DE CERTIFICACIÓN RECONOCIDOS POR QUALITUR							
							
MODELO	Q Calidad Turística	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLAB EL	PARCS NATURALS	UNE 170001/2
MATERIA	Gestión de la Calidad		Gestión Ambiental			Accesibilidad	
AMBITO	Nacional	Internacional		Europeo		Autonómico	Nacional
ALCANCE	Sectorial	Intersectorial			Alojamiento	Sectorial	Intersectorial

Durante este periodo, 243 servicios turísticos han permanecido en Qualitur Club aglutinando 384 certificados en el sector turístico de la Comunitat Valenciana; a pesar de la crisis higiénico sanitaria y económica, los servicios turísticos han optado en su mayoría por mantener los sistemas que garantizan su gestión. Atendiendo a tasa de variación anual se ha producido un descenso del 5,81% en el número de entidades miembros mientras que, atendiendo al número de certificados, la tasa es de un 9,43%.

Atendiendo a la distribución por provincias, es Alicante quien lidera ambas variables (112 miembros de Qualitur Club y 182 certificados), seguida de Valencia (75 miembros que aglutinan 126 certificados) y en último lugar la provincia de Castellón (56 miembros que aglutinan 76 certificados).

Atendiendo a los modelos por lo que se suele optar, se mantiene la apuesta por modelos de gestión de la calidad, que representa el 66,4% del total de certificados, y concretamente por la Q de calidad Turística: en menor medida le siguen los certificados en materia de gestión ambiental, que representa el 30,2% y en accesibilidad solo hay una representación del 3%.

La Q de Calidad Turística sigue siendo la marca más extendida en el territorio de la Comunitat Valenciana, representando el 45,05%, seguida de la ISO 9001 (21,35%). En este sentido cabe

decir que Con 173 Qs, la CV ha descendido una posición en el ranking nacional del número de certificados Calidad Turística, ocupando la tercera posición después de Andalucía y de Galicia.

En gestión ambiental destaca la apuesta por la ISO 14001- que representaba 15,36% del total de certificados y el 51% sobre el total de certificados en materia medioambiental. Tanto los certificados conforme a la norma ISO 14001 como al Reglamento EMAS están liderados por el sector de playas, debido principalmente al impacto que tiene sus estándares sobre uno de los principales recursos de nuestro modelo turístico.

La marca autonómica Parcs Naturals, sigue siendo la preferida en servicios turísticos del interior; los alojamientos rurales son los que encabezan el ranking respecto a este distintivo, seguidos de las empresas de turismo activo.

Respecto a la distribución sectorial cabe señalar el liderazgo de los recursos gestionados por el sector público, concretamente las playas que optan en muchos casos por certificaciones ambientales y las oficinas de información turística que optan por la Q de Calidad Turística; estas cifras están directamente relacionadas con las actuaciones que desde Turisme CV se ejecutan para promover las certificaciones, bien difundiendo los sistemas de gestión, bien incentivando los costes derivados de su obtención. En el sector privado son los hoteles los que apuestan por modelos de gestión, y concretamente mantienen la tendencia de optar por la Q de Calidad turística.

Las actuaciones ejecutadas vinieron supeditadas por la pandemia y la adaptación a la situación que se estaba viviendo por lo que muchas de las actuaciones que, con carácter anual se suelen desarrollar, no llegaron a ejecutarse, como, por ejemplo, el acto de entregas de banderas Qualitur o la Noche Q organizada por el ICTE.

A pesar de ello se desarrollaron las siguientes:

Incentivar la certificación: Turisme en su apuesta por la calidad, la sostenibilidad y la accesibilidad en el turismo, incentiva la obtención y renovación de recursos y servicios turísticos. En los incentivos dirigidos a empresas turísticas, ser miembro de Qualitur Club, es un parámetro de discriminación positiva.

En las ayudas dirigidas a entidades locales, se contemplaban como costes subvencionables la apertura de expedientes, adquisición de la norma, auditoría de certificación, seguimiento y/o renovación y abono del derecho de uso de la marca vinculada al certificado (en el caso de la Q). Asimismo, se incluían como costes subvencionables los relativos a la creatividad y producción de material promocional. 46 entidades locales solicitaron esta línea de ayudas para certificar sus museos, playas u oficinas de información turística de las cuales 41 resultaron favorables para un total de 105.741,18 €.

Impulsar la certificación de los Museos en la CV: En una apuesta por dar a conocer la calidad de la oferta cultural de los museos como elemento de competitividad turística, Turisme y el ICTE firmaron un convenio de colaboración en 2018 con la finalidad de pilotar en la Comunitat Valenciana la norma UNE 30200 para museos y centros de interpretación. Dado el éxito del

proyecto, se mantuvo esta línea de colaboración.

Los objetivos de este proyecto son determinar el nivel de cumplimiento de los museos de la Comunitat Valenciana respecto a dicha norma y dotarles de herramientas para la mejora de su gestión interna de la calidad.

Participaron 35 museos (22 en fase inicial y 13 en fase avanzada) los cuales obtuvieron un diagnóstico de situaciones identificando las áreas de mejora para poder certificarse y obtener la marca Q calidad Turística. De entre ellos destacaron por su posición avanzada: Museo de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia, Museo de Dinosaurios de Cinto Torres, Museo Arqueológico de Silla (MARS) y Museo de l'Espardenya (Banyeres de Mariola), Museo Arqueológico de Cullera, Museo Valencia C.F y Museu Joan Fuster (Sueca).

Cabe señalar que 3 museos obtuvieron la certificación a final de año: Museo Cassolería d'Angel Domínguez (Potries) Museo Dámaso Navarro (Petrer) Museo Internacional de Títeres de Albaida (MITA).

Campaña “Aquí estamos cuando pienses en disfrutar”: En el marco del convenio con el ICTE, se adaptó la campaña bajo el slogan “Aquí estamos para volver”; el objetivo inicial era dar a conocer la Marca Q en los mercados turísticos, especialmente entre el turista residente en la propia Comunitat así como promover la obtención de la misma por la oferta turística.

La campaña se adaptó a la situación derivada del confinamiento por lo que el slogan fue “Aquí estamos cuando pienses en disfrutar”. Como soportes de la campaña se utilizó mobiliario urbano (78 mupis en las capitales de provincia) y OTAs (Online travel Agencies) en soporte online, apareciendo en portales como minube, Tropadvisor, El viajero (el país), Skyscanner, lovevalencia, kayak y edreams; los resultados fueron más de 5.250.000 impresiones de las cuales el 65% han sido visibles.



Web Qualitur: A través de la web de Qualitur se informa de los servicios turísticos certificados en la Comunitat Valenciana y se publican noticias relacionadas con esta materia.

Participar en estructuras organizativas del ICTE: Entre las actuaciones de Qualitur destaca la participación en estructuras organizativas de calidad, como los Comités Técnicos de Normalización (CTNs) y de Certificación (CTCs), con el objetivo de velar por los intereses de la Comunitat Valenciana y representar la idiosincrasia de su oferta turística a nivel nacional.

Los Comités Técnicos de Normalización son los responsables de la elaboración y revisión de las normas turísticas nacionales en calidad, estando presididos por AENOR. Turisme CV tiene vocalía en los siguientes:

- CTN 167 para Restauración
- CTN 182 para Hoteles y Apartamentos turísticos
- CTN 184 para Campings y Ciudades de Vacaciones
- CTN 187 para Servicios municipales
- CTN 188 para Instalaciones náutico deportivas y Turismo activo

Los Comités Técnicos de Certificación: liderados por el ICTE, son los órganos en los que se estudian, debaten y si procede aprueban los expedientes de la oferta turística para la obtención de la “Q” Calidad Turística. Turisme tiene vocalía en dos subcomités: Hoteles y apartamentos turísticos y Playas. Se participó en 16 Comités y se valoraron 198 expedientes.

Sello Safe Tourism Certified: participación en los grupos de trabajo creado en el marco de la pandemia para elaborar las especificaciones para obtener el sello Safe Tourism Certified. 88 entidades de la Comunitat Valenciana obtuvieron este sello, representando alrededor del 9% nacional.

Plan de calidad de la Red Tourist Info: A través del Plan de Calidad, se fomenta la cultura de la excelencia entre los técnicos e informadores turísticos y se impulsa la implantación de sistemas de aseguramiento de la calidad conforme al Programa Qualitur, trabajando también aspectos medioambientales, de accesibilidad universal y de calidad total en destino –SICTED-.

La Comunitat Valenciana cerró este periodo con 103 certificaciones o distinciones de calidad, 29 la Q de Calidad Turística, 7 con la ISO 9.001, 6 con la norma ISO 14.001 y 5 con las de Accesibilidad Integral; adicionalmente 11 con Especificación UNE 0066-10 relativo al sello Safe Tourism y 45 con el distintivo de Compromiso Calidad Turística- SICTED. Atendiendo a los datos la Comunitat Valenciana es la segunda comunidad con mayor número de oficinas certificadas con la Q y de oficinas distinguidas en el SICTED y la tercera en certificados SAFE TOURISM.

Turisme ofrece a las administraciones locales asesoramiento y asistencia para los procesos de implantación de los sistemas (formación, auditorías internas, sistemas de documentación, seguimiento, herramientas informáticas corporativas), entre las que destaca un foro común para la mejora continua y la innovación, el Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, conformado por todas las oficinas certificadas/distinguidas y en vías de certificación de la Red.



Se celebraron cuatro reuniones del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, centradas, de forma específica, en dar respuesta a las nuevas necesidades surgidas antes la situación de alerta sanitaria por el Covid-19 y se abrieron a la totalidad de la Red Tourist Info.

Anexo – Tabla 21 Nº de oficinas de la Red Tourist Info provincial certificadas por tipo de certificado

OBJETIVO

La política de formación turística para el empleo se articula y materializa a través de los Centros de Turismo (CdT's) que, vertebrados a lo largo de la Comunitat Valenciana, pretenden hacer accesible la formación a todos los colectivos, así como aproximarla a las diferentes zonas turísticas, mediante actuaciones formativas y de transferencia conocimiento.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Formación – Centros de Turismo
- Área de Márketing – Red Tourist info

ACTUACIONES**FORMACIÓN EN LOS CDTs:**

La Red de Centros de Turismo viene trabajando, desde sus inicios, en dos líneas de actividad:

- Formación continua
- Formación ocupacional (para el empleo)

En los municipios de interior, la actividad formativa se agrupada a través del concepto “CdT de Interior”, caracterizada por coordinar y desarrollar toda una serie de actuaciones formativas, allá donde el área de influencia de los centros presenciales no puede alcanzar su radio de acción.

Anexo - Tabla 21 Cifras de los CdTs por líneas de Programas formativos

FORMACIÓN CONTINUA

Esta modalidad tiene por objeto la mejora de la cualificación profesional de trabajadores en activo en el sector turístico mediante el reciclaje y actualización de los conocimientos inherentes a cada puesto de trabajo, y se desarrolla en las áreas y perfiles de cocina y repostería, servicio, alojamiento, dirección, gestión, formación complementaria e idiomas e informática.

Se caracteriza por ofrecer cursos de corta duración, con un enfoque eminentemente práctico y compatible con el horario profesional, impartidos por profesionales expertos en el sector turístico y conocedores, en detalle, del conjunto de problemas del sector de la Comunitat Valenciana.

Se impartieron 376 cursos con un total de 4.160 horas formativas en las que participaron 6.468 alumnos.

FORMACIÓN OCUPACIONAL

La formación para el Empleo o formación ocupacional está dirigida a colectivos de desempleados, tanto de larga duración (PLD's) como de inserción de colectivos jóvenes de población (IJ's). Su fin último es la cualificación en un oficio que facilite la incorporación al mercado de trabajo de estos colectivos, posibilitando los cauces para la inserción profesional de los alumnos. Se caracteriza por ser cursos de larga duración, de enfoque muy práctico, que se desarrolla principalmente en las áreas de Cocina, Servicio y Formación Complementaria.

En la actualidad los CdTs de la Red se encuentran homologados por el SERVEF para la impartición de los certificados de profesionalidad de la familia “Hostelería y Turismo” publicados, realizándose un esfuerzo en aquellas cualificaciones profesionales cuya inserción laboral es más factible

(Cocina, Servicio de Bar, Cafetería y Restaurante), pero también ampliando y consolidando el catálogo de acciones formativas acordes con las necesidades profesionales.

Se impartieron 225 cursos con un total de 4.589 horas formativas en las que participaron 14.171 alumnos.

OTRAS ACTUACIONES

CdTs de Interior: A pesar de la complicada situación provocada por la Covid 19, se pudieron realizar distintos cursos presenciales con actividad al aire libre, a destacar los de contenido sobre ornitología o de paddle surf en ríos.

La actividad de los CdTs de Interior se centró en la impartición de 716 cursos con una duración total de 958 horas dirigidas a 55 alumnos.

Canal CdT Televisión: es la plataforma multimedia y canal formativo que permite visualizar la grabación de los cursos en directo de los cuatro centros como hemeroteca.

Plan de formación de la Red Tourist Info: Durante el periodo la situación de alerta sanitaria ha condicionado el desarrollo del plan formativo de la Red y en un doble sentido; por un lado, obligó a implementar acciones formativas específicas de medidas de prevención del Covid-19; por otro, todas las acciones se ofrecieron en formato on line.

A principios de año tuvo lugar una acción formativa presencial en el CdT de Alicante sobre herramientas de diseño gráfico y plantillas. A partir de entonces se articularon 12 jornadas formativas, con un total de 40 horas de duración y una participación de 1087 asistentes.

Entre las acciones formativas de prevención del Covid-19 cabe destacar los grupos de mejora creados en el marco del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info y el curso sobre «Especificación UNE 0066-10, Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2, Oficinas de Información Turística-Safe Tourism-».

En cuanto a contenidos se trabajó la gestión de calidad, tecnologías, conocimiento de productos-Birding-, el nuevo Portal Turístico de la Comunitat Valenciana, Jornada sobre el estatuto de Municipio Turístico y el Proceso Participativo del Plan Accesibilidad Comunitat Valenciana 2021-2024. La formación «Conceptos básicos sobre violencia de género», se impartió en 7 sesiones territorializadas y no presenciales. Antesala para la introducción de nuevos servicios, ahora de carácter social, en las Oficinas Tourist Info: Punto Violeta turístico.

Ante el aplazamiento de las XIX Jornadas Tourist Info en las ciudades de Elda y Petrer, se celebró en noviembre una Jornada Tourist Info on line con 163 participantes.

L3P08

CALIDAD LABORAL

OBJETIVO

Mejorar la empleabilidad y los derechos laborales de los profesionales del turismo mejorando los perfiles competenciales de la Alta Dirección y Gerencia y definiendo un plan de formación ajustado a los nuevos requerimientos, cambios y tendencias del sector de la hostelería y el turismo, así como conocer el mercado laboral y el estado de las condiciones de trabajo de los profesionales del turismo en la Comunitat Valenciana.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística- Servicio de Planificación y estrategia turística
- Área de Marketing – Touristinfo
- Área de Formación

ACTUACIONES

PROGRAMA DE BECAS DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

Por resolución de 26 de octubre de 2020, del Presidente de Turisme, se convocaron ocho becas para la realización de prácticas profesionales en materia de turismo en las dependencias de la citada entidad pública para contribuir a dicha especialización técnica y, facilitar el acceso al mundo laboral de los jóvenes titulados.

Para ello se tramitaron 207 solicitudes (114 solicitudes para las becas clase E y 93 solicitudes para las becas clase I).

Por otra parte, las oficinas Tourist Info de Turisme recibieron 2 alumnos en prácticas procedentes de centros públicos de formación profesional (Módulo de Comercialización y Promoción Turística) y universidades valencianas (grado de Turismo).



CdTJOB

Portal de empleo turístico de los CdT o bolsa de empleo on line dirigida a participantes en cursos de la Red CdT y a empresas del sector que buscan cubrir puestos de trabajo.

Se alcanzaron 4798 usuarios, de los cuales 4434 son alumnos demandantes de empleo y 364 empresas que publicaron 61 ofertas de empleo.

APOYO A INICIATIVAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

A través de la Red de CdT se colaboró en actuaciones complementarias con la participación en diferentes actos de promoción turística tales como ferias, workshops, showcookings, etc. Mientras no lo ha impedido la situación actual.

Se trata de una labor de apoyo a iniciativas de promoción desarrolladas por instituciones y asociaciones empresariales de la Comunitat Valenciana, que favorece la aproximación al colectivo empresarial a través de la participación activa de los alumnos de formación profesional para el empleo: Jornadas gastronómicas, jornadas de puertas abiertas y eventos similares constituyen algunas de las iniciativas desarrolladas.

L3P09

SMART DATA OFFICE

OBJETIVO

Medir los efectos de la actividad turística en la Comunitat Valenciana para una toma más eficiente de las decisiones públicas; se concreta en detectar tendencias y anticipar cambios e impulsar el desarrollo de tecnologías para la creación, recogida y tratamiento de datos.

EQUIPO DE TRABAJO

- Invattur

ACTUACIONES

El principal objetivo de este proyecto es la recopilación y análisis de información que permita tener una visión clara del perfil y el comportamiento del turista que visita la Comunitat Valenciana.

- Licitación de la contratación de servicio de un Sistema de Inteligencia Turística de la Comunitat Valenciana (DATATUR4CV).
- Publicación de informes de inteligencia de mercado a través de plataformas de análisis de big data para la detección de tendencias y comportamientos de los turistas (Covid-19, Índices Turisme, mercados turísticos, productos turísticos, alojamiento turístico, capacidad aérea, etc.
- Monitorización de las marcas turísticas con el objetivo de conocer las menciones, identificar influencers, conocer la audiencia, comparar y estudiar a sus competidores, analiza tus sitios web, dinamiza tus eventos.
- Creación de Biontrend en colaboración con la patronal hotelera Hosbec, la nueva herramienta de inteligencia de negocio con la que se pueden consultar datos de ocupación, ingresos, pernoctaciones, reservas y tarifa media diaria de los hoteles, entre otras informaciones.
- Colaboración con la Conselleria de Innovación para la creación de “Playas seguras CV”, panel de Business Intelligence con los datos de la Covid, información sobre el aforo de las playas, así como diferentes indicadores turísticos.

L3P10

ESTADÍSTIQUES DE TURISME

OBJETIVO

Analizar la evolución de la actividad turística de la Comunitat Valenciana a partir de las fuentes estadísticas oficiales, como acción de impulso e instrumento de fomento del conocimiento turístico. Con más de 10 años de trayectoria la sección “Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana” (<http://estadistiquesdeturisme.gva.es>), ubicada en la web institucional de Turisme, permite detectar tendencias y anticipar cambios para garantizar la competitividad y mejorar la competitividad de los destinos turísticos valencianos. Todos los documentos son de descarga libre (no requiere suscripción) y gratuita.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística – Servicio de Planificación y estrategia turística

ACTUACIONES

En colaboración con Exceltur, se realizó una nueva edición del estudio Impactur (de carácter bianual), sobre el impacto del turismo en la economía y en el empleo de la Comunitat Valenciana, referido a 2019, en su marco y con objeto de responder a las necesidades coyunturales provocadas por la pandemia, dando como resultado una aproximación del Impacto de la Covid-19 acompañada de medidas de reactivación.

El número anual de visitas a se situó en torno a las 10.400. Se realizaron 165 publicaciones (un 3,1% más respecto a 2019) y 4 nuevos informes basados en la explotación del Registro.

Anexo - Tabla 22 Estadísticas de Turisme en cifras.

PROGRAMA ESTADÍSTICO Y COLABORACIÓN EN EL PVE 2019-2022

Su finalidad es aportar información cualificada, de tipo cuantitativo y cualitativo, en la que apoyar las actuaciones de la Administración pública y de entidades privadas en materia turística, posibilitando un conocimiento estadístico detallado del mercado turístico de la Comunitat Valenciana y de los elementos del entorno que influyen en el mismo. El programa se basa tanto en fuentes propias como externas, con el objeto de ampliar la explotación de los principales indicadores turísticos en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

Fuentes Propias:

- ✓ Análisis de la evolución de la temporada turística verano y la ocupación de establecimientos turísticos durante puentes y fiestas nacionales de interés para la actividad turística de la Comunitat Valenciana, mediante una encuesta a una muestra de la oferta, por tipologías y zonas turísticas y, en su caso, con la participación de asociaciones del sector.
- ✓ Análisis de la demanda de la Red Tourist-Info durante la temporada de verano, en colaboración con el Servicio de Producto y Territorio. (5.466 cuestionarios de 103 oficinas Tourist info participantes).
- ✓ Actualización de la oferta turística a partir del Registro de Turismo.
- ✓ Estudio sobre los turistas extranjeros entrados por el aeropuerto de Castellón, en colaboración con la Dirección del Aeropuerto de Castellón.

Colaboración con otros organismos y otras fuentes externas

- ✓ Instituto de Turismo de España en materia de análisis turístico: informes mensuales sobre “Compañías aéreas de bajo coste (CBC)” y “Empleo turístico”, en correspondencia con los informes de carácter nacional y participación en el grupo de trabajo de estadísticas de la Comisión Sectorial de Turismo.
- ✓ SEGITTUR, con la actualización de datos CV en la página web Reactivatur.
- ✓ INE: Anualmente se renuevan las diferentes peticiones de información continua al INE, trabajando mensualmente el siguiente tipo de información:
 - Indicadores de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH): Variables de demanda, según el país de origen para el ámbito provincial, indicadores de oferta por zonas y puntos turísticos e indicadores de rentabilidad hotelera (ADR y Revpar) por provincias y destinos Benidorm y València ciudad.
 - Indicadores de la encuesta de ocupación extrahotelera: Desagregación mensual de los datos de demanda (viajeros y pernoctaciones), según el país de origen para el ámbito provincial en las modalidades de campings y apartamentos turísticos.
En 2020 INCORPORÓ el emisor noruego a la desagregación por mercados de origen de la Encuesta de Ocupación en Campamentos Turísticos.
- ✓ Direcció General d'Empreneduria i Cooperativisme, a través del Servicio de Estadísticas Económicas, Demográficas y Sociales:

- Explotación de la EPA para el sector turístico por provincias.
 - Recepción mensual de una parte de los directorios de las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos del INE, con información sobre plazas ofertadas y periodo de apertura.
 - La Conselleria de Economía participa, junto con Turisme CV, en el Convenio con el INE en materia de estadísticas de turismo.
- ✓ El sector turístico: Colaboración con Hosbec y la Asociación de Campings y Fundación Turismo València en el seguimiento de la ocupación en establecimientos turísticos en temporada alta, puentes y otros periodos de interés.
 - ✓ Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2019-2022: reuniones de la Comisión de Estadística de Presidencia para la elaboración de la propuesta de Plan Sectorial Estadístico de Presidencia y la tramitación del Plan Valenciano de Estadística (PVE). En el marco del Plan Valenciano de Estadística 2019-2022, desarrollo de:
 - La Oferta Turística Municipal y Comarcal (Explotación del Registro de Turismo).
 - Los Indicadores de Demanda del Sector Turístico (desagregación para la Comunitat Valenciana, provincias y destinos Benidorm y Valencia ciudad, de los turistas en todo tipo de alojamiento).
 - El anuario “El Turismo en la Comunitat Valenciana”, incorporado al nuevo plan estadístico de la Comunitat Valenciana 2019-2022.
 - ✓ **Otras fuentes:** Seguimiento y análisis periódico (quincenal/mensual/trimestral) de otros indicadores:
 - INE: Estadísticas experimentales
 - Turespaña: Fichas mercados
 - Tesorería de la Seguridad Social: petición continua de carácter mensual para obtener el número de afiliados en las ramas de hostelería y agencias de viajes.
 - Hosbec: ocupación hotelera, en apartamentos y campings.
 - Aena: flujo de pasajeros en los aeropuertos valencianos.
 - Exceltur: informes de perspectivas y barómetros de rentabilidad.
 - CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos): Análisis de la industria hotelera nacional.
 - OMT (Organización Mundial del Turismo): Barómetro Mundial del Turismo, con información de periodicidad bimestral
 - Informes aeropuertos de la Comunitat Valenciana.

ENCUESTAS DE LA RED TOURIST INFO

Indicadores de servicio: hospitalidad

- >> Indicadores cualitativos: El conjunto de la Red atendió 707.975 demandas de información en destino, suponiendo un descenso de alrededor 65 puntos porcentuales con respecto a 2019 atribuible a la situación de alarma sanitaria nacional e internacional.
- En total fueron 718.829 personas las que visitaron las Oficinas y puntos de la Red, con un decremento de un 65 % con relación al año pasado. Las procedencias nacionales representan

el 78,01 % en el conjunto. En Castellón y València, los usuarios/viajeros internacionales – 10,66 % y 8,64 %, respectivamente- acuden en menor número a las Oficinas de la Red, frente a los nacionales, mientras que en Alicante alcanzan el 35,83 %.

En líneas generales, la distribución porcentual por procedencias nacionales se ha mantenido con relación a 2019, pero se refuerza la presencia de Comunitat Valenciana (incluidos locales) con 13 puntos más, así como el factor de CCAA próximas, singularmente Aragón.

Por tipología de consultas recibidas, destacan las de «Información local», seguidas de «Actividades culturales», «Rutas y senderismo» y «Transportes». La tipología de consultas más habituales se ha visto afectado, con entradas como «Rutas y senderismo» y «Parques Natural y salidas como «Fiestas».

>> Indicadores cualitativos: En el proceso de la Encuesta Tourist Info abarcó los meses del año en que las oficinas estuvieron operativas. se realizaron tres modelos de encuesta:

- a) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente: recoge el perfil sociodemográfico del encuestado y su valoración de la atención recibida. Se cumplimentaba en las oficinas certificadas o distinguidas en calidad de enero a junio y de octubre. se ciñó a los seis primeros meses del año, coincidiendo con el periodo de confinamiento general.
- b) Encuesta de verano: sufrió importantes modificaciones para adaptarse a la situación. Se aplicó en toda la red del 1 julio al 15 septiembre.
- c) Encuesta de seguimiento «Covid-19»: recoge el perfil sociodemográfico del encuestado y su valoración de la atención recibida y la percepción del turista sobre las medidas de seguridad en la Oficina y en el destino turístico. Este cuestionario se cumplimentó en las oficinas certificadas o distinguidas en calidad del 16 septiembre al 31 de diciembre.

Se cumplimentaron un total de 8.090 cuestionarios, al descenso de un 34,69 % respecto a 2019 - 12.387 cuestionarios.

- a) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente: procesó un total de 1.390 cuestionarios de 30 oficinas. El 49,1 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 50,4 % extranjeros de los cuales el 92,20 % eran residentes europeos y el 3,50 % residentes americanos.

En dicha encuesta, la Red en su conjunto registró la satisfacción de expectativas del cliente sobre la oficina visitada con una media de 9,74 puntos sobre 10-0,07 puntos por encima de 2019- y con una media de 9,62 puntos sobre 10-0,05 puntos por arriba de 2019- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Además, un 47,42 indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info. Un 49,2 % declaró conocer la Red Tourist Info – 1,2 puntos por debajo de los datos de 2019-.

- b) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano: procesó 5.466– 20 puntos menos que en igual periodo de 2019- cuestionarios de 103 oficinas. El 81,6% del total de los encuestados eran residentes en España-20 puntos superior a 2019, motivado, sin duda, por las limitaciones de movilidad internacional-, el 17,3 % extranjeros (y el 1,2 % n.c.), casi en su totalidad europeos.

En dicha encuesta, la Red en su conjunto registró la satisfacción de expectativas del

cliente sobre la oficina visitada con una media de 9,57 puntos sobre 10-0,1 por debajo de 2019- y con una media de 9,50 puntos sobre 10 – 0,07 por debajo de los datos de 2019- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Resulta oportuno destacar los resultados de las preguntas específicas sobre la percepción del turista de las medidas anticovid-19 articuladas por la Oficina y el destino turístico. En ambos casos, se supera la valoración de 9 puntos sobre 10 máximos.

Además, un 50 %- ligeramente por encima de 2019- indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info. Un 66,6 % declaró conocer la Red Tourist Info – 6 puntos por encima de los datos de 2019-, lo que significa, extrapolando este porcentaje sobre el total de usuarios de la Red- 713.518 personas-, que más de 475.000 personas usuarias de la Red ya la conocían con anterioridad.

- c) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de seguimiento, incluyendo Medidas anticovid-19: procesó 1.304 cuestionarios de 30 Oficinas. El 75,40 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 23,16 % eran extranjeros y el 1,46 % n.c. Del total de extranjeros, el 93 % eran residentes europeos. Al igual que en verano, el porcentaje de extranjeros encuestados desciende notablemente respecto a 2019.

La Red en su conjunto registró la satisfacción de expectativas del cliente sobre la oficina visitada con una media de 9,72 puntos sobre 10-superando la media de 2019 en 0,14 puntos- y con una media de 9,66 sobre 10 -0,13 por encima de 2019- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Resulta, igualmente, oportuno destacar los resultados de las preguntas específicas sobre la percepción del turista de las medidas anticovid-19 articuladas por la Oficina y el destino turístico. En ambos casos, se supera la valoración de 9 puntos sobre 10 máximos.

Además, un 44,87 % indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info y un 63,72 % declaró conocer la Red Tourist Info.

PLATAFORMA DE INTELIGENCIA (INTETUR):

Proyecto que surge de la necesidad de tratar y analizar grandes cantidades de datos procedentes de encuestas a la demanda turística y supone, una mejora en el análisis y presentación de la información permitiendo la gestión de datos por usuarios internos no especializados.

Se completó la automatización de la carga y definición de informes de explotación de los microdatos de las estadísticas dirigidas a la demanda turística. Mensualmente se procedió a la carga, revisión y resolución de incidencias de 10 ficheros de microdatos de las encuestas a la demanda (residente y no residente) y 29 hojas excel de las encuestas a la oferta alojativa; la falta de datos por el impacto de la COVID-19 incrementó el número de incidencias a resolver.

Se automatizó la mayor parte de los procesos asociados a tablas de explotación de la demanda y en la presentación de tablas en los dos idiomas oficiales de la Comunitat Valenciana.

DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Anualmente se pone a disposición de los usuarios un calendario de publicaciones y se hace un mailing semanal con los últimos informes estadísticos publicados.

Se elaboraron y difundieron 165 informes (en las doce lenguas oficiales) y se realizó un mailing mensual a 242 destinatarios con diversos perfiles. Paralelamente se gestionaron 270 peticiones de información, de las cuales 148 fueron externas (estadistiques_turisme@gva.es o peticiones continuas) y 122 fueron peticiones internas.

Se contabilizaron 10.383 visitas a Estadistiques de Turisme CV (Google Analytics), lo que supone un crecimiento respecto al año anterior del 6,8%, destacando especialmente los incrementos de las consultas realizadas en los meses posteriores a la declaración de la pandemia y el confinamiento: abril (22% y mayo (49%).

L3P11

INVESTIGACIÓN EN FAVOR DEL CONOCIMIENTO

OBJETIVO

Generar un mejor conocimiento sobre la actividad turística que ayude en la toma de decisiones estratégicas, impulsando la investigación y la difusión de informes para la creación de conocimiento turístico, de forma que permitan explotar los datos y obtener de ellos información que pueda ser posteriormente difundida para la mejora de la actividad turística.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Competitividad turística – Servicio de Planificación y estrategia turística
- Invattur

ACTUACIONES

ANUARIOS Y OTROS ESTUDIOS

Los anuarios y otros estudios contribuyen al diseño de estrategias y la toma de decisiones, tanto por parte de las administraciones turísticas como de las empresas del sector, a través de la síntesis de datos y contraste de fuentes.

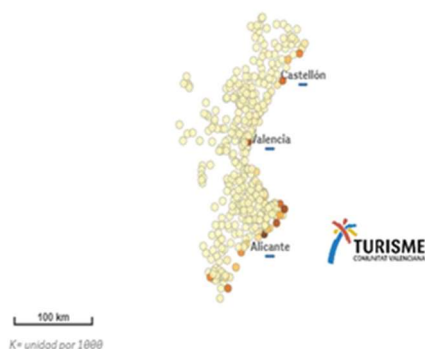


El turismo en la Comunitat Valenciana:

completa información sobre los principales indicadores turísticos de la Comunitat Valenciana y sus zonas turísticas. Integra datos suministrados por diferentes fuentes que permiten tener una visión global de la evolución del sector, a través de textos, gráficos y más de 100 tablas en formato exportable.

Se compone de nueve cuadernos con los datos sobre los alojamientos turísticos, los principales indicadores por provincias y el estado de la excelencia turística en la Comunitat Valenciana.

Oferta turística municipal y comarcal 2020. Volumen de plazas en apartamentos



Oferta turística municipal y comarcal:

Información desagregada a escala municipal y comarcal sobre los establecimientos que componen la oferta turística a fecha 31 de diciembre de 2019, de acuerdo con el Registro de Turismo.

Incluye una representación cartográfica de la oferta de los establecimientos como herramienta que facilita la visualización y el análisis de grandes volúmenes de datos.



IMPACTUR 2019: Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo con el propósito de poder identificar con el mayor rigor y precisión los efectos directos e indirectos que el turismo representa para la Comunitat Valenciana.



Aproximación al impacto de la COVID 19 en el Turismo en 2020 y medidas de reactivación

Una primera estimación del impacto de la pandemia. Información clave para orientar las medidas de reactivación iniciadas por Turisme Comunitat Valenciana en colaboración con el sector.

Perfil del turista alojado en oferta reglada: Análisis anual del perfil del turista con destino en la Comunitat, alojado en oferta reglada, de acuerdo con los datos de las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos publicados por el Instituto Nacional de Estadística.

El resto de estudios programados anualmente fueron:

- Balances coyunturales, acumulado abril, verano, anual
- Turistas extranjeros en alojamiento privado
- Turistas residentes en España en alojamiento privado
- Transporte Aéreo
- Turoperación
- Estudio turistas extranjeros entrados por el aeropuerto Castellón
- Excursionismo de los residentes en la Comunitat Valenciana
- Ocupación en albergues

- Habitaciones hoteleras ocupadas por tipo de cliente
- Evolución del RevPAR hotelero

PROYECTOS I +D+I

Invat·tur desarrolla proyectos de I+D+i de manera autónoma o en colaboración con otros centros de investigación y universidades. Entre los proyectos desarrollados por el Invat·tur cabe destacar:

- Participación en el “Erasmus+ programme for strategic partnership in the field of education, training and youth (Adult education and training)” con el proyecto «Introducing digitalisation for boosting SMEs in Tourism and Hospitality- DTour»
- Colaboración con la Cátedra de Estudios Turísticos “Pedro Zaragoza Orts” de la Universidad de Alicante.
- Colaboración con la Cátedra Ciutat de Cullera de la Universitat de València.
- Colaboración con la Cátedra Gandia Turismo Inteligente de la Escuela Politécnica Superior de Gandía.
- Colaboración con la Agencia Valenciana de la Innovación-AVI- (Diálogos Tecnológicos)
- Colaboración con Conselleria de Innovación y Distrito Digital para la promoción de soluciones tecnológicas para destinos turísticos.
- Visitas técnicas al Smart Lab, espacio experimental y expositivo donde tienen cabida aquellas herramientas tecnológicas de última generación.
- Participación en el proceso de revisión de la Norma UNE 178503 Semántica Aplicada al turismo y de la UNE 178501 de Destinos Turísticos Inteligentes.
- Coordinación del grupo de trabajo sectorial “Actividades Turísticas” de la Agenda Estratégica de I+D+i del Turismo 2020 de Thinktur, ITH y Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Publicaciones en revistas y congresos científicos: Measuring the progress of Smart destinations: the use of indicators as a management tool. Journal of Destination Marketing and Management, Vol 19

LABORATORIO DE COCINA

Cada vez es más evidente que la fusión entre gastronomía y ciencia es un factor clave para innovar en los restaurantes y ser o llegar a ser más competitivos. Desde el punto de vista científico, se pueden abordar más fácilmente los fenómenos que suceden en los fogones de las cocinas: mejorar técnicas culinarias tradicionales, estudiar problemáticas gastronómicas, mejorar texturas, potenciar sabores, etc. Entre las acciones desarrolladas destacan:

- Impartición de contenidos del curso de Programa de Estudios Propios Máster de Arrocesy Alta Cocina Mediterránea Aplicada de la Universidad de Alicante, a través del Centro de Gastronomía del Mediterráneo Gasterra.
- Participación en el Focus Group proyecto "Cadena de valores del Turismo

Gastronómico en la CV" (Exquisit Mediterrani, Red CdT, Gasterra)

- Participación en eventos tecnológico-científicos:
 - Asamblea Anual de la Plataforma Tecnológica del Turismo- Thinktur, en el marco del "VII Thinktur Technology Transfer"
 - X Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur 2020
 - Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y La Sociedad de la Información(ONTSI) de Red.es
 - Greencities, 10º Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana (Málaga)
 - Tourism Innovation Summit (Sevilla)

L3P12

TRANSFERENCIA DEL KNOW-HOW

OBJETIVO

Difundir el conocimiento para mejorar la imagen y la gestión de la Comunitat Valenciana así como la relación con agentes turísticos públicos y privados, construyendo un modelo de trabajo en red (colaboración y el intercambio de conocimiento) y fomentando la investigación turística de carácter aplicado.

EQUIPO DE TRABAJO

- Invattur

ACTUACIONES

COLABORACIONES Y ESTUDIOS

- Participación en la elaboración del Ebook «Sistema de inteligencia turística», elaborado por el Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo del ITH del que Invat-tur forma parte, y en el que se exponen las diversas oportunidades que ofrece la definición, desarrollo y puesta en marcha de los sistemas de inteligencia turística aplicados a destinos turísticos y a empresas, mostrando casos de éxito que sirvan para la puesta en marcha de este tipo de sistemas en otros destinos.
- Boletines Invat-tur (Boletín Invat-tur de Vigilancia Tecnológica, Boletín Invat-tur de Destinos Turísticos Inteligentes).
- Curso de especialización en Inteligencia Estratégica para Organizaciones Innovadoras de la Universidad de Alicante.
- Estudio sobre el grado de digitalización, resiliencia y sostenibilidad de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.
- Estudio sobre la Inteligencia artificial y la ética aplicada al sector turístico.

COMUNICACIÓN Y TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

Además de realizar una extensa actividad en diferentes materias es imprescindible dar difusión a los estudios, investigaciones, informes y actividades que Invat-tur realiza e impulsa. Es por ello que el eje de comunicación y transferencia de resultados se considera básico en su actividad. Entre

las acciones desarrolladas en este ámbito destacan:

- Difusión de la actividad del Invat·tur en foros y jornadas a través de las universidades valencianas.
- Establecimiento de protocolos de colaboración con agentes turísticos.
- Desayunos Invat·tur:
 - La gestión inteligente de los flujos turísticos: nuevas herramientas para analizar la movilidad del turista en destino, con la empresa Kido Dinamics.
 - Neuroweb. La revolución del Marketing Digital en el sector turístico, con la empresa Quatechnion.
 - La gestión del marketing de los destinos turísticos ante el reto de la transformación digital, con la empresa Good Rebels.
- Webinars Data Driven:
 - Small Data para Small Pymes, con Juan Delgado DEO Camping Armanello
 - Ayudando a los destinos inteligentes a combatir COVID 19 con Travel Insights de Sojern.
 - Visualización de datos: exprimir su potencial para la eficiente toma de decisiones, con Julia Bauneman.
 - La disrupción en las organizaciones turísticas, un cambio necesario, con Ideas For Change.
- Publicaciones de resultados y conclusiones en jornadas y proyectos.
- Participación en programas formativos especializados: UMH, UA, etc.
 - XX Foro Internacional de Turismo de Benidorm: Turismo y Seguridad Sanitaria
 - Curso “Emprendo en Turismo” de la Universidad de Alicante (Cátedra Pedro Zaragoza Orts)
 - Colaboración con el Máster de Hoteles del Instituto Universitario de Investigaciones turísticas de la Universidad de Alicante
 - Participación en la Feria de Turismo de la Universidad de Alicante FUTUR V
- Potenciación de la presencia del Invat·tur en medios de comunicación generalistas y especializados.

Anexo - Tabla 23 Invatur en cifras

L3P13	TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR
OBJETIVO	
Impulsar la digitalización de la gestión de las empresas y destinos turísticos.	
EQUIPO DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Invattur ■ Área de Marketing – Red Tourist Info 	
ACTUACIONES	

INFOTOURISTAPI 2.0

Turisme incrementa y acelera la digitalización de las Oficinas de Información Turística de la Comunitat Valenciana –Red Tourist Info- mediante la implantación de una herramienta de gestión de la información turística para la atención en tiempo real al turista presencial denominada InfotouristAPI 2.0, presenta varias y potentes mejoras:

- a) Permite una atención digitalizada multicanal del turista presencial desde su inicio hasta su conclusión, con su cómputo estadístico y encuestación al visitante.
- b) Establece nuevos mecanismos para compartir, entre todas las Oficinas Tourist Info, información en red: guías turísticas, eventos y enlaces de interés.
- c) Amplia la recogida de información del visitante, por medio de la remisión de encuestas *on line*: motivaciones, procedencias, experiencias, etc.

TALLERES DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- Milenials y Centennials, ¿Cómo debe gestionar un destino turístico su presencia en Instagram?
- PhyGi. Experiencia aumentada para revolucionar el Sector Turístico.
- Webinar: Big Data en tiempos de crisis.
- Webinar: Navegando la tormenta, indicadores clave para un rumbo de salida.
- Webinar: Optimización de estrategias de email marketing para el sector turístico.
- Webinar: Storytelling para el turismo; cómo comunicar a través de las historias.
- Webinar: Aplicación de la inteligencia artificial al turismo tras el COVID 19.
- Webinar: La transformación digital ya está aquí: claves para el sector turístico.
- Webinar: herramientas y aplicaciones para estrategias efectivas en Instagram.
- Webinar: Transformación Digital para Hostelería
- Curso “Optimización de la presencia en Redes Sociales de los destinos turísticos” con ediciones en los CdTs de València, Castelló, Alcoi y Elx. CdTJobs: Portal de empleo turístico.

EJE 4 MARKETING TURÍSTICO

Tradicionalmente la publicidad (campañas en medios, material para la divulgación de los productos y recursos turísticos, publrreportajes) y las relaciones públicas (asistencia a ferias, famtrips, workshops, presentaciones de destino) han sido las herramientas más tradicionales para la difusión de los destinos turísticos, en cambio, la transformación digital plantea un panorama bien distinto.

Las administraciones regionales, necesitan implementar estrategias de comunicación más selectivas, más enfocadas, más efectivas, escogiendo para ello canales y mensajes específicos para una demanda concreta. Desarrollar una estrategia de segmentación de demanda enfocada al escenario online, y una colaboración entre las marcas, estableciendo una propuesta de valor global basada en valores emocionales, sociales y funcionales identificados y relacionados con lo que representa a la Comunitat Valenciana como sociedad y actividad.

Esta línea estratégica está alineada con los ODS 3, 4, 5, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 17 e integrada por los siguientes programas:

- Gestión de las marcas y posicionamiento global
- Impulso a la segmentación de mercados
- Creación y promoción de producto desestacionalizador: creaturisme
- Publicidad omnicanala (online y offline)
- Relaciones con intermediarios, medios e influencers
- Relaciones con el cliente final
- Comunicación institucional
- Sistema de gestión integral del destino

LE4P01 GESTIÓN DE LAS MARCAS Y POSICIONAMIENTO GLOBAL**OBJETIVO**

Favorecer la coordinación entre las marcas destino que mejoren el posicionamiento y la reputación de Comunitat Valenciana.

OBSERVACIONES

Programa no iniciado

LE4P02 IMPULSO A LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**OBJETIVO**

Conectar los intereses y motivaciones de la demanda a las particularidades de la oferta turística de la Comunitat Valenciana. Para ello se contempla innovar y modernizar los productos turísticos propiamente valencianos e identificar las imágenes que los mercados asocian a la Comunitat Valenciana para, con las herramientas de comunicación, redirigir o enfatizar el mensaje.

OBSERVACIONES

Programa no iniciado

LE4P03 CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTO DESESTACIONALIZADOR: CREATURISME**OBJETIVO**

Impulsar la diferenciación de la oferta turística y el desarrollo de productos para su paquetización y comercialización durante todo el año. CreaTurisme, basado en el concepto “Mediterráneo en Vivo” integra todos los productos turísticos de la Comunitat Valenciana diferenciándolos en función del nivel de madurez y de desarrollo en el mercado.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Marketing - Servicio de Producto y Territorio

ACTUACIONES

El programa CreaTurisme se desarrolla en torno a los tres ejes temáticos de Mediterráneo Activo y Deportivo, Mediterráneo Cultural y Mediterráneo Rural-Natural. Para la ejecución de las actuaciones se cuenta con el apoyo de tres empresas externas cuya contratación se centró en ejercer funciones de secretaría técnica de cada eje.

A partir de la declaración de pandemia se reconvirtieron todas las acciones presenciales de promoción de producto y de gestión e impulso del programa, rediseñándolas y planteándolas en entornos virtuales y el trabajo se centró en incrementar la visibilidad online y en estrechar el contacto con el sector. También se estuvo en comunicación con los técnicos de producto de otros destinos, así como con operadores y medios de comunicación colaboradores internacionales para aportar información sobre la evolución del mercado turístico en los productos. Paralelamente se aprovechó ese periodo para mejorar las herramientas online propias y también colaborar con otros departamentos en la revisión y mejora de los contenidos del portal turístico de la Comunitat Valenciana.

Durante este periodo se continuó con las tareas iniciadas el ejercicio derivadas de la adhesión de empresas al programa, revisión del cumplimiento de los criterios de adhesión, mantenimiento bases de datos de operadores y medios especializados, elaboración de contenidos para la web del programa (<https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>) y los distintos microsites de producto publicados así como para artículos de prensa. Además se realizaron las siguientes acciones:

- Adhesión de empresas CreaTurisme: se formalizaron 404 adhesiones, que alcanzó las 672 entidades adheridas (857 adhesiones). Por línea de trabajo se formalizaron 107 adhesiones a Mediterráneo Activo, 215 a Mediterráneo Cultural y 82 a Mediterráneo Natural-Rural.
- Newsletters: elaboración de contenidos y envío de 3 boletines mensuales online para las empresas adheridas a los tres ejes de CreaTurisme.



- Colaboración con el Área de Formación para la realización de cursos para las empresas con más de 40 webinars relacionados con el COVID-19. Además, se programaron cursos específicos sobre determinados productos turísticos dirigidos a la mejora de competencias del sector empresarial, y que se han impartido a través de la red CdT.
- Formación online dirigida a mejorar e incrementar la calidad de las experiencias publicadas en la plataforma <https://www.experienciascv.es>
- Workshops online entre empresas CreaTurisme y AAVV asociadas a AEVAV: presentaciones/workshops online donde se dio a conocer a las agencias de viajes valencianas los productos turísticos impulsados desde CreaTurisme.



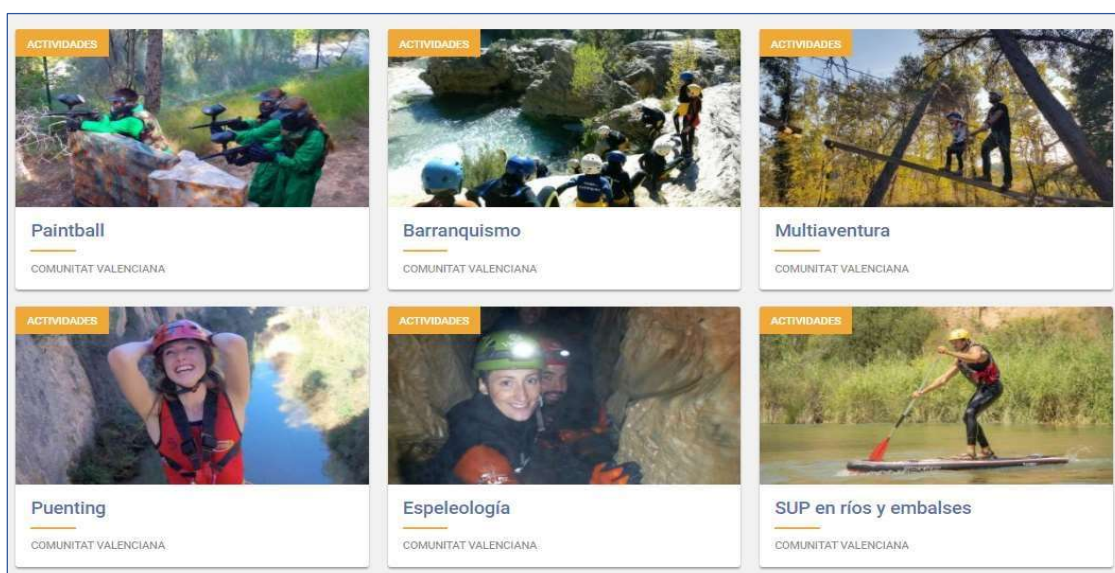
- Creación de presentaciones B2B de las distintas líneas de productos para la promoción en mercados exteriores y su distribución a través de las OETs.
- Asistencia a ferias generalistas:

- Participación de Creaturisme en *Fitur* (22- 26 de enero, Madrid), con mostradores tematizados para cada uno de los cuatro grupos de producto, así como mesas de reunión, las cuales fueron utilizadas por más de 110 coexpositores y que produjeron una cantidad estimada de 465 reuniones.
- Navartur, celebrada en febrero contó con una presentación de todas las líneas de producto incluidas en Creaturisme, así como la participación en reuniones B2B y también AAVV de la ciudad de Pamplona.
- Otras ferias online (Feria de Turismo organizada por el Corte Inglés, Fira de Cocentaina, Feria VRSpagna en Italia, Feria de las Comarcas, etc.).



Microsites de producto: se continuó con el desarrollo de contenidos para su difusión a través de microsites para cada uno de los grupos de producto.

Todas ellas cuentan con un sistema de gestión y estética similar, y concentran los contenidos disponibles sobre cada producto en un único espacio bajo una url propia, lo que mejora y facilita su posicionamiento. Estos microsites incluyen información de los recursos turísticos vinculados a cada producto y difunden las publicaciones en formato digital existentes, así como el material gráfico y audiovisual. Los microsites también están vinculados con la web de Experienciascv.com ya que incluyen las ofertas experienciales correspondientes con la temática del microsite, mostrándose solamente las ofertas ofrecidas por las empresas adheridas a CreaTurisme. Y por último incluyen un blog donde se abre la participación al sector turístico.



Mejoraron los contenidos y el funcionamiento general de la aplicación y de las 11 microsites activas:

- www.ruta-seda.comunitatvalenciana.com
- www.borgia.comunitatvalenciana.com

- www.ruta-grial.comunitatvalenciana.com
- www.caminsdedinosaures.com
- www.agroturismo.comunitatvalenciana.com
- www.birding.comunitatvalenciana.com
- www.ecoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.enoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.activo.comunitatvalenciana.com
- www.diving.comunitatvalenciana.com
- www.cicloturismo.comunitatvalenciana.com
- www.oliveresmillenaries.com (en colaboración con Cataluña y la Mancomunitat Taula delSénia).

También se han publicado 3 nuevas microsites:

- www.nautica.comunitatvalenciana.com
- www.artcontemporaneo.comunitatvalenciana.com
- www.learningspanish.comunitatvalenciana.com

Además se publicó una microsite con la información del programa bajo la url <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com> el cual incluye toda la documentación, así como los formularios para solicitar la adhesión a los distintos programas.

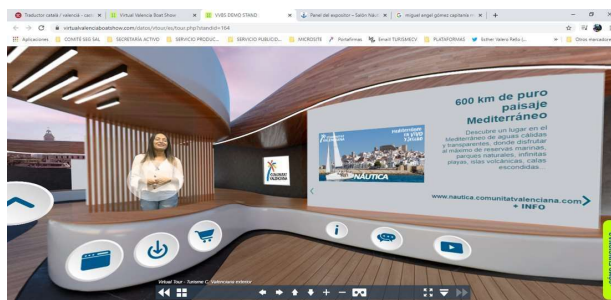
Adicionalmente se desarrollaron contenidos para otras microsites: turismo musical y turismo deportivo y soporte para el programa de turismo gastronómico L'Exquisit Mediterrani.

En conjunto, la red de microsites recibió 53.700 visitas, con 2,2 páginas por sesión y una tasa de rebote del 54%. Más del 63% de las visitas provienen de búsqueda orgánica y un 10% de referentes.

MEDITERRÁNEO ACTIVO/DEPORTIVO

Náutico y acuáticas:

>> Asistencia a Ferias especializadas: *Virtual Valencia Boat Show* (del 28/10- 01/11, Valencia). Turisme contó con el stand principal y coordinó otros 35 stands. workshop virtual para presentar la oferta de 13 empresas.



>> Presentaciones del producto: *Boot* (18/01, Düsseldorf, Alemania): presentación en el stand de Puertos del Estado, en colaboración con la Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana.

>> Formación al sector:

- Webinar “Adaptación para reapertura post Covid19 de los puertos turísticos”. integrada en el programa “Prepárate para volver” impartido por la red CdT. Coordinación de contenidos y ponentes.
- Curso presencial “Claves para la promoción del turismo náutico en web y publicaciones”
- Jornada “Turismo Náutico Sostenible” (29/10, Valencia): En el marco de la feria Virtual Valencia Boat Show, en colaboración con la Agrupación de Puertos Deportivos y la Dirección General de Medio Natural.

>> Publicidad y publicaciones: contenidos para los artículos en las revistas Boote (Alemania), Yatch (República Checa), Náutica (Italia) y Ocean 7 (Austria) y para la revista española Destinos.

>> Reuniones de coordinación: *Grupo Técnico de Trabajo Actividades Náuticas Comunitat Valenciana* (25/11): Constitución y coordinación. Participa la Administración General del Estado (Capitanías Marítimas provinciales de la DG Marina Mercante; así como los Servicios Provinciales de Costas de la DG de la Costa y el Mar), la GVA (Servicio Explotación de Puertos de la DG Puertos; Servicio de Gestión Espacios Naturales Protegidos de la DG Medio Natural, y la SG de Pesca) y la Federación Valenciana de Municipios y Provincias.

>> Reuniones: con la Subdirección de Puertos de la Generalitat, Servicio de Gestión de Espacios Naturales Protegidos, Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana, y empresas adheridas al programa Turismo Náutico.

Buceo:

>> Formación al sector

- Webinar “Adaptación para reapertura post Covid19 de los centros de buceo”: integrada en el programa “Prepárate para volver” impartido por la red CdT.
- Artículo “Ecoturismo Acuático2 para Magazine TurismeCV
- Curso presencial “Ecoguias; formación de guías de buceo”

>> Publicidad y publicaciones

- Adaptación del mapa de inmersiones a idiomas.
- Artículos de turismo buceo en revistas especializadas para revista española Oxígeno.

>> Soportes para la promoción turística: Compra vídeos subacuáticos de las principales zonas de buceo de la Comunitat Valenciana.

>> Reuniones de coordinación: Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana y empresas adheridas al programa.

Cicloturismo:

>> Asistencia a Ferias especializadas: *Fiets en Wandelbeurs* (14-16/02, Gante).

>> Soportes para la promoción turística

- Creación de la nueva guía Vías verdes Comunitat Valenciana con 13 Vías Verdes en siete idiomas
- Contenidos Microsite Cicloturismo Comunitat Valenciana.
- Participación en dos programas de radio Cadena SER

>> Publicidad y publicaciones: Artículos de Cicloturismo en diversos medios.

>> Reuniones de coordinación con empresas adheridas en el marco del plan de dinamización y

gobernanza Terres del Maestrat.

Activo

>> Asistencia a Fiets en Wandelbeurs (2-3/02, Gante)

>> Soportes para la promoción turística

- Contenidos para el microsite de turismo activo de la Comunitat Valenciana.
- Participación en tres programas de radio Cadena SER

>> Publicidad y publicaciones: *Artículos de Cicloturismo en diversos medios.*

>> Reuniones de coordinación

- Coordinación webinar Seminario de trabajo de turismo activo 2020 junto con la Asociación turismo activo Comunitat Valenciana (CV Activa).
- Coordinación III jornadas Turismo Activo (CV Activa).
- Reuniones con la Consellería de Educación, cultura y deporte.
- Reunión con Confederación Hidrográfica del Júcar, Parque Natural Hoces del Cabriel y Asociación AJUCAR.

Deportivo:

>> Reuniones de coordinación: Con la Dirección General de Deporte, Asociación Trinidad Alfonso y diferentes promotores y empresas de turismo deportivo.

MEDITERRÁNEO TURISMO NATURAL Y RURAL



Turismo ornitológico:

- >> Formación: jornada online dirigida a la Red de Tourist Info
- >> Compra de planos de vídeo de diferentes especies de aves, hábitats y "birders".
- >> Reuniones de coordinación con la Asociación de guías birding y otros representantes.
- >> Difusión en medios: artículos en Birdwatch y Birdwatching y grabación de programas de radio (Cadena SER).

Turismo de jardines: Fruto de la realización de un Press trip para la redactora de la revista L'Art des Jardins (Francia) para recorrer diferentes jardines de la Comunitat Valenciana (Palmeral Elx, l'Albarda, y jardines de la ciudad de València), se publicó el artículo "Balade de Valence à Alicante".

Agroturismo y enoturismo: Se participó en webinars de creación de producto relacionado con el agroturismo. Reuniones de los comités de producto de agroturismo y enoturismo para diseñar el plan de acción para el producto.

Ecoturismo: reuniones con responsables de la DG de Medio Natural, y con comité de producto de ecoturismo para trazar las líneas de acción en este producto. Participación en la Reunión Seminario de Ecoturismo convocado por la Secretaría de Estado de Turismo, reuniones de proyectos europeos relacionados con el medio natural y el turismo como es el proyecto TUNE UP Marina Albufera.

Camins de Dinosaurios: desarrollo de contenidos. Celebración de la reunión anual del comité de producto de Camins de Dinosaurios.

Art rupestre de la Comunitat Valenciana: revisión de la web elaborada por la Universitat de València dedicada al arte rupestre de la Comunitat Valenciana fruto del convenio de colaboración entre ambas entidades. Registro de la marca y logo.

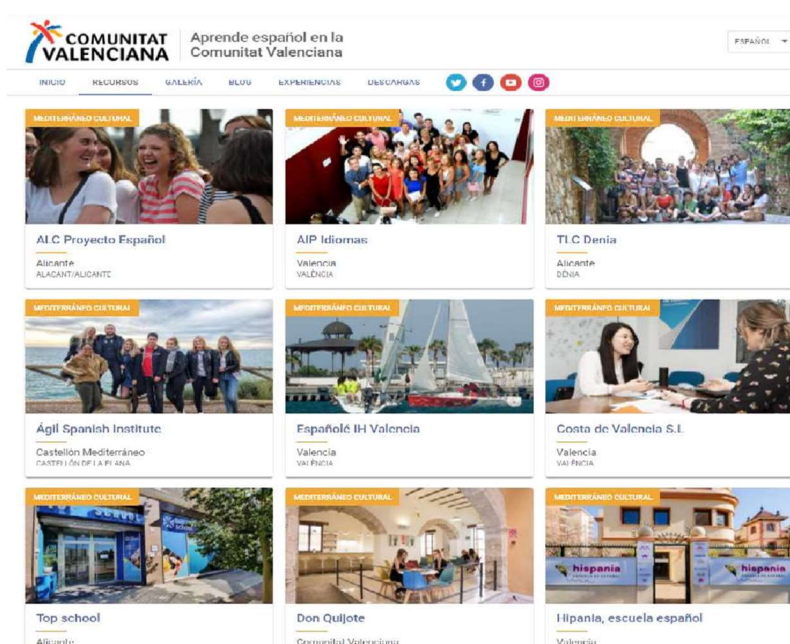
MEDITERRÁNEO CULTURAL

Incluye los productos relacionados con el turismo de cultural como: Ruta de la Seda, Territorio Borgia, Ruta del Grial, Red de Centros de Arte Contemporáneo, Turismo Musical y Turismo Idiomático. Así como otras propuestas de turismo cultural en general.

Turismo cultural: contacto con agencias de viajes, guías de turismo, museos y otros recursos culturales, ayuntamientos, etc. Se adhirieron 27 empresas de actividad, 26 AAVV y 18 guías de turismo.

Turismo idiomático: Elaboración de protocolos y contacto con empresas. Se adhirieron todas las Escuelas de Español como Lengua Extranjera integradas en Fedele CV.

Semana Digital del español:



En sustitución a las actividades presenciales se celebró este evento online como punto de encuentro. Durante cinco días se ofrecieron actividades educativas, académicas y de debate sobre el español como lengua extranjera. Turisme colaboró en aspectos relativos a la presencia de la Comunitat Valenciana en las jornadas

Ruta de la Seda: En colaboración con el Centro UNESCO-Valencia, y en el marco del convenio firmado con Turisme, se realizaron dos actividades relacionadas con la Ruta de la Seda.

Realización de la “Jornada de la Ruta de la Seda por/con la diversidad funcional”. La jornada contó con la participación de siete centros ocupacionales (Segorbe, Nules, Valencia, Burjassot, Gandía, Pego y Oliva).

Celebración de la XVI MULTAQ, CONFERENCIA INTERNACIONAL MEDITERRÁNEA, que este año tenía como lema Las Rutas de turismo como caminos de hospitalidad (Seda y Grial) Celebración de la XVI Multaqa, Conferencia Internacional Mediterránea. Turisme colaboró en la organización y participando en eventos como el encuentro de culturas por la paz y la concordia en el mediterráneo y la Ruta de la Seda, con la participación de colectivos cristianos, musulmanes, hebreos, hindúes y budistas.

En colaboración con el Instituto Seda España, se colaboró con el Instituto Seda España en el desarrollo de la Plataforma Inteligente RS3 RUTA DE LA SEDA CV, que integra los municipios de Algemés, Buñol, Requena, Carcaixent y Ribarroja del Turia, y cuyo objetivo constituirse en la primera Ruta temática inteligente a nivel internacional con contenidos de la Ruta de la Seda.

Territorio Borgia: Creación de contenidos para reportaje sobre Territorio Borgia en la revista Muy Historia y convenios de colaboración de marketing con Gandía y Xàtiva.

Ruta del Grial: Desarrollo de un plan de acción específico ya que empezó el año jubilar, distinción a la ciudad de Valencia que se celebra cada 5 años. Contratación de los contenidos para una futura Ruta del Grial.

Otras acciones desarrolladas

- Creación de contenidos para reportaje sobre la Ruta del Grial en la revista National Geographic.
- Coordinación en los proyectos de obras conmemorativas en Barracas y Massamagrell.
- Participación en Programa radio Cruce de Caminos. Universidad Politécnica Valenciana y en Onda Cero y la Cadena Ser.
- Visita teatralizada Sagunto.
- -Coordinación del traslado de la obra conmemorativa de la Ruta del Grial a FITUR

Turismo Musical – Mediterranean Musix:

- >> Asistencia a FITUR FESTIVALES 2020 por tercer año consecutivo con un stand de 36m2. En nuestro stand solicitó su presencia la SMCV y SPAIN IS MUSIC.
- >> Colaboración con las Consellería de Sanidad Universal y Salud Pública, Respuesta a las Emergencias y Cultura en la elaboración de las medidas de seguridad y aforos a aplicar en el sector de la música.
- >> Participación en webinars sobre la música en tiempos de pandemia organizados por asociaciones (Musica proCV y Profest) y empresas (Sagarmanta, Monkeyweeeek, Simpathy for the lawier...)
- >> Presencia en Feria BIME, en el Palacio de Euskoalduna de Bilbao, con un stand que albergó a los 27 empresarios.
- >> Participación en el encuentro de la Cultura Chilena CECH y ponencia para explicar la evolución de las marcas bajo el paraguas de Mediterranean Musix.
- >> Jornadas Turismo e Industria Musical (TIIM) realizadas en colaboración con MusicaProCv. Por segundo año consecutivo, se realizó un encuentro entre la industria musical y la turística. En esta ocasión se realizó en el salón de actos del museo de las ciencias de CAC, con aforo completo y muy buena respuesta de ambos sectores.
- >> Reorganización de la marca paraguas Mediterranean Musix en 4 grandes certificados para dar cabida a los eventos que han mostrado interés en adherirse: Mediterranean Gran Fest, Mediterranean Fest, Mediterranean Fest lite y Mediterranean Experience albergaran a más de 60 festivales.

Otros temas culturales:

- >> Capital Cultural CV: Participación en calidad de vocal en la Comisión de valoración de la capital

cultural de la Comunitat Valenciana, creada por la Secretària Autonòmica de Cultura i Esport, para valorar las candidaturas presentadas en las dos categorías: capital cultural de municipios de menos y más de 5.000 habitantes. Las candidaturas que se impusieron como capitales culturales de la Comunitat Valenciana para 2021 fueron las de Alcoi y Chelva.

- >> Curso de especialización en Turismo Cultural: En su 19 edición, organizado por la Fundación Cañada Blanch, con el patrocinio de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte, y la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana y la FVMP, Turisme colaboró desde el Comité Organizador, a través de ponencias y organizando las tres visitas-taller. En 2020 Turisme se encargó de sustituir estas tres visitas por tres jornadas online.



- >> Memoria democrática: Turisme colaboró en el Curso de Memoria Democrática celebrado en Elda, resultado de la colaboración con la Universidad de Alicante, facilitando ponentes del sector privado. Participación en la sesión de trabajo organizada por la FVMP. Se realizó una visita al Centro de Interpretación de la Línea XYZ de Almenara.

- >> Itinerarios Jaume I: Participación en el grupo de trabajo creado para el impulso a la comercialización de las Rutas de Jaume I en el que participan agencias de viajes, asociaciones, guías de turismo, etc.
- >> Rutas de los Cátaros: Reuniones para estudiar la viabilidad del producto y la posibilidad, en coordinación con la UJI, de desarrollar un Itinerario Cultural Europeo.
- >> Asamblea del Club de Producto Turístico Castillos y Palacios de España: Dirigida a los socios y a las administraciones turísticas, para conocer las acciones a llevar a cabo con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña. Asistencia de Turisme y gestiones para su adhesión a Creaturisme. Participación en una mesa redonda de turismo cultural organizada por la Universitat de València, junto a empresas y otras instituciones. Redacción de textos para reportajes en las revistas Aggentravel y Hosteltur y participación en la radio, Cadena SER, promocionando la ruta de los castillos del Vinalopó. Participación en grupos visitas guiadas ofrecidas por el sector.

L'EXQUISIT MEDITERRANI

Convenio UA "Gasterra": Potenciación del producto gastronómico, su creatividad y análisis científico: Investigación, transferencia del conocimiento, divulgación científica, formación o recopilación de datos y contenidos en materia de gastronomía y producto turístico gastronómico de la Comunidad Valenciana. Acciones desarrolladas:

- >> Acciones en materia de historia, globalización, turismo y alta cocina alrededor del arroz: Realización de un curso de experto universitario y/o actividades complementarias.
- >> Acciones en materia de tecnología de la cocina o la sala y recopilación de contenidos de interés gastronómico: Realización de un programa tecnológico (cocina y/o sala) y generación

de contenidos para el “*Vademecum de la cocina valenciana”.

- >> Acciones de investigación y creación de instrumentos para la planificación del turismo gastronómico: Investigación y trabajo de campo para la implementación territorial del “Mapa de la Cadena de Valor del Turismo Gastronómico de la Comunidad Valenciana”.

Cocinas Solidarias: Colaboración con diferentes organizaciones no gubernamentales en la elaboración de menús para personas sin recursos durante el periodo de confinamiento.

Convenio Feria Valencia: Para la organización de la feria Mediterránea Gastrónoma

- >> Participación en FITUR: Organización y coordinación de los espacios de Showcooking, catas y el espacio expositivo temático de gastronomía de Creaturisme.

- >> Acciones promocionales y colaboraciones

- Alicante Ciudad del Arroz.
- Concurso Trufa Andilla.
- Congreso Alcachofa Almoradí.
- Día europeo del enoturismo.
- Feria el Corte Inglés.
- Gala wikipaella.
- Gastrorribera KM 0.
- Jornadas platos de cuchara.
- Madrid Fusión.
- Worl Paella Day.
- Valencia Culinary Festival
- Colaboración con la revista de Unión de Consumidores (Consuce)

- >> Formación

- Curso online “Introducción y Marketing del turismo gastronómico” ofrecido por el BasqueCulinary.
- Talleres: “5 RETOS para remontar COVID19: enogastroturismo”.
- Talleres: “Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online”.
- Participación en conferencias.

- >> Potenciación de la Red Gastroturística l’Exquisit Mediterrani: Entidades adheridas: 27 destinos y entidades.

LE4P04 PUBLICIDAD OMNISCANAL (ONLINE Y OFFLINE)

OBJETIVO

Difundir un mensaje coherente a través de los diferentes canales de comunicación para impactar en las audiencias objetivo, teniendo en cuenta la actual situación generada por la madurez del entorno digital, sin olvidar el entorno offline, para que ambos mundos se retroalimenten y favorezcan una mejor relación con el cliente (omniscanal)

- Área de Marketing

REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD

A la tradicional línea de comunicación basada en publicaciones impresas se suma cada vez con más fuerza la comunicación online como una vía eficaz de promocionar la Comunitat Valenciana.

El portal turístico www.comunitatvalenciana.com, las redes sociales, la movilidad y el uso de formatos multimedia, fomentan e incrementan el compromiso y fidelización con la marca Comunitat Valenciana. A esto hay que añadir la publicidad a través de campañas de comunicación, con una difusión a través de una combinación de medios, acciones *branded content* o inserciones directas en medios de comunicación.



Campañas de publicidad: se realizaron acciones incluidas en la campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional del expediente TCV 13/17.

>> Campaña de publicidad autonómica y nacional: que se vio afectada por un receso debido a la crisis sanitaria. Las actuaciones se

realizaron en dos periodos: de enero hasta marzo basado en criterios de desestacionalización y a partir de julio, centrado en mensajes y adaptaciones gráficas enfocadas al periodo vacacional.

Metro Madrid Alonso Martínez



Comprendió actuaciones en televisión, radio, prensa y revistas, online, exterior y cine, teniendo en cuenta la estrategia de productos de Turisme y los mercados nacionales de interés, conjugando los soportes publicitarios de Mediterráneo en Vivo.

La campaña de publicidad autonómica y nacional, con datos del estudio de notoriedad realizado en agosto-septiembre de 2020, obtuvo un impacto del 57% y una valoración de 8,1 por encima de benchmark (6,9). El medio de comunicación en el que más se recordó de la campaña sigue siendo la televisión (97%).

>> Campaña de publicidad internacional: La campaña se desarrolló desde el 1 de enero hasta el 23 de julio, y se planteó una estrategia multimedia en soportes offline y en medios digitales, combinando acciones de contenidos con publicidad convencional. A través del mix de medios la



campaña tuvo presencia en Reino Unido, Alemania, Francia, China, Holanda, Países Nórdicos y Polonia; con actuaciones en prensa y soportes digitales (operadoresturísticos, prensa especializada en viajes, etc.). Dentro de esta campaña, se realizaron actuaciones publicitarias focalizadas en mercados y situaciones concretas sirviendo de ejemplo la campaña de medios destinada al mercado británico con motivo de la situación de incertidumbre provocada por las noticias referentes al temporal “Gloria.

>> Actuación en el Maratón de Valencia: es el segundo evento de Valencia tras

las Fallas, generando un gasto turístico de 23 millones de euros y más de 226.000 pernoctaciones en su última edición, con participantes de más de 100 nacionalidades. La campaña llevó como mensaje “Valencia te espera. Turisme colaboró con las siguientes acciones publicitarias:

- Presencia de logo en ruedas de prensa, en la carpeta oficial del evento, en el reloj de meta y el crono del coche de carrera
- Dos páginas completas de publicidad en la revista/libro oficial del 40 aniversario del Maratón.
- Recorrido turístico con fotografías de la Comunitat Valenciana en los puntos kilométricos del Maratón.
- Presencia en distintos canales en la retransmisión en TV

Diseño creativities: Contratación de un servicio para la realización de la creatividad y producción de soportes publicitarios para una campaña de publicidad nacional e internacional para la difusión de la oferta turística de la Comunitat Valenciana. Se llevó adelante la estrategia creativa, la confección de los guiones de los spots, el rodaje del material para la confección de los spots de 1 minuto y parte de los spots de producto y la realización de las fotografías de campaña.

Ampliación de los derechos de locución, música, modelos y adaptación de los spots de Mediterráneo en Vivo para garantizar la correcta difusión en los diferentes soportes que forman parte de las campañas turísticas de la Comunitat Valenciana, tanto en el ámbito nacional como internacional.

- Ampliación derechos musicales un año, nacional e internacional
- Ampliación derechos de locución para la campaña nacional del spot genérico de 20”,

interior 20'' y cultural 20'', tanto en castellano como en valenciano.

- Cuña genérica 20'', castellano y valenciano
- Derechos de imágenes de actores para TV y gráfica durante un año de 6 modelos jóvenes Denia, 2 modelos Montanejos, 2 modelos LGBT y un modelo Bodega.

Servicio de locución y sonorización de videos en idiomas internacionales: Mediante este contrato se realizaron locuciones y sonorizaciones de diversos vídeos editados y guionizados con el fin de trasladar un mensaje responsable, "ME QUEDO EN CASA", a la vez que se emplazaba a los turistas a volver a la Comunitat Valenciana cuando la crisis acabara. Estos vídeos se locutaron en inglés, alemán, francés, italiano y portugués.

Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística: Se continuó colaborando en la realización de paneles para Ferias, algunas de las cuales se vieron suspendidas con el Estado de Alarma. Además, se realizaron varias ferias virtuales a las que se ha aportado también material gráfico.

MARKETING ON LINE

Las acciones de marketing online se basan en tres ejes fundamentalmente:

- El Portal Turístico www.comunitatvalenciana.com, es la interface web multicanal y responsive dotado de inteligencia Web que presenta los contenidos turísticos de la Comunitat Valenciana
- Estrategia de Marketing Online, abarca las acciones de marketing de contenidos de forma global, la gestión de las distintas redes sociales que la componen, así como el diseño y la ejecución de acciones de publicidad digital para el destino Comunitat Valenciana en mercados nacionales, e internacionales incluyendo mercados remotos como son China y Rusia.
- Red de Webcams de la Comunitat Valenciana, que es la retransmisión a Internet de video en tiempo real de los principales recursos y destinos de la Comunitat Valenciana.

Portal turístico www.comunitatvalenciana.com:



En mayo se presentó su nueva versión con nueva imagen, nueva tecnología, nuevos contenidos y secciones, y nueva estrategia, se trata del Sistema de Gestión Integral del Destino Comunitat Valenciana, herramienta omnicanal, que permite el acceso a los contenidos desde cualquier tipo de dispositivo, y que está formado por los siguientes elementos.

Ofrece contenido recomendado y personalizado según criterios de navegación o idioma, entre otros, a través del Travel Planner el viajero tiene la posibilidad de organizar su viaje, la Plataforma

Profesional permite la gestión de la información turística a terceros, los recursos se almacenan en la Enciclopedia de Contenido que permite el almacenamiento centralizado y la distribución de los elementos multimedia al SGIDCV y a terceros y se ha sincronizado con otras bases de datos, ofrece los contenidos del propio portal y el geoportal, así como las bases de datos del antiguo Winsitur la de Experiencias de la Comunitat Valenciana el Registro Oficial de Empresas.

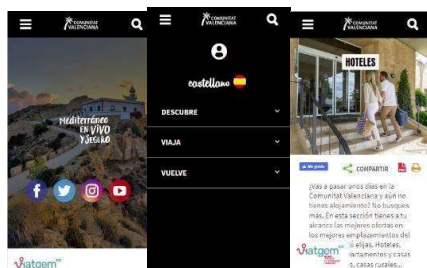
www.comunitatvalenciana.com recibió algo más de 2,4 millones de visitas de casi 900.000 usuarios procedentes principalmente de España (70,34%) y de los mercados emisores más consolidados para la Comunitat Valenciana, como son Francia (4,38%), Reino Unido (4,89%), Alemania (5,18%), Bélgica (2,12%) y Holanda (1,68%); si bien cabe destacar que las visitas al portal desde Estados Unidos (3,15%) continúan un año más por delante de Bélgica y Holanda. Las visitas procedieron de 209 países distintos.

La distribución de los usuarios atendiendo a las versiones idiomáticas del portal indica un ligero aumento en las visitas al portal, en español, valenciano y francés, y un descenso en las correspondientes a los idiomas inglés y alemán, debido al cambio de motivaciones por la pandemia.

Anexo - Tabla 24 Distribución de los usuarios atendiendo a las versiones idiomáticas del portal

En cuanto el medio de acceso al portal durante el 2020 se produjo un cambio de tendencia en el uso de los dispositivos móviles, aumentando su uso notablemente frente al ordenador, siendo el dispositivo móvil el medio más utilizado para acceder al portal en la actualidad.

Anexo – Tabla 25 Distribución de los usuarios en cuanto el medio de acceso a www.comunitatvalenciana.com y Tabla 26 Distribución de los suscriptores por idiomas



Casi un 39% de las páginas visitadas fueron contenidos relacionados con la red de Webcams de la Comunitat Valenciana, con un ligero aumento sobre al año anterior, mientras que los contenidos de Agenda no llegaron al 2%, ya que la totalidad de la actividad de eventos estuvo paralizada.

En cuanto al boletín turístico, el número total de suscriptores activos fue de algo más de 14.000.

Estrategia de Marketing Online

Se inició en Mayo y está previsto que dure 24 meses de duración.

>> Estrategia en redes sociales: Dada la irrupción de la crisis sanitaria, se lanzaron varias dinámicas en RRSS pensadas para mantener el interés por nuestro destino a la expectativa de ver la evolución del mercado.



La actividad en redes se estructuró en tres fases bajo el eje creativo de #SueñaElMediterráneoEnVivo con el fin de seguir en la mente de los turistas, especialmente en el mercado nacional.

Anexo – Tabla 27 Contenidos publicados en RRSS con el hashtag #SueñaElMediterráneoEnVivo.

Dentro de la campaña #SueñaElMediterráneoEnVivo se posteó en todas las RRSS píldoras de vídeos de productos turísticos como Cicloturismo, Buceo, Birdwatching, Montaña, etc.

- Vuelve a pedalear: <https://youtu.be/Qw9ezUnurXQ>
- Vuelve a bucear: <https://youtu.be/CWQpLGjxIEs>
- Vuelve a observar aves (Birdwatching): <https://youtu.be/eMyk6AHMKe4>
- Vuelve a mojarte: <https://youtu.be/oXZ4fpCa0Es>
- Vuelve a ir a la montaña: <https://youtu.be/unuc06SpZEo>
- Vuelve a vivir la ciudad: <https://youtu.be/IT9mZfOudFM>
- Vuelve a sentir la brisa (playas): <https://youtu.be/Wkxf87vpUaQ>
- Vuelve al pueblo: <https://youtu.be/xNlx4z5yWlk>

El alcance que se consiguió fue de 20.600 usuarios impactados en Facebook, 3.207 en Twitter y 55.000 Instagram. En una primera fase de la crisis Turisme invitó a los seguidores a compartir las mejores vistas de la Comunitat Valenciana desde sus balcones bajo el hashtag #DesdeMiBalcón.



En la segunda fase, lanzó una batería de microvídeos de todos los productos turísticos prioritarios: Playas, Cultura, Gastronomía, Birdwatching... bajo el hashtag #VuelveASoñar

Y, por último, se preparó la temporada de verano con los microvídeos de destino #AquíTeEsperoy una dinámica de juego con los usuarios en el que se les retaba a descubrir destinos de cine en la Comunitat Valenciana bajo el hashtag #DestinosDeCine.

Desde el perfil principal en FB se dio difusión a todas las iniciativas llevadas a cabo por la red de Tourist Info (visitas virtuales 360º, juegos, retos, galerías, dinámicas, trailers...). Con dichas acciones se consiguió alcanzar un crecimiento del número de seguidores en las distintas RRSS que se detalla a continuación: 4.372 nuevos seguidores en Facebook, 1.201 en Twitter y 6.026 en Instagram.

Red de Webcams: La Red de Webcams de la Comunitat Valenciana, 76 cámaras distribuidas a lo largo de toda la Comunitat, rozó el millón de visitantes durante este año. Con el fin de mejorar la calidad del servicio y ofrecer una experiencia de calidad a los usuarios, se realizaron las siguientes actuaciones:



Se adjudicó el concurso de mantenimiento en el que se incluyó la renovación completa de las cámaras, a razón de 19 equipos por anualidad. Se instalaron las primeras 19 cámaras, mejorando en tecnología y con ello en la calidad de la imagen, e implementando el sistema de autolimpieza programado para que se realice periódicamente, y con la posibilidad de forzar la limpieza en caso necesario.

APLICACIÓN DEL SISTEMA DE AUTOLIMPIEZA



Se tramitaron 28 peticiones con el fin de mejorar las conexiones de los equipos y conseguir conexiones rápidas y estables que permitan la reproducción en streaming.

Se finalizó el periodo con 3 webcams, Sant Mateu, Burriana y Cocentaina, publicadas en el portal, en modo piloto, en versión streaming, se implementó el video Timelapse, que reproduce las 24 horas del día anterior en apenas un minuto y medio.

COMUNICACIÓN OFFLINE

Reimpresiones: concurso público de reimpresiones de las publicaciones actualizando tanto la información como la imagen de portada de las publicaciones no adaptadas hasta el momento.



>> Publicaciones genéricas: Guía genérica de la Comunitat Valenciana (en castellano, inglés, francés, alemán, holandés, chino e italiano) y Catálogo de experiencias (en castellano, inglés, francés y chino).

- >> Flyers culturales: Territorio Borgia (castellano), Camins de Dinosaurios (castellano, valenciano e inglés), Ruta del Grial (inglés y francés) y Ruta de la Seda (castellano).
- >> Flyers temáticos: Destino acogedor, Gastronomía e Interior, todos en castellano e inglés.
- >> Cartografía: Plano de Valencia (castellano/inglés, francés/alemán), mapa turístico de la Comunitat Valenciana (castellano /ingles) y mapa de inmersiones y buceo (inglés/francés).
- >> Guías temáticas: de cicloturismo, Turismo activo y de naturaleza, rutas y senderismo.

Diseño nuevas ediciones: con el apoyo del Instituto Cartográfico Valenciano de la Generalitat, se contrató la realización de nueva cartografía para actualizarla base y renovar el diseño de dichas publicaciones, así como una amplia colección de pictogramas de recursos turísticos y concretamente:

- Plano de ciudades (València, Alacant, Castelló de la Plana) en castellano e inglés.
- Mapa genérico de la Comunitat Valenciana en castellano e inglés.
- Pictogramas recursos turísticos.

Banners nueva web: renovación de la web turística y para ello se han creado numerosos banners con una imagen renovada y más actual.

Banco de imágenes turísticas y nueva línea de publicaciones: Cesión de imágenes para entes públicos y medios de comunicación: siguiendo la línea de colaboración con agentes externos. En 2020, se presentó el servicio gratuito de cesión de imágenes a organismos y empresas del sector, así como a medios de comunicación especializados en turismo, tanto dentro como fuera de España.



Edición de publicaciones para su uso en acciones de venta y otros puntos de recepción de visitantes que data de una licitación de 2008. Se puso en marcha un concurso público para la contratación de la creación de contenidos, diseño, maquetación e impresión de publicaciones turísticas de la Comunitat Valenciana.

Se trata de un trabajo integral de creación de material gráfico turístico como herramienta de comunicación y marketing y su posterior impresión a desarrollar entre 2021 y 2022.

LE4P05

RELACIONES CON INTERMEDIARIOS, MEDIOS E INFLUENCERS

OBJETIVO

Desarrollar un contacto más personalizado con canales intermediarios para que prescriban la Comunitat Valenciana. Establecer soportes de comunicación que enfatizen el valor del producto

turístico asentado en la identidad cultural y natural del territorio y dotar a la oferta de nuevas herramientas que potencien su visibilidad en el mercado turístico.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Marketing – Servicio de promoción turística

ACTUACIONES

ACCIONES PROMOCIONALES

Las acciones promocionales se vieron reducidas consecuencia de las crisis higiénico sanitaria, a pesar de ello, las actuaciones que se hicieron fueron:

- presencia en certámenes nacionales e internacionales
Anexo - Tabla 28 y 29 Acciones promocionales en certámenes nacionales e internacionales
- workshops, jornadas inversas y presentaciones
Anexo - Tabla 30 Acciones promocionales - Workshops, jornadas inversas, presentaciones
- webinnar
Anexo – Tabla 31 Acciones promocionales - WEBINARs
- viajes de prensa y familiarización
Anexo Tabla 32 Acciones promocionales - Viajes de prensa y familiarización
- acciones on line
Anexo – Tabla 33 Acciones promocionales – Acciones online
- productos y otras acciones
Anexo – Tabla 34 Acciones promocionales – Productos y otras

LE4P06

RELACIONES CON EL CLIENTE FINAL

OBJETIVO

Mejorar en la demanda el conocimiento de las experiencias y valores del turismo en la Comunitat Valenciana, potenciando la complementariedad de los productos turísticos según temporadas y segmentos. Posicionar, comunicar y promocionar la Comunitat Valenciana como destino mediterráneo, auténtico y singular.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Marketing - Servicio de Producto y Territorio

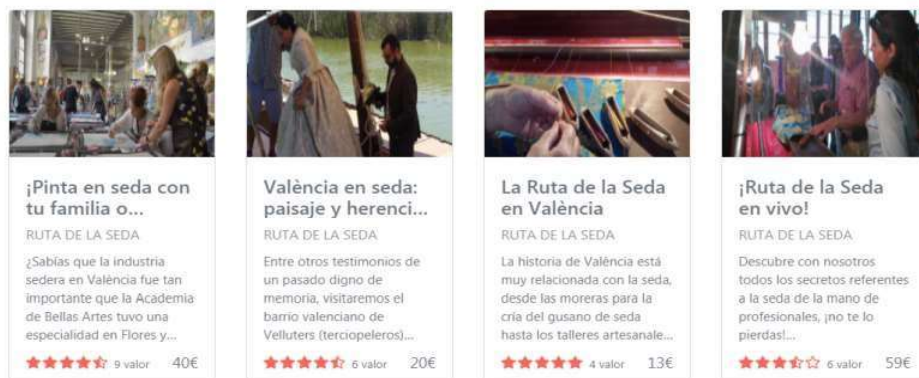
ACTUACIONES

EXPERIENCIAS CV

Experiencias CV, iniciado en 2017, constituye una plataforma abierta online y offline para la promoción y comercialización de experiencias turísticas que tienen lugar en la Comunitat Valenciana.

Se mejoró la funcionalidad de la plataforma, permitiendo la edición continua y directa, en tres idiomas (castellano/valenciano/inglés) por parte de las empresas turísticas e impulsando la actualización de la información. Una selección de ofertas experienciales creadas por las empresas adheridas a CreaTurisme en sus distintas líneas se incluyeron también en las páginas home de

todos los microsites de producto, además de potenciar su visibilidad en la plataforma de Experiencias CV.



>> Material Offline: Distribución de los catálogos de experiencias y que incluyen 325 experiencias repartidas en siete catálogos temáticos en castellano e inglés (con el objetivo de difundirlos en la red Tourist Info y los certámenes nacionales e internacionales en los que participe Turisme CV) bajo los siguientes títulos:

- Turismo Activo: 63 experiencias
- Náutica y buceo: 44 experiencias
- Cicloturismo: 30 experiencias
- Turismo Cultural: 75 experiencias
- Ecoturismo: 61 experiencias
- Enoturismo: 22 experiencias
- Agroturismo: 31 experiencias

Asimismo, se distribuyeron entre las oficinas de la Red Tourist Info carteles de vinilo y un *packaging* decorado y que contiene 200 postales, todos estos materiales incluyen códigos QR promocionando la descarga de la app ExperienciasCV.

>> Material online: Los soportes online de la plataforma ExperienciasCV incluyen la totalidad de las experiencias publicadas por las empresas, alcanzando las 800. En los soportes online la información se ofrece en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) y permiten una actualización continua, posibilitando la inclusión de nuevas empresas y experiencias, así como la actualización de los datos de las existentes. Los soportes online son los siguientes la Web www.experienciascv.es y la App móvil para dispositivos Android e IOS.

La plataforma web recibió más de 40.000 visitas. Cada visita ha visto una media de 3,25 ofertas y el porcentaje de rebote apenas supera el 6%. Casi el 65% de las visitas provenían de

referentes y más del 25% de la búsqueda orgánica. La app nativa acumula más de 10.000 instalaciones en Android y otras tantas en iOS.

LA GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO

La red Tourist Info cuenta con 217 oficinas de información turística y 21 puntos de Información turística adscritos, distribuidos territorialmente por toda la Comunitat Valenciana. Bajo la coordinación de Turisme en el marco del Programa de la Red Tourist Info, se desarrollan una serie de actuaciones dirigidas a mejorar la prestación del servicio al turista visitante y mantener una identidad corporativa así como una cobertura informativa homogénea.

Elementos de imagen corporativa: La Red Tourist Info cuenta con diferentes elementos corporativos (soportes de rotulación y señalización Tourist Info, mobiliario diverso, y otros instrumentos de imagen). Se completó el proceso de contratación bienal de los suministros.

- a) **Mobiliario de la Red Tourist Info:** se han considerado 34 elementos distintos atendiendo al Oficina Tipo, Oficina Espacio Natural, Oficina Edificio Histórico u Oficina Portátil. Se definió una serie de modelos, formatos y acabados conforme a la imagen corporativa con 22 elementos de rotulación y 4 de señalización, de aplicación las nuevas oficinas, al mantenimiento de las ya existentes y decálogos de calidad y elementos de zonificación de oficinas conforme a la Norma de calidad Q y el Sistema Integral de Calidad Turística en destinos.
- b) **Otros elementos de imagen:** 13 elementos de imagen corporativa destacando modelos de expositores de diferente tamaño, material de papelería, lápices de memoria y otros.

Asistencia y soporte a los destinos, empresas y entidades: Además de la asistencia en materia de calidad que ofrecen directamente los coordinadores, se prestó apoyo técnico directo a las entidades locales y a las oficinas que lo requirieron a través de los coordinadores territoriales y personal técnico: formación a medida, solución de incidencias, organización de encuentros, valoración y propuestas de mejora del servicio, procedimientos de trabajo, manejo de herramientas, etc.

Las acciones de asistencia técnica y coordinación han sido en su inmensa mayoría telefónicas, correo electrónico y reuniones on line. Se destacan las asistencias técnicas para la implantación del sistema de calidad de la Q del ICTE.

Por último, este año se han atendido, aunque en menor número que en 2019, peticiones masivas de material turístico impreso para su distribución en congresos, eventos, reuniones y establecimientos turísticos; y peticiones de material realizadas por las Oficinas de la Red Tourist Info. También se ha colaborado en la distribución entre las oficinas de la Red Tourist Info del material impreso editado por otras entidades, establecimientos y asociaciones de carácter turístico.

Proyectos de innovación: Se promovieron varios proyectos de innovación para el conjunto de la Red:



>>>Premio a la Innovación de la Red Tourist Info: reconoce la introducción en la prestación de la actividad habitual de la Oficina Tourist Info de una novedad en servicios, productos, procedimientos o instalaciones, dirigida a los turistas y que redunde en una mejor atención de los mismos. Se proclamaron ganadoras las Oficinas Tourist Anna y Tourist Info Quesa, con su proyecto conjunto «Señalización turística inteligente en la Mancomunidad la Canal de Navarrés»

Dado el alto nivel alcanzado, se acordó otorgar el Accésit previsto en la Base 7ª de la Convocatoria del Premio a Tourist Info Dénia y Tourist Info Dénia Consell, con su proyecto «Estrategia de Comunicación de las oficinas Tourist Info Dénia dirigida a sus públicos objetivo por la pandemia COVID-19».

>> Nuevos productos y servicios: Se consolidaron las novedades, reforzándose los sistemas de atención no presencial y presencial contactless, como una de las medidas de prevención del Covid-19: sistemas de mensajería instantánea-WhatsApp-, códigos QR, entre otros.

Red tourist info: 30 años al servicio del turismo de la Comunitat Valenciana: En 2020 se



cumplieron 30 años de cooperación entre las administraciones locales y la Generalitat, con la generación de un modelo de información turística en destino de éxito, tanto cualitativa como cuantitativamente.

Por ello, se plantearon una serie de acciones, a lo largo de 2020, para celebrar estos 30 años, mediante el conocimiento y homenaje de esos primeros años, y desde allí definir mejor el presente y el futuro de la Red Tourist Info. La situación de alerta sanitaria provocó el aplazamiento de dichos actos para 2021 y cerrar la celebración de la efeméride en las Jornadas de la Red Tourist Info de ese año.

LE4P07

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO

Fortalecer la imagen reputacional de la Comunitat Valenciana a través del turismo. La Generalitat, a través de Turisme Comunitat Valenciana, es generadora de noticias, actuaciones, informes, estadísticas, etc. La difusión de estos contenidos resulta conveniente para favorecer la transparencia y la imagen de la institución ante el público en general y, fundamentalmente, ante los actores turísticos.

Acercar las actuaciones de Turisme a otros departamentos y áreas (comunicación interna), permitir a los territorios conocer con mayor facilidad y profundidad las actuaciones que se llevan a cabo (ayudas, subvenciones, planes), ofrecer al sector privado información de la situación del turismo valenciano (por su interés en invertir y establecerse en la región), informar a la población local sobre las decisiones que se tomen en relación con su territorio, son cuestiones a tratar en la comunicación institucional.

OBSERVACIÓN

Programa no ejecutado

LE4P08 SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO

OBJETIVO

Posicionar, promocionar y vender el destino turístico Comunitat Valenciana a través de todos los canales de comunicación y en diferentes formatos que enfaticen el valor del producto turístico asentado en la identidad cultural y natural del territorio.

Como objetivos instrumentales se contemplan:

- Fomentar la colaboración supramunicipal y el aprovechamiento de las sinergias entre entes públicos, privados y civiles.
- Dotar a la oferta de nuevas herramientas que potencien su visibilidad en el mercado turístico.
- Impulsar el desarrollo de tecnologías para la creación, recogida y tratamiento de datos.

EQUIPO DE TRABAJO

- Área de Marketing

ACTUACIONES

A ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS:

a-) Administración y dinamización del escaparate turístico (<http://comunitatvalenciana.com>):

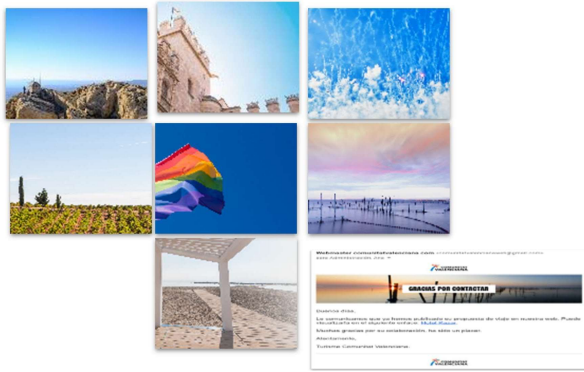
Los contenidos ofrecidos en internet deben ser originales, estar adaptados al medio y ofrecer una imagen positiva, evocadora, inspiradora y actual de la Comunitat Valenciana. Por ello se generaron contenidos en los cinco idiomas (ES, VAL, EN, FR y DE) del portal.

Anexo – Tabla 35 Contenidos editoriales generados en el portal turístico, Tabla 36 Contenidos audiovisuales generados en el portal turístico y Tabla 37 Fichas de producto generados en el portal turístico: fichas de producto



b-) Videoblog: El videoblog ofrece contenidos deportivos y contenidos relacionados con Actividades y Planes, Arte y Cultura, Fiestas y Eventos, Gastronomía, LGBTI+, Naturaleza y Sostenibilidad y Turisme Accesible e Inclusivo

Se trabajó en la estrategia de contenidos, *naming*, la definición de las categorías de los contenidos, la estrategia de publicación, la dirección de arte, la tipología de contenidos, la estrategia de SEO y la de optimización de los videos para Youtube. Asimismo, finalizó la edición de 41 videos y se definió el contenido del video lanzamiento del Video Blog de la Comunitat Valenciana.



c-) Sección webcams y de playas:

Optimización SEO de los textos de las páginas específicas de webcams y playas. En concreto, se trabajaron los textos de la home de playas por provincial y de playas por localidad.

Además, se hizo una revisión de todas las páginas de playa específicas y se actualizaron las Banderas Azules así como las imágenes de 85 empresas turísticas con las que se contactó para la elaboración de las Propuestas de Viaje del portal.

d-) Sistemas de información turística de la Red Tourist Info

En la elaboración de contenido participó la Red Tourist info a través de los Sistemas de información turística, los cuales recogen de forma sistemática la información actualizada de la oferta turística con un doble objetivo: integrar tecnológicamente la información generada por los diferentes actores del destino en un solo contenedor y difundir la oferta turística a lo largo de todas las oficinas de la Red, mediante herramientas tecnológicas y procedimientos corporativos.

- a) Creación de grupo de trabajo de la Red Tourist Info para testar y plantear propuestas de mejora del nuevo Portal turístico <https://www.comunitatvalenciana.com>, beta.
- b) Puesta en marcha en verano el Nuevo Portal turístico <https://www.comunitatvalenciana.com>, con la Plataforma Profesional del Sistema de Gestión Integral del Destino Comunitat Valenciana para el perfil Editor Tourist Info y la herramienta RAZUNA de gestión de contenido multimedia. Se realizó la formación correspondiente con dos sesiones –Introducción y Avanzado- y manuales de edición, que han permitido a las Oficinas Tourist Info actualizar diariamente en el Portal <https://www.comunitatvalenciana.com> la información sobre los eventos culturales y de ocio que se celebran en los destinos e información general.

B- ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES E INFLUENCERS

La estrategia online tiene como elemento central el diseño y desarrollo de un completo plan de marketing en redes sociales (SMM) que desarrolla y planifica la presencia de la Comunitat Valenciana y su oferta turística en las principales redes sociales, al tiempo que fomenta la participación del usuario y su fidelización (*engagement*) a la marca turística de la Comunitat.



El número de seguidores de la Comunitat Valenciana por red fue de 265.116 en Facebook, 112.748 en Twitter, 94.675 en Instagram y 3.437 en Youtube

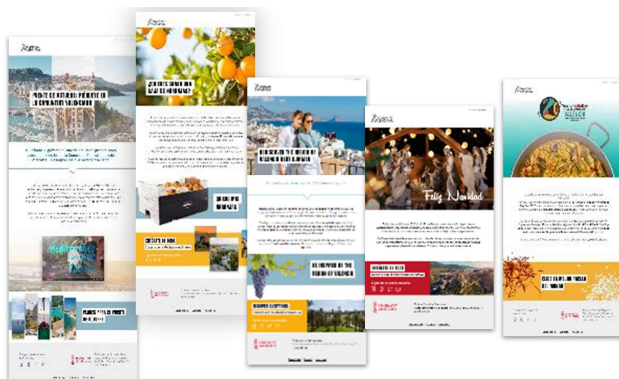
Siendo el número de publicaciones al mes en cada una de ellas el siguiente:

- Facebook: 52 Facebook Internacional: 24
- Twitter: 93 Twitter Internacional: 20
- Instagram Post: 20 Instagram Stories: 20
- Youtube: 2

Las acciones a destacar en redes sociales fueron:

- Guías de destino de Alicante y València en IG
- Sorteos: En 2020 se celebraron 3 sorteos pensados para aumentar el número de seguidores:
 - Entradas a Bioparc: Se sortearon dos entradas entre todos los participantes que comentaron la publicación.
 - Caja Naranjas: Sorteo en colaboración con la IGP Cítricos Valencia. Se regalaron 10 cajas de naranjas entre todos los participantes.
 - Productos navideños: Sorteo en colaboración con la D.O. Utiel-Requena y la D.O. Jijona. Se sortearon 3 cajas de productos valencianos navideños que incluían 3 botellas de vino y 4 tabletas de turrón
- Acción World Paella Day: Se realizó difusión del evento World Paella Day organizado por Visit Valencia en el mes de septiembre.
- València Cuina Oberta: Se realizó difusión de la acción celebrada en València en el mes de julio.
- Calendario de Adviento: Del 1 al 24 de diciembre se publicó un calendario de adviento en Instagram Stories con motivo de la Navidad. Ese calendario incluía curiosidades de la Navidad valenciana, recetas de productos gastronómicos navideños y juegos para animar a la audiencia a participar.

EMAIL MARKETING



La estrategia de envío de **boletines** se modificó diferenciando 4 tipos distintos de envío: Boletín inspiracional nacional (1 vez al mes), inspiracional internacional (6 veces al año), informativo nacional (1 vez al mes), y especial o de campaña (1 vez al mes).

La segmentación que se trabajó es la del IDIOMA de suscripción al boletín encastellano, valenciano, inglés, francés y alemán.

Los temas sobre los que se escribió en los boletines estuvieron inspirados, entre otros, en los siguientes *copies*:

- Todo pasa, todo llega, ya estamos aquí de vuelta.
- Visita la Comunitat Valenciana y conecta con el Mediterráneo en Vivo
- Vuelve a disfrutar de la Comunitat Valenciana, ¡te esperamos!
- Vive un septiembre diferente y seguro en la Comunitat Valenciana
- ¿Cuál será la mejor paella del mundo?
- ¡No te pierdas ningún plan en la Comunitat Valenciana!
- Vive el puente de octubre que mere
- En octubre elige disfrutar. Elige Comunitat Valenciana
- Los mejores planes para otoño
- Apostamos por nuestros territorios, tenemos mucho que ofrecerte
- Vive un noviembre diferente en la Comunitat Valenciana
- Encuentra los mejores planes en la Comunitat Valenciana
- ¿Quieres ganar una caja de naranjas?
- Este diciembre queremos inspirarte
- Diciembre es el mes de regalar momentos y experiencias
- Compartimos las ganas de volver a vernos en la Comunitat Valenciana
- Choose the Region of Valencia this Boxing Day

SEM Y PUBLICIDAD DIGITAL

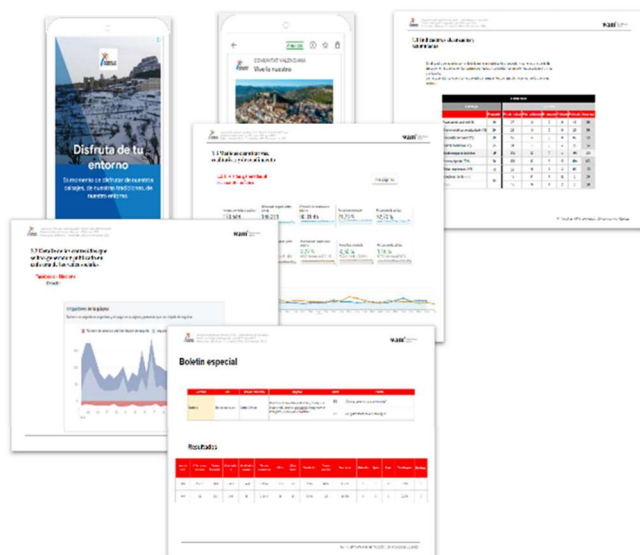
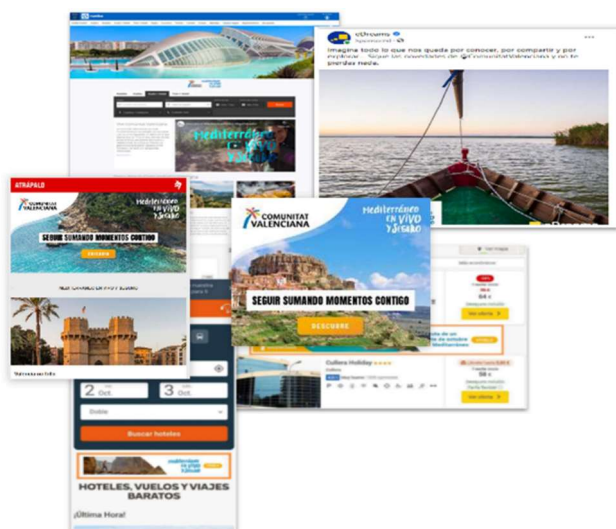
Las campañas en Social Ads y Google Ads empezaron a desarrollarse en julio de 2020, mientras que las campañas en OTAs, Metabuscadores y RRSS Viajeras lo hicieron en octubre de 2020.

Tabla 38 Resultados de las campañas en Social Ads y Google Ads por los canales en el período entre julio y diciembre

Tabla 39 Acciones realizadas por las OTAs para la Estrategia de Marketing Online

Tabla 40 Acciones realizadas en metabuscadores en la Estrategia de Marketing Online

Tabla 41 Acciones realizadas en RRSS viajeras en la Estrategia Marketing Online



SEM: En cuanto a las campañas de Ads, tanto en Facebook como en Twitter, Instagram y Youtube tuvieron alcance nacional durante las primeras semanas con unos objetivos y también internacional (Reino Unido) **aprovechando** la celebración del Boxing Day, 26 de diciembre.

Anexo – Tabla 42 Campañas de ADS

Las campañas mensuales de Display y Search en Google Ads llevadas a cabo con diversos formatos, tuvieron como objetivos principales dar visibilidad a la marca Comunitat Valenciana y generar tráfico al portal, siendo los mercados a los que iban dirigidas tanto el nacional como el internacional, entendiéndose por ello, Reino Unido, Francia y Alemania.

PLAN DE MEDICIÓN, COMUNICACIÓN Y EVENTOS

Los resultados de la Estrategia se midieron **mensualmente** con el Plan de Medición y se hizo un seguimiento de la evolución de cada una de las 4 subestrategias.

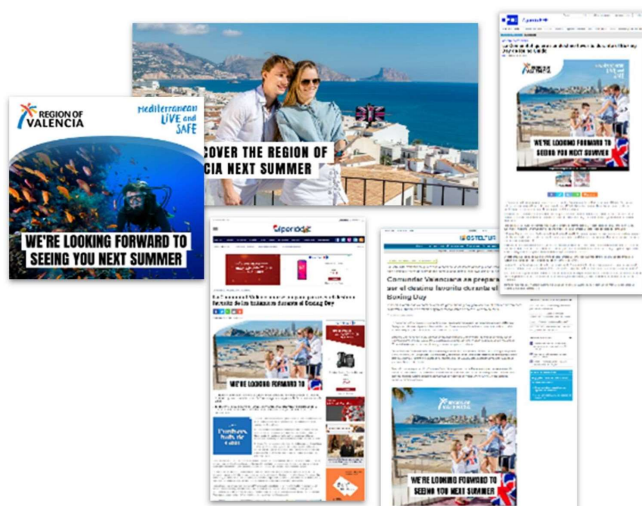
Dicho plan se acompañó cada dos meses de un Plan de Escucha Activa por el cual se monitorizaron las palabras clave escogidas y también por un Plan de Comunicación y Difusión *ad hoc* para el proyecto.

>> CAMPAÑA del Puente de octubre, siendo los datos más destacados:

- En el portal turístico se obtuvieron un total de 344 sesiones en la página de destino en español y valenciano.
- En redes sociales, se obtuvieron 122.415 impresiones en Facebook, 60.332 impresiones en Twitter y 89.225 impresiones en Instagram.
- El envío del correo electrónico se realizó al mercado nacional y local y obtuvo una visualización de 2.992 aperturas.
- La campaña realizada en los canales de Social Ads obtuvo más de 176.000 impresiones y 1560 interacciones.
- Las campañas realizadas con las OTAS, redes sociales viajeras y metabuscadores alcanzó más de 5,7 millones de impresiones y 15 mil clicks.

>>CAMPAÑA del Bono Viaje para el mercado autonómico con acciones en el portal turístico, RRSS, el boletín, SEM con Social Ads, OTAS, metabuscadores y redes sociales viajeras y difusión en medios con los siguientes resultados:

- 3 publicaciones en redes que obtuvieron 34.855 impresiones y 852 interacciones en Facebook.
- Envío de un boletín que fue visualizado por 2.992 usuarios.



>>CAMPAÑA del Boxing Day: El objetivo era potenciar el turismo británico, e incitar a la compra del viaje para verano con motivo del Boxing Day, jornada festiva en Reino Unido e Irlanda en la que muchos comercios están abiertos y durante la cual, se eleva el gasto en compras. Se realizaron acciones en rrss, Email Marketing, SEM en Social Ads, OTAS, metabuscadores y redes sociales viajeras.

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE PARA LOS MERCADOS LEJANOS: RUSIA Y CHINA

a-) Mercado ruso: Los elementos básicos son el desarrollo de una página web localizada y la dinamización de las redes sociales propias del mercado ruso. Con el objetivo de difundir y comunicar la puesta a punto y las campañas puntuales de la Estrategia de Marketing Online en este mercado, se difundieron 6 Notas de Prensa acompañadas de imágenes evocadoras del destino.



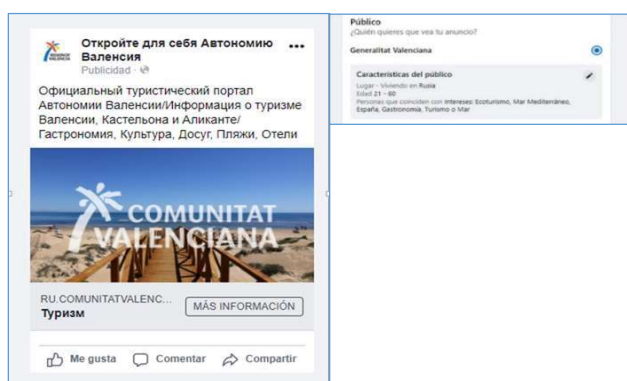
>> Pagina web: se puso en marcha y publicó la web en <https://ru.comunitatvalenciana.com>, contratándose para ello un servidor onsite.

La analítica web de los primeros meses aporta los siguientes datos:

- Visión general de las visitas (20/09-31/12/21).
- Visitas de usuarios: 2.088
- Nº de sesiones por usuario: 2,37
- Nº de visitas a páginas: 10.878
- Páginas/sesión: 4,58
- Duración media de la sesión: 00:02:10
- Porcentaje de rebote: 58,42%

- Fuentes de tráfico: Las fuentes de tráfico o canales de donde llegaron las visitas a la web en RU fueron:
 1. Social (proveniente de redes), 782 sesiones, 32,91 %
 2. Directo (ingresando la url del portal en RU), 652 sesiones, 27,44 %
 3. De referencia (tráfico desde enlaces externos al portal), 548 sesiones, 23,06%
 4. Orgánico (utilizando un buscador), 394 sesiones, 16,58%
- Idiomas/Países y ciudades de procedencia de las visitas al portal:
 - Rusia, con 1.545 usuarios, esto es, casi el 74% del total de usuarios que visitaron el portal en ruso, fue el principal país de origen de los usuarios, seguido de muy lejos por España con 192 usuarios, el 9,18% del total.
 - Moscú, con casi el 32% del total, fue la ciudad de residencia de dichos usuarios. El idioma en que se visitó la web en casi el 68% de los casos fue ruso, mientras que el segundo idioma, representando casi el 30% de los usuarios, fue español.
 - Los principales términos de búsqueda en cirílico- todos ellos excepto dos que se buscan en letras latinas- traducidos a letras latinas para este informe fueron: Costa Blanca, Costa Blanca (en letras latinas), dónde está Costa Blanca, España Costa Blanca Benidorm, las mejores playas de Costa Blanca, Costa Blanca litoral, Calpe turismo con niños, las mejores playas de Alicante, Ciudades de Costa Blanca, Tiempo en Costa Blanca, Comunidad Valenciana (en letras latinas), Alicante, Valencia, Alicante ciudad, Valencia ciudad, Castellón ciudad, Castellón y Región Valencia.
- Contenidos:
 - Inserción en la web de 27 entradas, configuración de 14 rúbricas o categorías, aprobación de 95 comentarios y respuesta a 10 de ellos.
 Entrada: “Las mejores playas de Castellón”,
<https://ru.comunitatvalenciana.com/luchshie-pljazhi-regiona-kastelon/>
 Rúbrica sobre Gastronomía:
<https://ru.comunitatvalenciana.com/gastronomija/>
 - Semanalmente se envió de manera automática un boletín de noticias con los últimos artículos de la web a todos los suscriptores, grupo formado por los suscritos al portal turístico en ruso y a la revista digital Impuls Plus, esto es, algo más de 50.000 direcciones de email.
 - Mensualmente se trabajó el posicionamiento SEO de los contenidos, la optimización de los artículos y las palabras clave de búsqueda. Asimismo, se realizó la analítica web para obtener los datos referidos el número general de visitas mensuales, las fuentes de tráfico, los idiomas y las páginas más visitadas. Con la misma cadencia se llevó a cabo el seguimiento de alertas con el fin de moderar las publicaciones o comentarios con referencia al turismo de la Comunitat Valenciana.

>> Redes sociales para el mercado ruso:



Creación, configure los perfiles en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, [Youtube](#), OK y VK, en los que se publicaron posts a diario y se realizaron campañas mensuales para aumentar el número de seguidores.



Facebook (con 3.000 seguidores): Se realizó 1 video mensual corto para redes. Así mismo, se compartieron 4 vídeos ofrecidos en exclusiva por National Geographic Rusia: sobre El pantano de Elche, Salinas de Santa Pola, El Palmeral de Elche y el Castillo de Guadalest.

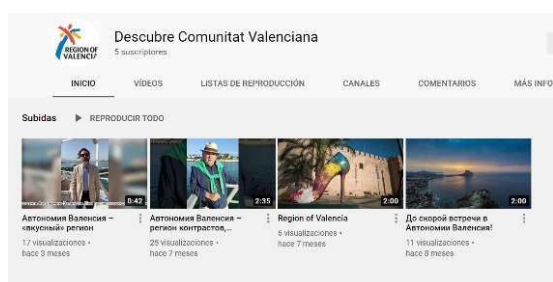
Instagram con 300 seguidores



Twitter- VK (VKontakte) con 5.000 seguidores



YouTube: Al se subieron 4 vídeos



Mercado chino: Los elementos básicos de este proyecto fueron el desarrollo de una página web localizada, la dinamización de las redes sociales propias del mercado chino con publicidad en diferentes canales y la creación y realización de un curso de capacitación online para los agentes de viaje.

>> Página web especial mercado chino



En el mes de diciembre se diseñó el sitio web con el objetivo de publicarlo en enero de 2021. La dirección web es <http://www.travelregionofvalencia.cn> / este portal está ubicado en servidores locales en China para su mejor difusión en dicho mercado



>> Redes Sociales

Los trabajos realizados en redes sociales se enfocaron a tener presencia en las principales redes sociales del mercado chino, para ello, se ha realizado la creación de contenido y gestión para las cuentas de TCV en las redes sociales chinas WeChat y Weibo.

>> Publicidad en medios digitales: Además, se reforzó la estrategia con un plan de publicidad en los siguientes canales: Weibo Advertising, WeChat Account Ads, WeChat Banner Ads.

>> Curso online de capacitación para agentes de viajes en la plataforma CTA: Como parte de la estrategia de comunicación online de la Comunitat Valenciana para el mercado chino, se desarrolló un curso de capacitación online sobre la Comunitat Valenciana en China Travel Academy. CTA es una plataforma digital, en la que los destinos turísticos dan formación online a los agentes de viaje de China con el objetivo de que puedan tener un conocimiento y poder venderlo a sus clientes.



Se diseñó el curso de capacitación online, que cuenta con un total de nueve unidades didáctica y test al final de cada unidad.

Los usuarios que completan el curso con éxito, estudiando todas las unidades y superando los cuestionarios elaborados, reciben un

certificado oficial que reconoce su experiencia y capacitación para poder vender eficazmente productos turísticos de la Comunitat Valenciana.

A su vez, se obtiene una amplia base de datos de aquellos agentes que han participado en el curso (nombre, correo electrónico, número de teléfono, agencia en la que trabajan, posición, ciudad, etc).

EJE 5 - SEGURIDAD Y RESILIENCIA TURÍSTICA

Los destinos turísticos reúnen múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo, entre estos condicionantes, la seguridad percibida del turista constituye un aspecto clave de su experiencia integral.

Los diversos agentes que operan en el sector turístico deben tener la capacidad y las habilidades para actuar de manera planificada ante situaciones críticas en términos de seguridad, para poder afrontarlas y minimizar o mitigar los impactos negativos.

Es por ello por lo que se incorpora una línea estratégica sobre seguridad y resiliencia turística que derivará en diferentes programas y actuaciones, de justificada relevancia en el momento actual.

Esta línea estratégica está alineada con los ODS 3, 4, 5, 8, 10, 12, 13, 14, 15 y 17 y está integrado por dos programas

- Plan Comunitat Valenciana. Destino seguro.
- Gestión de crisis

OBJETIVO

Convertir la Comunitat Valenciana en un destino seguro, velando por la protección de turistas y visitantes, manteniendo una oferta de servicios de calidad con medidas higiénico-sanitarias y de salud para mantener su seguridad y ofrecer garantías, fiabilidad y confianza.

EQUIPO DE TRABAJO

- Subdirección de Turismo - Servicio de Ordenación y tramitación turística
- Área de Competitividad – Servicio de Planificación y estrategia turística
- Área de Marketing – Servicio de Promoción turística
- Área de Marketing – Red Tourist Info
- Área de Formación

ACTUACIONES**RECUPERATUR**

Programa que nace para hacer de la CV un Destino Seguro, reconocido y reconocible, bajo parámetros de actuación únicos a nivel nacional, y adaptado a nuestro territorio y singularidades. Pretende ser una alianza gubernamental, económica y social; la voz del sector ante otras administraciones y en colaboración

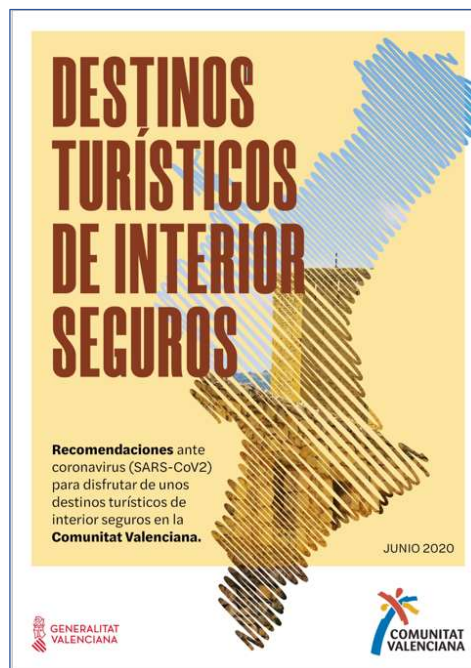
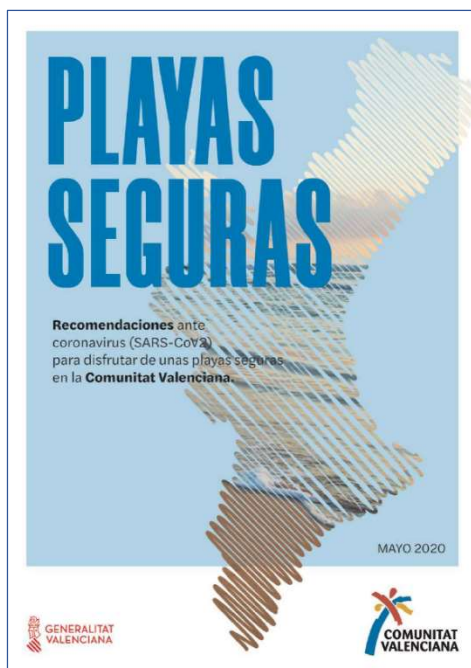
con otros departamentos de la Generalitat con órganos de coordinación institucional y de grupos técnicos y la participación de movimientos sociales, vecinales, medioambientales,...

COBERTURA NORMATIVA

La declaración de estado de alarma incrementó la actividad ordinaria del Servicio que destinó parte de sus esfuerzos, entre otros asuntos, a:

1. Participar en los grupos de trabajo para la elaboración de los Protocolos COVID-19 del ICTE destinados a todo tipo de empresas y profesiones turísticas.
2. Gestionar consultas de prestadores de servicio turísticos sobre la aplicación de las distintas normas que las Administraciones Públicas dictaron para hacer frente a la expansión del virus.
3. Coordinación de los Servicios Territoriales de Turismo unificando criterios sobre los efectos y la aplicación de las normas Covid-19 en establecimientos turísticos, así como en la elaboración de informes sobre los cierres y cese de actividad de los mismos.
4. Reuniones y criterios del “Bono Viaje Comunitat Valenciana”, revisión del contrato de reserva de servicios de viaje, elaboración de la información y datos del Registro de las empresas adheridas al programa Bono-viaje y el envío de cartas a los titulares de Agencias de viaje inscritas en el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana informándoles de la aprobación en el Consell del Decreto por el cual se aprueban las bases reguladoras y el procedimiento de concesión directa de las ayudas del Programa Bono Viaje Comunitat Valenciana para incentivar la demanda de servicios turísticos internos en periodos de estacionalidad ante los negativos efectos socioeconómicos ocasionados por la COVID-19.

RECOMENDACIONES PARA PLAYAS Y DESTINOS DE INTERIOR SEGUROS



Para avanzar alguna luz obre la incertidumbre existente ante las restricciones de la COVID 19 y el acercamiento de la época estival, Turisme, a través del Servicio de Planificación y estrategia turística, elaboró dos documentos los cuales proponían una serie de medidas de prevención a aplicar en los recursos turísticos de la Comunitat valenciana, especialmente en las playas marítimas. Los dos documentos se presentaron en dos webinars a la que asistieron la mayoría de los destinos turísticos implicados en función de la temática.

FORMACIÓN ONLINE PARA LA OFERTA TURÍSTICA

La situación extraordinaria debida al COVID-19 y el periodo de confinamiento, ha volcado todos los recursos técnicos y humanos del Área de Formación en la coordinación y desarrollo de la Formación ON LINE, ampliando en un 350% el número de acciones formativas, utilizando todo tipo de plataformas online, además de la habitual de la Generalitat, para organización de un gran número de webinars y reuniones técnicas, intentando llegar a un máximo número de alumnos del sector, así como a todas y cada una de las asociaciones turísticas que componen el tejido turístico empresarial.

A través de Cdt e-Formación se realizaron 200 cursos que aglutinaron un total de 2052 horas lectivas y que llegaron a 4.037 participantes

El compromiso de la Red de Centros con el sector turístico ante las circunstancias excepcionales en el marco del Covid'19, han dado como resultado formación online específica y urgente, dirigidas a informar y dotar de herramientas necesarias de adaptación del empresario en cada momento.



Esta campaña, consistía en una serie de cursos que afrontaban retos a los que se enfrentaba en aquel momento cada subsector turístico. Los cursos fueron los siguientes:

- 5 retos para la motivación turística y la gestión
- 5 retos para mejorar la gestión en restaurantes.
- 5 retos del turismo en espacios naturales y rurales
- 5 retos tecnológicos y de inteligencia turística
- 5 retos para remontar experiencias eno-gastronómicas
- 5 retos para mejorar la experiencia turística
- 5 retos del sector de alojamiento
- 5 retos de liderazgo para vencer la crisis de la COVID19 en turismo

El programa formativo «*Prepárate para Volver*» se realizó con el fin de garantizar la mayor seguridad posible en la reapertura de la actividad en la empresa turística. Se realizaron 61 webinars en mayo, seminarios online específicos, en colaboración con todas las asociaciones profesionales turísticas de la Comunidad Valenciana, ofreciendo información y recomendaciones sobre organización, prevención e higiene en cada subsector turístico.

Esta campaña fue fundamental para sondear cuales son las necesidades de los turistas y los tour operadores tras la llegada de la pandemia, como estaba cambiando la demanda del turista y cómo será después de esta crisis global. A través de un ciclo de seminarios online, donde participaron responsables de Turespaña, Consejeros de Turismo de las Oficinas Españolas en La Haya, Bruselas, Munich, Paris, así como destacados representantes de asociaciones del sector y tour operadores, como es el caso de la Asociación de Touroperadores Británicos (ABTA), la Asociación Belga de Operadores turísticos o el Touroperador FTI de Alemania.



VOLVER MEJORES: cursos para preparar a la oferta turística a enfocar sus negocios a la nueva realidad, ayudarles a aprovechar sus puntos fuertes y fomentar la confianza en la higiene y seguridad de los espacios.

COCINAS SOLIDARIAS PARA LA CIUDADANIA

Durante el tiempo de confinamiento varias las asociaciones sin ánimo de lucro utilizaron las cocinas de los centros para la realización de menús solidarios.

- ONG World Central Kitchen, desde las cocinas del CdT de València. Coordinador: Germán Carrizo.
- Alicante Gastronómica Solidaria (con la Diputación y la Cámara de Comercio), desde las cocinas del CdT Alicante, de Torrevieja, de Benidorm y desde la Escola d'Hostaleria d'Elx. Coordinador: Carlos Baños
- Menús solidarios de Castellón (Ayuntamiento de Castellón, Miguel Barrera y otros cocineros voluntarios), desde el CdT de Castellón. Coordinador: Miguel Barrera, José Luis López.

Estas iniciativas coordinaron esfuerzos con Turisme para que cocineros voluntarios elaboraran menús variados, desde principios del mes de abril, en las instalaciones del CdT de Valencia y Alicante, donde se entregaron con pan, fruta y agua. Más de 300.000 menús fueron distribuidos. En total pasaron más de 300 cocineros y voluntarios vinculados al mundo de la hostelería y la restauración por las instalaciones de los CdT de Valencia, Alicante, Castellón, Torrevieja, Benidorm y l'Escola d'Hostaleria d'Elx, trabajando en diferentes turnos de lunes a domingo, desde inicios de abril a mediados de junio y hasta mediados de agosto en Alicante. Para el desarrollo de estos tres proyectos solidarios fue necesaria la colaboración, no sólo de los cocineros voluntarios sino de un gran número de organizaciones no gubernamentales, empresas que ha realizado donativos, especialistas en distribución de alimentos, marcas comerciales, instituciones, organismos oficiales.

SOPORTES DE MARKETING

Se contrataron los servicios de diseño, producción y comprade medios de una campaña de publicidad autonómica informativa sobre las medidas de seguridad a adoptar por los agentes turísticos de la Comunitat Valenciana, residentes, turistas y visitantes ante el virus covid-19. La campaña desarrolló, entre otras, las siguientes acciones:



El diseño de la creatividad y la realización de las piezas publicitarias informativas de las medidas de seguridad COVID-19 (lema, imagen campaña, material gráfico, folletos, cartel para exterior, cuñas de radio, spots).

Elaboración de los planes de medios basado en cuatro oleadas para adaptarse a la evolución de las medidas sanitarias implantadas y a las fases de la desescalada, con el objetivo de informar a los ciudadanos y al sector turístico de las medidas y actuaciones que era necesario observar para el desarrollo de la actividad turística.



BONOVIAJE: Programa que responde a la necesidad de incentivar la demanda autonómica a fin de compensar la falta de demanda internacional y, en su caso, de algunos mercados nacionales.

Para la promoción del Programa se realizaron piezas publicitarias con el Naming de campaña ViatgemCV. Todas estas piezas han servido de apoyo para la difusión y lanzamiento del programa a través de campañas de publicidad y acciones en redes sociales.



PIEZAS AUDIOVISUALES con el fin de promocionar los productos y destinos turísticos durante el Covid 19 en los distintos portales turísticos y RRSS



COMUNICACIÓN VISUAL: Se apoyó el lema “Mediterráneo en Vivo” que acompaña toda la comunicación visual de Comunitat Valenciana, con “Seguro”; De esta manera, “Mediterráneo en Vivo y Seguro” se convirtió en el eslogan para promocionar el destino Comunitat Valenciana desde ese momento, que también se aplicó en banners de la web turística en distintos idiomas.



MERCHANDISING: Se realizaron mascarillas higiénicas homologadas y personalizadas, en cuatro diseños diferentes e insignias (pins) con la marca turística de la Comunitat Valenciana, “palmera”, como elemento de apoyo a las acciones institucionales realizadas por Turisme.

SEGURIDAD EN LA RED TOURIST INFO

A raíz de la declaración del estado de alerta sanitaria, la Red Tourist Info puso en marcha una serie de medidas, en línea con las recomendaciones sanitarias, para garantizar el funcionamiento de las oficinas y preservar la salud de sus empleados y visitantes.

- Plan de Contingencia de la Red Tourist Info, con medidas de protección para turistas y trabajadores.
- Plan formativo de difusión de las medidas de protección frente al COVID-19, singularmente de la Instrucción técnica del ICTE para Oficinas de Información Turística.

- c. Revisión del borrador de la Instrucción técnica del ICTE «Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2 para Oficinas de Información Turística».
- d. Plan de reapertura de las Oficinas de la Red Tourist Info tras la finalización del estado de alarma y el confinamiento.
- e. Suministro de documentación estática corporativa de avisos de protección («Check list» Gestión del Riesgo COVID-19 para Oficinas Tourist Info, modelo Cartel aforos y acceso a las Oficinas Tourist Info en 4 idiomas y modelo cartel uso gel Oficinas Tourist Info en 4 idiomas)
- f. Suministro de elementos estáticos corporativos de protección, tales como mamparas y señales de distancia social en el suelo



PUNTO VIOLETA TURÍSTICO

Iniciativa que nace de la colaboración entre Turisme y el Institut Valencià de les Dones para reforzar el posicionamiento de la Comunitat Valenciana como destino turístico seguro contra la violencia machista.

«Punto Violeta Turístico» se define como Oficina Tourist Info que desempeña labores de sensibilización a turistas y población en general ante la violencia machista, y donde se presta una atención y asesoramiento básicos y de derivación a servicios especializados en la prevención de esa violencia y de atención cualificada a las víctimas.

Durante este periodo se llevó a cabo una primera acción formativa introductoria bajo el título “Conceptos básicos sobre violencia de género” y se distribuyó entre las Oficinas Tourist Info material gráfico «Punto Violeta Turístico», en 4 idiomas, editados por el Institut Valencià de les Dones.

LE5P02 GESTIÓN DE CRISIS

OBJETIVO

Mecanismo de gobernanza para estimular el carácter resiliente de empresas y destinos de la Comunitat Valenciana

OBSERVACIÓN

Programa no iniciado



D

**MEDICIÓN DE
RESULTADOS**

Para medir el grado de ejecución del Plan Estratégico de turismo de la Comunitat Valenciana se ha valorado el grado de ejecución de cada uno de los programas y en su caso de las actuaciones que lo integran. Para ello se ha tenido en cuenta cuatro estadios:

- No iniciado: Programa que durante el periodo que comprende este informe no se ha iniciado.
- Iniciada: Actuación que define el marco de trabajo del programa para emprender las acciones oportunas próximamente.
- En ejecución: Actuación en la que se han realizado determinadas acciones.
- Ejecutada: Actuación ejecutada en su totalidad. Las actuaciones anuales que han sido finalizadas en este periodo, son consideradas ejecutadas a pesar de que en años posteriores esté previsto una nueva edición de las mismas.

LE 1 GOBERNANZA DEL TURISMO

Es el eje alineado especialmente con el ODS 17, Alianzas. Los 5 programas y 12 actuaciones que lo integran tienen como finalidad la cohesión de políticas y acuerdos, cooperación y cogobernanza. Todos los programas están iniciados, estando el 58% de las actuaciones en fase de ejecución.

Programas y Actuaciones	Estado
P01 Coordinación administrativa	
1. Regulación de la política turística	En ejecución
2. Comisión Interdepartamental de Turismo	Iniciada
3. Asistencia e información	En ejecución
P02 Cooperación corresponsable público-privada	
4. Consejo Valenciano del turismo	Iniciada
5. Convenios nominativos	En ejecución
6. Premis Turisme Comunitat Valenciana	Ejecutada
P03 Código ético del turismo valenciano	
7. Código ético del turismo valenciano	Iniciada
P04 Gobierno abierto	
8. Gobierno abierto	En ejecución
P05 Planificación y gestión compartida	
9. Proyectos europeos y relaciones internacionales	En ejecución
10. Impulso a los ODS	En ejecución
11. Fomento de inversiones en infraestructuras	En ejecución
12. Día mundial del Turista	Ejecutada

LE 2 VERTEBRACIÓN DE TERRITORIO Y DE LOS DESTINOS:

Tiene como objetivo la configuración de los destinos turísticos, articulados y planificados coherentemente. Es uno de los ejes más ambicioso ya que su consecución puede ayudar a contribuir a los ODS comprendidos entre el 3 y el 16. De los 6 programas que lo integran, dos no se han iniciado; respecto a los programas iniciados, el 75% de las actuaciones que los integran están en ejecución.

Programas y Actuaciones	Estado
P01 Red de playas y espacios naturales inteligentes	
P01 Red de playas y espacios naturales inteligentes	No iniciado
P02 Planes de dinamización y gobernanza turística	
1. Planes de dinamización y gobernanza turística	En ejecución
P03 Consolidación turística del espacio rural e interior	
2. Fondo de cooperación municipal	En ejecución
3. Declaraciones de interés turístico	Ejecutada
4. Municipio turístico	En ejecución
P04 Adaptación al cambio climático	
5. Planes de sostenibilidad turística	En ejecución
6. Infraestructuras de litoral	En ejecución
P05 Destinos turísticos inteligentes	
7. Renovación del sistema de vigilancia tecnológica	Ejecutada
8. Oficina DTI	En ejecución
P06 Transición hacia una economía circular del turismo	
P06 Transición hacia una economía circular del turismo	No iniciada

LE 3 IMPULSO DE LA COMPETITIVIDAD, DEL CAPITAL HUMANO Y DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Es la línea que interactúa directamente sobre los agentes que forman la oferta turística, impulsando proyectos a través de subvenciones, incrementando la competitividad de las empresas mediante cualificación, vigilando el buen hacer e imposibilitando la corrupción, etc. Es la línea más amplia dado que la configuran un total de trece programas, de los cuales sólo tres no están iniciados. De los programas iniciados el 77% de las actuaciones están en ejecución, habiéndose finalizado un 23%.

Programas y Actuaciones	Estado
P01 Apoyo al nuevo modelo turístico	
1. Ayudas de concurrencia competitiva	Ejecutada
2. Ayudas directas	Ejecutada
P02 Normativa turística	
3. Normativa turística	En ejecución
P03 Agilidad administrativa	
4. Registro de turismo de la Comunitat Valenciana	Ejecutada
5. Gestión de procedimientos especiales	En ejecución
6. Tramitación de recursos	En ejecución
7. Nuevas tecnologías aplicadas a la tramitación turística	En ejecución
8. Aplicación corporativa sancionadora	En ejecución
P04 Vigilancia al intrusismo	
9. Gestión de reclamaciones e inspección	En ejecución

10. Tramitación de expedientes sancionadores y recursos	En ejecución
P05 Aceleración y emprendimiento empresarial - ACCETUR	
11. ACCETUR	En ejecución
P06 Sistema integrado de calidad turística	
12. SICTED - Calidad integral en destinos turísticos	En ejecución
13. Qualitur - Impulso a la certificación de modelos de excelencia	En ejecución
P07 Formación específica	
14. Formación continua	Ejecutada
15. Formación ocupacional	Ejecutada
P08 Calidad laboral	
16. Becas	Ejecutada
17. CdTjob	En ejecución
P09 Smart data office	
19. Smart data office	En ejecución
P10 Estadísticas de turismo	
20. Programa estadístico y colaboración en el pve 2019-2022	En ejecución
21. INTENTUR - plataforma de inteligencia	En ejecución
22. Difusión de información estadística	En ejecución
P11 Investigación en favor del conocimiento	
23. Anuarios y otros estudios	Ejecutada
24. Proyectos i+d+i	En ejecución
25. Laboratorio de cocina	En ejecución
P12 Transferencia del know-how	
26. Colaboraciones y estudios	En ejecución
27. Comunicación y transferencia de resultados	En ejecución
P13 Transformación digital del sector	
28. Digitalización de las oficinas de la Red Tourist Info	En ejecución
29. Talleres de transformación digital	En ejecución
30. Formación específica	En ejecución

LE 4 MARKETING TURÍSTICO

Esta línea es la que va dirigida a posicionar la marca de Comunitat Valenciana en los mercados turísticos, la que traslada los mensajes de hospitalidad, sostenibilidad, competitividad a los agentes intermediadores y a los turistas y visitantes. De los 9 programas que la integran 3 no se han iniciado y el 100% de las actuaciones de los programas en los que se ha trabajado están en fase de ejecución.

Programas y Actuaciones	Estado
P01 Gestión de las marcas y posicionamiento global	
P01 Gestión de las marcas y posicionamiento global	No iniciado
P02 Impulso a la segmentación de mercados	
P02 Impulso a la segmentación de mercados	No iniciado

P03 CREATURISME: creación y promoción de producto desestacionalizador	
1. Actuaciones conjuntas	En ejecución
2. Actuaciones por productos	En ejecución
3. L'exquisit mediterrani	En ejecución
P04 Publicidad omnicanal (online y offline)	
4. Campañas y actuaciones de publicidad	En ejecución
5. Marketing on line	En ejecución
6. Comunicación offline	En ejecución
P05 Relaciones con intermediarios, medios e influencers	
7. Relaciones con intermediarios, medios e influencers	En ejecución
P06 Relaciones con el cliente final	
8. Experiencias cv	En ejecución
9. Gestión de la red Tourist Info	En ejecución
P08 Comunicación institucional	
P08 Comunicación institucional	No iniciado
P09 Sistema de gestión integral del destino	
10. Estrategia de marketing de contenidos	En ejecución
11. Estrategia de redes sociales e influencers	En ejecución
12. Email marketing	En ejecución
13. SEM y publicidad digital	En ejecución
14. Plan de medición, comunicación y eventos	En ejecución

LE 5 SEGURIDAD Y RESILIENCIA TURÍSTICA

Esta línea se incorpora en el Plan estratégico como respuesta a la crisis higiénico-sanitaria producida por la COVID-19, para poner a disposición de la oferta turística todas las herramientas necesarias para convertir a la Comunitat Valenciana en un destino turístico seguro y transmitírselo así tanto a turistas como a visitantes. De los 2 programas que lo integran, uno se ha ejecutado en su totalidad, mientras que el segundo no se ha iniciado.

Programas y Actuaciones	Estado
P01 Plan Comunitat Valenciana: Destino seguro	
1. Recuperatur	Ejecutada
2. Cobertura normativa	Ejecutada
3. Recomendaciones para playas y destinos de interior seguros	Ejecutada
4. Formación online para la oferta turística	Ejecutada
5. Cocinas solidarias para la ciudadanía	Ejecutada
6. Soportes de marketing	Ejecutada
7. Seguridad en la red tourist info	Ejecutada
8. Punto violeta turístico	Ejecutada
P02 Gestión de crisis	
P02 Gestión de crisis	No iniciado

Cuadro resumen:

LE	PROGRAMAS	PR. NO INICIADO	ACTUACIONES EN PROGRAMAS INICIADOS	INICIADA	EN EJECUCIÓN	EJECUTADA
1	5		12	3	7	2
2	6	2	8		6	2
3	13	2	30		23	7
4	9	2	14		14	
5	2	1	8			8
	35	9	72	3	50	19

El Plan Estratégico tiene una duración de cinco años de andadura, siendo el periodo susceptible de este informe casi los dos primeros años de implantación del plan. Tal y como muestran las tablas, 75% de los programas están iniciados y de éstos, el 69% de las actuaciones están en ejecución, el 26% se han finalizado y sólo el 5% están en la fase más incipiente.

Además de la medición cuantitativa de resultados, de un estudio más cualitativo se obtienen las siguientes conclusiones:

- Entre los 26 programas y sus 59 actuaciones (50 en ejecución y 19 finalizadas) se han abordado cuestiones relativas a los diez principios del pacto Mundial de Naciones Unidas. Los cinco primeros principios se cumplen partiendo de la propia Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad y se impregna en todas y cada una de las actuaciones que se desarrolla, sin embargo es en los principios asociados al medio ambiente y la lucha contra la corrupción donde Turisme se vuelca más atendiendo a su naturaleza y su capacidad de influencia entre los agentes con los que interactúa.
- El 90% de las actuaciones desarrolladas ayudan, directa o indirectamente a la consecución de los ODS, y concretamente a los comprendidos entre el 4 y el 17, que es donde tiene capacidad para actuar.
- Cabe señalar que durante este periodo se ha trabajado en los cinco ejes de forma simultánea, si bien la mayoría de actuaciones finalizadas han sido la que se desarrollan en la línea estratégica 5 Destino seguro, habida cuenta de la crisis higiénico sanitaria producida. En cualquier caso muestra madurez y cohesión en la implantación del Plan.
- Por otra parte, todos las áreas, servicios y departamentos de Turisme han participado en la ejecución de las actuaciones emprendidas, es decir, el plan está interiorizado por todo el equipo que integra el organismo.
- Por último, señalar que se ha colaborado y coordinado las actuaciones con todos perfiles de agentes con los que Turisme tiene relación (otros departamentos de la Generalitat, representantes de la oferta turística, sindicatos, ciudadanía, turistas y visitas,...).



E

TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

ANEXO

ÍNDICE DEL ANEXO

Organigrama Turisme Comunitat Valenciana

Tabla 01 - Informes realizados para Presidencia y la Dirección de turismo

Tabla 02 - Relación de convenios de colaboración de promoción

Tabla 03 - Convenios de adhesión a la Red Touris Info

Tabla 04 - Distribución territorial del número de oficinas Tourist Info por provincias

Tabla 05 - Cobertura territorial de la Red Tourist Info

Tabla 06 - Red Tourist Info en cifras

Tabla 07 - Relación de los planes de gobernanza y dinamización y estado

Tabla 08 - Fiestas de Interés Turístico nacional

Tabla 09 - Fiestas de Interés Turístico autonómico

Tabla 10 - Fiestas de Interés Turístico provincial

Tabla 11 - Fiestas de Interés Turístico local

Tabla 12 - Candidaturas de planes de sostenibilidad

Tabla 13 - Proyectos presentados a las Ayudas de concurrencia competitiva dirigida a entidades locales

Tabla 14 - Proyectos presentados a las Ayudas de concurrencia competitiva dirigidas a empresas, asociaciones, federaciones y fundaciones

Tabla 15 - Distribución de las ayudas directas concedidas por líneas y programas

Tabla 16 - Inscripciones en el registro de Turismo de la Comunitat Valenciana

Tabla 17 - Relación de auditorías de accesibilidad realizadas por tipo de empresa

Tabla 18 - Actuaciones de Accetur

Tabla 19 - ACCETUR - Talleres L'Exquisit Mediterrani

Tabla 20 - Nº de oficinas de la Red Tourist Info provincial certificadas por tipo de certificado

Tabla 21 - Cifras de los CdTs por líneas de programas formativos

Tabla 22 - Tabla de estadísticas de Turisme en cifras

Tabla 23 - Invattur en cifras

Tabla 24 - Distribución de los usuarios atendiendo a las versiones idiomáticas de www.comunitatvalenciana.com

Tabla 25 - Distribución de los usuarios en cuanto el medio de acceso a www.comunitatvalenciana.com

Tabla 26 - Distribución de los suscritores por idiomas

Tabla 27 - Contenidos publicados en RRSS con el hashtag #SueñaElMediterráneoEnVivo

Tabla 28 - Acciones promocionales - Presencia en Certámenes nacionales

Tabla 29 - Acciones promocionales - Presencia en Certámenes internacionales

Tabla 30 - Acciones promocionales - Workshops, jornadas inversas, presentaciones

Tabla 31 - Acciones promocionales - WEBINARs

Tabla 32 - Acciones promocionales – Viajes de prensa y familiarización

Tabla 33 - Acciones promocionales – Acciones online

Tabla 34 - Acciones promocionales– Productos y otras acciones

Tabla 35 - Contenidos editoriales generados en el portal turístico

Tabla 36 - Contenidos audiovisuales generados en el portal turístico

Tabla 37 - Fichas de producto generados en el portal turístico: fichas de producto

Tabla 38 - Resultados de las campañas en Social Ads y Google Ads por los canales

Tabla 39 - Acciones realizadas por las OTAs para la Estrategia de Marketing Online

Tabla 40 - Acciones realizadas en metabuscadores en la Estrategia de Marketing Online

Tabla 41 - Acciones realizadas en RRSS viajeras en la Estrategia Marketing Online

Tabla 42 - Campañas de ADS

Organigrama Turisme Comunitat Valenciana

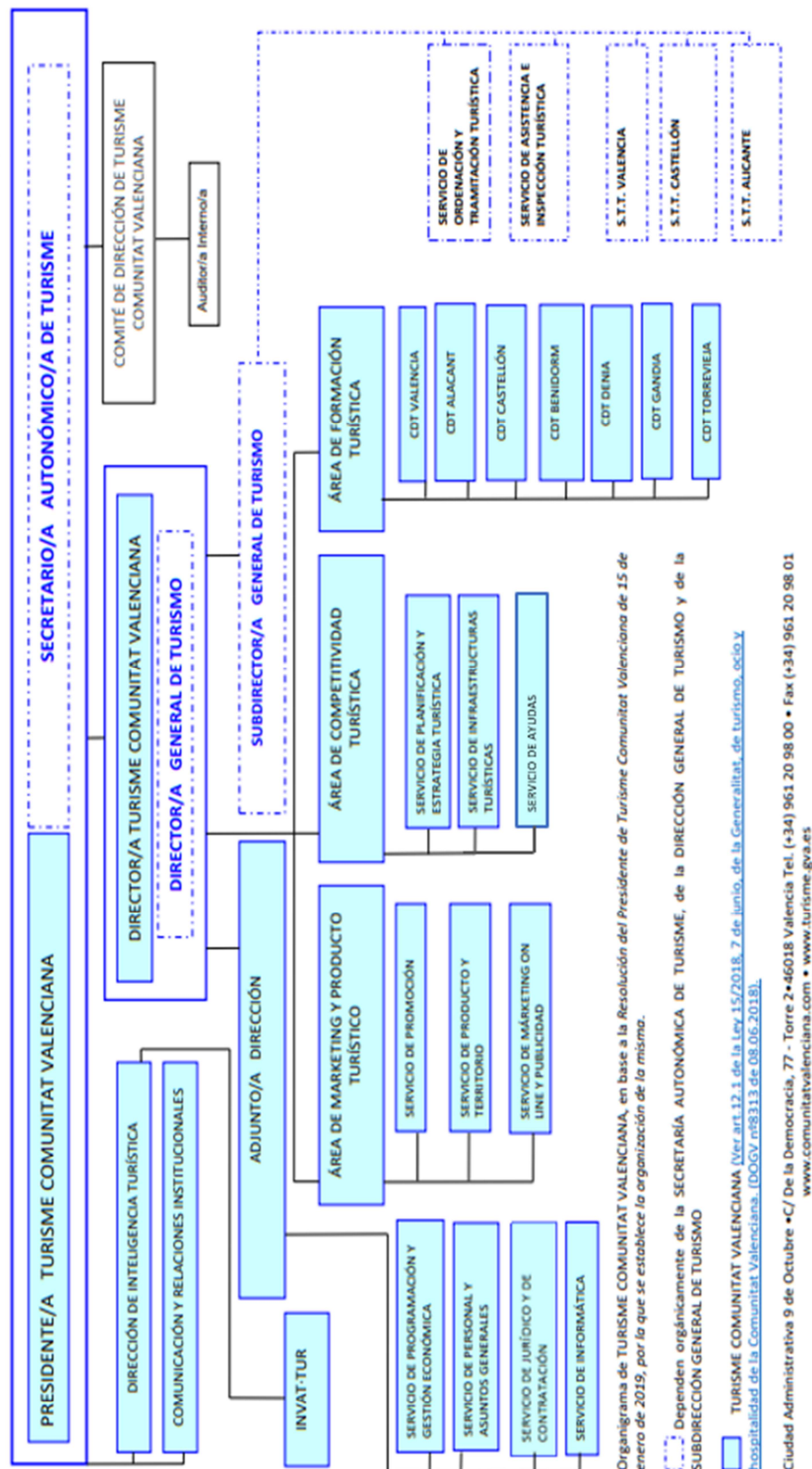


TABLA 01 Informes realizados para Presidencia y la Dirección de turismo	
Informes	Número
Informes municipales y comarcales	134
Informes altos cargos	56
Fichas reuniones	15
Peticiones información/dudas/incidencias ayudas ayudasdirectas_turisme@gva.es	2.534
Informe de gestión	1
Total	2.740

TABLA 02 Relación de convenios de colaboración de promoción	
Beneficiarios	Objeto
Asociación de empresas de turismo activo	Acciones de publicidad y difusión del turismo activo de la Comunitat Valenciana
Ayuntamiento de Altea	Acciones de Marketing turístico y promoción del municipio de Altea
Ayuntamiento de Cocentaina	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Feria de Todos los Santos
Ayuntamiento de Gandía	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
Ayuntamiento de Liria	Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Liria
Ayuntamiento de Peñíscola	Plan de promoción del producto cinematográfico de Peñíscola y de la C.V.
Ayuntamiento de Sagunto	Plan de promoción turística del producto cultural a través de las artes escénicas en Sagunto y de la C.V.
Ayuntamiento de Torrevieja	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Habaneras
Ayuntamiento de Xàtiva	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV)	Acciones de promoción y comercialización de paquetes turísticos de la C.V.
Asociación club de producto de alojamientos de interior de la C.V.-temps	Apoyo de acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de interior de la C.V.
Asociación de Empresarios de Campos de Golf de la Costa Blanca y C.V.	Fomentar acciones de promoción de turismo de golf tanto a nacional como internacional
Asociación de hogueras especiales de Alicante	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: las Hogueras de Alicante

Associació de promotors musicals de la Comunitat Valenciana	Actuaciones de marketing y promoción del producto del turismo musical
Asociación promotores grandes festivales música Comunitat Valenciana	Acciones de promoción, difusión y desestacionalización turística bajo la marca Mediterranean Fest
Asociación empresarial Valencia premium	Promover acciones de turismo excelente en CV
Asociación de empresas de hostelería de Torrevieja y comarca	Acciones de promoción y marketing de la oferta de hostelería restauración de Torrevieja
Asociación empresarial Hotelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunitat Valenciana- Hosbec	Actuaciones de publicidad, promoción y comarketing para la difusión de la oferta de Benidorm, Costa Blanca y Comunitat Valenciana en mercado nacional e internacional, incidiendo en este último en el mercado británico (Brexit)
Asociación para la promoción del turismo familiar de la Comunitat Valenciana	Apoyo de la actividad de turismo familiar en la C.V.
Asociación provincial de hoteles de Alicante	Acciones de promoción y marketing de la oferta hotelera de Alicante
Asociación de San Jorge	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Moros y Cristianos de Alcoy
Associació valenciana d'empreses productores de teatre, dansa i circ AVETID	Fomento de la imagen de València y la C.V. como referente turismo cultural y artes escénicas
Confederación de personas con discapacidad física y orgánica de la Comunitat Valenciana- Cocemfe	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la CV, "turismo para todos"
Confederación de empresarios de hostelería y turismo de la Comunitat Valenciana- Conhostur	Promoción y desarrollo del producto gastronómico de la C.V.
Federación empresarial de camping y C.V. de la Comunitat Valenciana	Realización de acciones de promoción y dinamización de la oferta turística de campings de la C.V.
Federación de sociedades musicales de la Comunitat Valenciana	Promover el producto musical valenciano por excelencia de bandas de música locales
Federación de ocio, turismo, juego, actividades recreativas e industrias afines de la C.V. (Fotur).	Colaboración en actuaciones promocionales de los productos de ocio y turismo de la C.V.
Federación Fallas Sección Especial	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Fallas de Sección Especial
Federación Gestora de Gaiatas	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Gaiatas de Castellón

Federación valenciana de enoturismo de la Comunitat Valenciana	Fomento y promoción de la Comunitat Valenciana destino turístico
Feria muestrario internacional de Valencia	Acciones del turismo gastronómico (Gastrónoma). MICE, activo y deportivo
Fundación cultural capella de ministrers	Activar y apoyar el producto turístico cultural a través de acciones de la música
Fundación Visit Benidorm de la C.V.	Realización de actuaciones de marketing y promoción turística de Benidorm en el ámbito nacional e internacional
Fundación de turismo de Montanejos de la Comunitat Valenciana	Acciones de promoción y difusión del producto turístico en Montanejos
Fundación Visit València de la Comunitat Valenciana	Fomento de la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los distintos productos, a destacar, el cultural, urbano, gastronómico, deportivo, familiar y de negocios (MICE)
Institución Ferial Alicantina (IFA)	Apoyar las actuaciones del turismo gastronómico, náutico, cultural y familiar
Instituto Seda España	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda
Asociación club del producto turístico introduciendo Castelló	Acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón
Palau de les Arts Reina Sofía. Fundación de la Generalitat	Acciones de promoción y marketing de la cultura de la C.V. en colaboración con el Palau de les Arts Reina Sofía
Patronato municipal de turismo de Alicante	Realización de acciones de promoción y márketing del producto turístico del municipio de Alicante
Patronato municipal de turismo de Castellón de la Plana	Acciones de promoción y difusión del producto turístico del municipio de Castelló de la Plana
Plataforma representativa estatal de personas con discapacidad física (PREDIF)	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat, "turismo para todos"
Productors Audiovisuals Valencians	Impulsar el turismo cinematográfico y propiciar acciones que comportan favorecer espacios de la Comunitat Valenciana como plató de rodaje
Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana	Promoción Turisme C.V.
Asociación UNESCO Valencia Mediterráneo	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda
Organismo autónomo Visitelche	Potenciar la promoción turística en la ciudad de Elche

TABLA 03 Convenios de adhesión a la Red Touris Info	
Provincia	Municipio / Mancomunidad
Alicante	Agres, Alcoi, Almoradí, Banyeres de Mariola, Benissa, Biar, Calp, El Campello, Callosa d'en Sarrià, Dénia, Dolores, Elda, Gata de Gorgos, Guardamar del Segura, Ibi, La Vila Joisa, Monforte del Cid, Mutxamel, Novelda, Onil, Orihuela, Pego, Petrer, Pilar de la Horadada, El Pinós, El Poble Nou de Benitatxell, Els Poblets, San Fulgencio, Santa Pola, Torrevieja, El Verger y Xixona.
Castellón	Benicàssim, Bejís, Forcall, Jérica, Morella, Peñíscola, Segorbe.
València	Ademuz, Aiello de Malferit, Albaida, Algemesí, Alzira, Ayora, Llíria, El Puig, Sagunt, Serra, Sueca y Xàtiva.

TABLA 04 Distribución territorial del número de oficinas Tourist Info por provincias		
Provincia	Nº de oficinas	% sobre el total
Alicante	79	36,41
Castellón	64	29,49
València	74	34,10

TABLA 05 Cobertura territorial de la Red Tourist Info			
Provincia	Comarca	Nº de oficinas	% sobre la C.V.
Alicante	El Baix Segura / El Bajo Segura	15	6,91
Alicante	El Baix Vinalopó	8	3,69
Alicante	El Comtat	3	1,38
Alicante	El Vinalopó Mitjà	7	3,23
Alicante	L'Alacantí	9	4,15
Alicante	L'Alcoià	5	2,30
Alicante	L'Alt Vinalopó / Alto Vinalopó	3	1,38
Alicante	La Marina Alta	16	7,37
Alicante	La Marina Baixa	13	5,99
Castellón	El Alto Mijares	3	1,38
Castellón	El Alto Palancia	5	2,30
Castellón	El Baix Maestrat	14	6,45
Castellón	Els Ports	3	1,38
Castellón	L'Alcalatén	3	1,38
Castellón	L'Alt Maestrat	7	3,23
Castellón	La Plana Alta	15	6,91

Castellón	La Plana Baixa	14	6,45
Valencia	El Camp de Morvedre	3	1,38
Valencia	El Camp de Túria	6	2,76
Valencia	El Rincón de Ademuz	2	0,92
Valencia	El Valle de Cofrentes-Ayora	4	1,84
Valencia	L'Horta Nord	6	2,76
Valencia	L'Horta Oest	3	1,38
Valencia	L'Horta Sud	1	0,46
Valencia	La Canal de Navarrés	3	1,38
Valencia	La Costera	3	1,38
Valencia	La Hoya de Buñol	2	0,92
Valencia	La Plana de Utiel-Requena	2	0,92
Valencia	La Ribera Alta	6	2,76
Valencia	La Ribera Baixa	3	1,38
Valencia	La Safor	15	6,91
Valencia	La Vall d'Albaida	6	2,76
Valencia	Los Serranos	4	1,84
Valencia	València	5	2,30

TABLA 06

La Red Tourist Info en cifras

Gestión de la Red por la Alerta Sanitaria Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan de contingencia de la Red Tourist Info ✓ Plan de reapertura Oficinas Tourist Info ✓ Suministro de documentación estática corporativa de avisos de protección ✓ Suministro de elementos estáticos corporativos de protección
Cobertura Jurídica	<p>57 convenios Tourist Info suscritos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ 51 convenio tipo ❖ 2 convenios específicos sin dotación económica <p>4 convenios de adhesión de nuevos municipios u oficinas</p>
Cobertura Territorial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 172 entidades locales adheridas ✓ 217 oficinas Tourist Info ✓ 21 puntos de Información Turística ✓ 2 nuevas Oficinas Tourist Info en 2020
Indicadores de Servicio Cuantitativos	<p>718.829 personas atendidas en la Red en 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Nacionales: 564.525 ❖ Internacionales: 154.304
Indicadores de Servicio Cualitativos	<p>8.090 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info</p>

Encuesta Tourist Info Verano	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 5.466 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info ✓ 103 oficinas participantes ✓ 9,50 sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas ✓ 9,57 sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas ✓ 9,57 sobre 10 de valoración medidas Covid-19 en la oficina
Encuesta Tourist Info de Seguimiento (Del 1 de enero al 30 de junio)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1390 cuestionarios cumplimentados ✓ 30 oficinas participantes (oficinas certificadas o distinguidas de en calidad) ✓ 9,62 sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas ✓ 9,74 sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas
Encuesta Tourist Info de Seguimiento + Medidas Anticovid19 (Del 16 de septiembre al 31 de diciembre)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1304 cuestionarios cumplimentados. ✓ 30 oficinas participantes (oficinas certificadas o distinguidas de en calidad). ✓ 9,66 sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas ✓ 9,72 sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas ✓ 9,74 sobre 10 de valoración medidas Covid-19 en la oficina
Orientación al cliente: Plan De Calidad	<p>103 certificaciones o distintivos de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ 29 certificaciones UNE-ISO 14785-Q ❖ 7 certificaciones ISO 9001 ❖ 6 certificación ISO 14001 ❖ 5 certificación UNE 170001 ❖ 11 certificación Safe Tourism ❖ 45 distintivos SICTED
Colaboración con Centros Formativos de oficinas propias	<p>Colaboración: 2 alumnos en prácticas de Grados de Universidades públicas y/o IES de módulos de formación profesional</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ 650 horas de prácticas curriculares
Plan de Formación Red Tourist Info	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 12 jornadas formativas ✓ 40 horas de formación ✓ 1087 participantes entre técnicos e informadores de la Red
Sistemas Información Turística	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 3 grupos de trabajo Red Tourist info para el desarrollo de la Plataforma profesional y contenidos del Portal comunitatvalenciana.com ✓ Herramienta de gestión de la Red: InfotouristAPI 2.0.
Proyectos de Innovación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ IV premio a la Innovación en la Red Tourist Info: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Premio. Tourist Info Anna y Tourist Info Quesa ❖ Accésits: Tourist Info Dénia y Tourist Info Dénia-Consell ✓ Punto Violeta turístico: 7 ediciones formativas y distribución material gráfico en 4 idiomas ✓ Digitalización de las Oficinas de la Red: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Atención digital multicanal del turista presencial ❖ Nuevos mecanismos para compartir información en Red

TABLA 07 Relación de los planes de gobernanza y dinamización y estado	
Organismo	Estado
Consortio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja- Convega	1ª anualidad
Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca	renuncia
Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat	1ª anualidad
Mancomunidad Intermunicipal del Alto Palancia	1ª anualidad
Mancomunitat Comarcal Els Ports	1ª anualidad
Mancomunidad Espadán-Mijares	1ª anualidad
Asociación Intermunicipal de Municipios de Penyagolosa	2ª anualidad
Consortio del Pacto Territorial para la Creación de Empleo de la Plana Baixa	1ª anualidad
Associació Intermunicipal de Dinamització i Promoció de la Plana de l'Arc	1ª anualidad
Associació de Promoció Turística Terres del Maestrat, Ànima Interior	1ª anualidad
Ayuntamiento de Sagunto-Camp de Morvedre	1ª anualidad
Mancomunidad Hoya de Buñol-Chiva	1ª anualidad
Mancomunitat de Municipis la Costera-Canal	1ª anualidad
Mancomunidad del Interior Tierra del Vino	2ª anualidad
Mancomunitat de la Canal de Navarrés	2ª anualidad
Mancomunitat del Carraixet	renuncia
Mancomunitat Camp de Turia	renuncia
Mancomunitat de Municipis de la Safor	renuncia

TABLA 08 Fiestas de Interés Turístico nacional			
Nombre de la festividad	Municipio	Resolución	DOGV
Moros y Cristianos	Elda	16/11/20	01/12/20
Fallas de Gandía	Gandía	Sin resolución	

TABLA 09 Fiestas de Interés Turístico autonómico			
Nombre de la festividad	Municipio	Resolución	DOGV
Fiestas del Medievo	Villena	30/01/20	10/02/20
Festes i fira en honor a Santa Maria Magdalena	Banyeres de Mariola	22/04/20	27/04/20
Semana Santa de Vila-real	Vila-Real	05/05/20	07/05/20
Fallas	Elda	21/05/20	25/05/20
Fiestas de Moros y Cristianos de Mutxamel	Mutxamel	09/11/20	16/11/20
Fiestas de Moros y Cristianos	Novelda	18/11/20	02/12/20

TABLA 10 Fiestas de Interés Turístico provincial	
Nombre de la festividad	Municipio
Escenificación de Jueves Santo: Juicio y Crucifixión de Jesús en el Monte Calvario	Rojales
Festa de Sant Roc Serra	Serra
Festes de la Relíquia de Sant Jordi	Banyeres de Mariola
La Setmana Santa d'Oliva	Oliva
Fira i Festes de Sant Joan i Sant Pere de Vinaròs	Vinaròs
Festes dels Sants de La Pedra	La Vilavella
Festa la Vila	La Vilavella

TABLA 11 Fiestas de Interés Turístico local	
Nombre de la festividad	Municipio
Fallas	Náquera
Festes Patronals dels Ivarsos	Sierra de Engarcerán
Festes Patronals De La Serra D'en Galceràn	Sierra de Engarcerán
Sant Antoni	Vistabella del Maestrat
Fiestas Patronales de la Madre de Dios de la Cueva Santa	Beniarrés
Festes Patronals de Montitxelvo	Montichelvo
Fiestas de Mayo Incluida la Romería de San Isidro	Salinas
Festes de Sant Antoni a la Serra d'En Galceran	Sierra de Engarcerán
Festes de Sant Antoni als Ivarsos	Sierra de Engarcerán
Hoguera de la Virgen de los Dolores	Biar
Festa de la Nit de Reis de La Serra d'En Galceran	Sierra de Engarcerán
Fiestas de Santa Lucía	Banyeres de Mariola
Fiestas Patronales Algímia d'Alfara	Algímia d'Alfara
Festes Patronals i de Moros i Cristians d'Aielo de Malferit	Aielo de Malferit
Festividad de San Isidro Labrador	Beneixama
Festes Moros, Cristians i Contrabandistes ee La Font de la Figuera	La Font de la Figuera
Fiestas Patronales de San Blas	Jalance
Festes a Sant Antoni Abat del Barri de l'Ermiteta d'Ontinyent	Ontinyent
Mostra d'Oficis Tradicionals Sant Jordi	San Jorge
Sant Antoni en Campell	La Vall de Laguar

Festes Patronals	Benavites
Festes de Sant Blai	La Salzadella
Castell de Focs d'Artifici de 24 d'agost	Godella
Festividad de San Andrés	Ayora
Festes Patronals de Benissoda	Benissoda
Fiesta de San Antón de Calles	Calles
Festes a Sant Pere Apòstol	Mogente
Festividad de San Antonio Abad	Costur
Fiesta de Pascua de Millares	Millares
Fiestas Patronales de Costur	Costur
Fiestas en Honor a San Antonio Abad	Matet
Setmana Santa Ontinyent	Ontinyent
Sant Antoni Abat de Benissuera	Benissuera
Fiestas de la Virgen de Los Desamparados	Gaibiel
Festes Patronals de L'Alqueria de la Comtessa	L'Alqueria de la Comtessa
Festa dels Nanos de Cocentaina	Cocentaina
Festes de Sant Antoni	La Vilavella
Fiestas Patronales San Antonio de Padua	Sot de Ferrer
Festes de la Cova Santa	La Vilavella

TABLA 12 Candidaturas de planes de sostenibilidad

Provincia de Alicante	Provincia de Castellón	Provincia de Valencia
Benidorm Denia VisitElche	Peñíscola La Vall d'Úxò La Plana Baixa	Gandia Valencia Bocairent La Ribera Cullera

TABLA 13 Proyectos presentados a las Ayudas de concurrencia competitiva dirigida a entidades locales

	Desistidos	Desfavorables	Favorables	Total	Favorables Ejecutados
Programa 1	34	23	273	330	242
Programa 2	83	41	237	361	202
Subp.2.1 Et	3	1	42	46	42
Subp.2.2.Id	70	32	69	171	57
Subp.2.3.At	10	8	126	144	103

TABLA 14 Proyectos presentados a las Ayudas de concurrencia competitiva dirigidas a empresas, asociaciones, federaciones y fundaciones					
	Programa 1	Programa 2	Programa 3	Programa 4	Total
Favorables	59	21	65	24	169
Desfavorables/ Desistimientos	103	41	76	21	241
Total solicitudes	162	62	141	45	410

TABLA 15 Distribución de las ayudas directas concedidas por líneas y programas				
	Línea 1			Línea 2
Provincia	Creaturisme	SICTED	AAVV	Mediterranew Musix / Mediterranean Fest
Alicante	38	79	159	7
Castellón	29	45	34	8
Valencia	70	86	310	22
Total	137	210	503	37

TABLA 16 Inscripciones en el registro de Turismo de la Comunitat Valenciana					
Tipo De Empresa Turística	Altas	Bajas	Modificaciones	Reclasificaciones	Total
Establecimientos hoteleros	43	19	141	7	210
Campings y áreas de pernoctación	6	1	26	2	35
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	6	0	6	0	12
Alojamientos turísticos rurales	45	26	60	0	131
Turismo activo	67	10	15	0	92
Restauración	24	19	62	0	105
Agencias de viajes	64	97	200	0	361
Empresas gestoras de viviendas turísticas	47	17	38	0	102
Viviendas turísticas	6.749	1.095	321	28	8.193
Total	6.987	1.185	670	37	9.241

TABLA 17 Relación de auditorías de accesibilidad realizadas por tipo de empresa	
Tipo de empresa turística	Número
Establecimientos hoteleros auditados	118

Establecimientos hoteleros adaptados	119
Establecimientos hoteleros practicables (con necesidad de acompañante)	70
Albergues rurales auditados	0
Albergues rurales adaptados	9
Albergues de ciudad auditados	2
Casas rurales auditadas	3
Casas rurales adaptadas	4
Campings auditados	16
Campings de turismo adaptados	17
Viviendas turísticas	3
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	0

TABLA 18 Actuaciones de Accetur

Actividades	Número
Jornadas y talleres de emprendimiento y competitividad turística 2020	21
Ediciones Programas/Cursos	8
Sedes (Castellón, Valencia, Gandía, Denia, Alicante, Alcoy, Orihuela y Torrevieja)	11
Participantes (emprendedores, profesionales y empresas)	1.163
Horas de formación grupal	650
Programas de desarrollo de proyectos emprendedores, tutorías, planes de empresa y diagnósticos de competitividad 2020	10
Proyectos apoyados	180
Horas de captación individual impartidas	2.800

TABLA 19 ACCETUR - Talleres L'Exquisit Mediterrani

Taller	Impartido por
5 retos para remontar producto enogastroturístico: dinamizar el grupo de trabajo de enoturismo	Cámara Alicante
Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios	Cámara Alicante
Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios	Cámara Alicante
Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios	Cámara Castellón
Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios	Cámara Castellón

5 retos para remontar producto enogastroturístico: dinamizar el grupo de trabajo de pescaturismo	Cámara Valencia
Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios	Cámara Valencia
Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios	Cámara Valencia

TABLA 20 N° de oficinas de la Red Tourist Info provincial certificadas por tipo de certificado							
	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	SAFE	Total
Alicante	9	20	1	0	0	3	33
Castellón	9	10	1	1	0	0	21
Valencia	11	15	5	5	5	8	49
Totales	29	45	7	6	5	11	103

TABLA 21 Cifras de los CdTs por líneas de programas formativos				
	Castellón	Alicante	Valencia	Total
Nº de cursos	54	231	316	601
Nº de participantes	751	2.932	7.374	11.057
Horas de formación	2.107	9.340	6.884	18.331

TABLA 22 Tabla de estadísticas de Turisme en cifras. Fuente: Elaboración propia a través de Google Analytics		
	2019	2020/21
Visitas	9.718	10.383
Publicaciones	99 informes coyuntura	92 informes coyuntura
	5 balances	5 balances
	5 anuarios	4 anuarios
	36 informes mercado (7 nacionales)	50 informes mercados (13 nacionales)
	5 informes producto	1 informe producto
	10 otros informes	13 otros informes
Peticiones de información	97	270

TABLA 23 Invat-tur en cifras				
Período	Actividades	Nº de horas	Asistentes	Asistentes online
Enero	26	132	492	-
Febrero	33	61	719	-
Marzo	33	61	812	-
Abril	9	14	-	2.247
Mayo	7	16	-	1.162
Junio	31	72	55	1.947
Julio	38	99	42	1.028
Agosto	14	50	31	234
Septiembre	43	115	214	294
Octubre	57	83	73	413
Noviembre	20	57	184	45
Diciembre	19	22	22	183

TABLA 24 Distribución de los usuarios atendiendo a las versiones idiomáticas de www.comunitatvalenciana.com					
Idioma	2020	Pre-COVID	Pandemia	Antiguo portal	Nuevo portal
Español	62,92%	59,81%	65,69%	62,17%	64,87%
Valenciano	1,39%	1,2%	1,45%	1,23%	2,65%
Inglés	12,02%	14,41%	11,2%	13,25%	10,95%
Francés	5,9%	4,27%	6,12%	4,03%	6,46%
Alemán	6,11%	6,53%	6,01%	6,45%	5,9%

TABLA 25 Distribución de los usuarios en cuanto el medio de acceso a www.comunitatvalenciana.com				
Dispositivo	Pre-COVID	Pandemia	Antiguo portal	Nuevo portal
Ordenador	98,73%	53,23%	98,66%	37,31%
Móvil	0,56%	42,33%	0,57%	57,01%
Tablet	0,71%	4,44%	0,77%	5,69%

TABLA 26 Distribución de los suscriptores por idiomas		
Idioma	Nº suscriptores	% suscriptores
Español	11.108	78,03%
Inglés	1.760	12,36%

Francés	536	3,77%
Alemán	522	3,67%
Valenciano	310	2,18%
Total	14.236	100%

TABLA 27 Contenidos publicados en RRSS con el hashtag #SueñaElMediterráneoEnVivo

Soporte	Enlace	Alcance
Video emocional en Youtube:	https://youtu.be/Wl6sPysHbe4	4.038 reproducciones 138 likes
Video emocional en Twitter	https://twitter.com/c_valenciana/status/1252327897999839238	16.000 impresiones 441 interacciones
Video emocional en Instagram TV	https://www.instagram.com/tv/B_NxOu5lzx-/	6.104 reproducciones 1078 likes y 48 comentarios
Video emocional en Facebook:	https://www.facebook.com/comunitatvalenciana/videos/232837194591979	25.000 reproducciones, 601 likes y 35 comentarios 100.000 personas alcanzadas. 6000 interacciones y 653 veces compartido
En inglés, para mercados internacionales	https://www.youtube.com/watch?v=k1CLaDyNpBM	228 reproducciones y 14 likes se tradujo a portugués, francés, alemán e italiano

TABLA 28 Acciones promocionales - Presencia en Certámenes nacionales

Lugar	Feria	Observaciones
Madrid	Madrid Fusión	Encuentro gastronómico anual. Se celebró en IFEMA
Madrid	Feria Fitur Lgbti	Participación con Stand de 36m2 de diseño libre en este certamen especializado en el segmento LGBT
Madrid	Feria Fitur	Stand de 2.053m2 con coexpositores las seis marcas turísticas de la Comunitat Valenciana, y un centenar de empresas, asociaciones y clubs de producto
Madrid	Feria Fitur Festivales	Participación con Stand de 36m2 de diseño libre dentro del espacio expositivo de FITUR
Madrid	Feria Fitur Empresas	Participación en la zona de empresas del pabellón 10 con un stand de diseño libre de 20m2 incluido también el concurso de ferias 2019-20

Madrid	Feria Fitur Cine	Se contrataron 2 módulos de 9m2 directamente a IFEMA. Participaron las films offices de las distintas marcas turísticas y Peñíscola
Pamplona	Feria Navartur	Participación con Stand de 100 m2. primer encuentro B2B con participación gratuita para expositores Navartur 2020
Pamplona	III Congreso Internacional Gastronómico	
Madrid	Feria Virtual Vecisa	Promovida por Viajes El Corte Inglés. Pabellón virtual junto con las seis Marcas turísticas, Secretarías Técnicas de Producto, Conventions Bureau y empresarios de la C.V.
Edición Virtual	Feria Tots Sants	participación exclusiva de los comercios locales
Edición Virtual	Feria Ibtm World	Con citas preacordadas en la que participaron además de Turisme, los convention bureau de Valencia, Costa Blanca, Benidorm y Alicante

TABLA 29 Acciones promocionales - Presencia en Certámenes internacionales		
Lugar	Certamen	Observaciones
Utrecht	Vakantiebeurs	
Viena	Ferien Messe	Se asiste bajo el stand de Turespaña. Castellón y Costa Blanca han participado. Introducing Castellón, el aeropuerto de Castellón y Viajes Globus han participado con más de 15 reuniones que han tenido lugar en el propio stand de Turespaña
Helsinki	Matka	Participación con un mostrador integrado en el stand español. El mostrador registró la asistencia de un responsable de Visit Benidorm.
Dublín	Feria Holiday World	Participación con 3 mostradores (Castellón, Benidorm y Turisme) dentro del stand de Turespaña.
Zurich	Feria Golfmesse	Participación con 2 mostradores
Gante	Fiets & Wandelbeurs	Gestión, tramitación del espacio y coordinación de la feria
Munich	F.Re.E München	Feria de vacaciones intersectorial (salud y bienestar, caravanas y turismo de naturaleza, deportes y bicicleta). Las marcas turísticas participantes fueron Costa Blanca y Benidorm dentro del mostrador de la Comunitat Valenciana.
Gante	Fiets & Wandelbeurs	Gestión, tramitación del espacio y coordinación de la feria.
Virtual	Feria Igtm Links	La organización de la feria creó una plataforma a través de la cual los expositores podían elaborar un libro de citas con los miembros de IAGTO inscritos en la feria ("buyers", en su mayoría touroperadores especializados en el producto golf). Se estableció una agenda de 24 citas.
Virtual	Feria Wtm	Edición virtual de esta feria. La organización de la feria creó una plataforma para elaborar un libro de citas con los agentes de viaje, touroperadores y empresas del sector registrados como compradores. También participaron las 6 marcas turísticas de la Comunitat Valenciana. Se elaboró una agenda de 20 reuniones con profesionales del sector turístico de diversos países.

TABLA 30 Acciones promocionales - Workshops, jornadas inversas, presentaciones		
Mercado	Acto	Observaciones
Italia Virtual	Workshop Virtual Vr Spagna 20	Certamen virtual organizado por las Oficinas Españolas de Turismo en Roma y Milán. Para el evento se utilizó la plataforma Virbela que recreaba digitalmente un recinto ferial.
Reino Unido Birmingham	Congreso Intele Travel	Reúne a agentes de viaje independientes que integra a unos 5.000 trabajadores que ejercen su actividad desde casa y realizan reservas para todo tipo de productos turísticos. Turisme CV realizó una presentación y contó con un mostrador en el espacio de workshop.
Británico Virtual	Presentación Virtual Easyjet Holidays	Turisme CV y la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (CONHOSTUR) con el apoyo de la Oficina Española de Turismo de Portugal, realizaron en Cascais un evento exclusivo que permitió conocer la oferta turística y descubrir nuestra gastronomía de la mano del Chef del Restaurante Casa Manolo. Al evento asistieron más de 70 invitados.
Británico Virtual	Congreso Intele Travel	Se celebraron diversas charlas de turoperadores y empresas turísticas. Turisme junto con Visit Valencia, realizó presentaciones de destino.
Reino Unido	Abta The Travel Convention	Asistencia a la convención virtual que organiza ABTA en sustitución a su Convención anual.
Reino Unido	Intele Travel Virtual Convention	Feria virtual organizada por el consorcio Intele Travel que incluía diversas charlas y presentaciones. Turisme junto con Visit Valencia, disponían de un stand

TABLA 31 Acciones promocionales - WEBINARs		
País	Mercado objetivo	Observaciones
Holanda	Neerlandés	Participación del Consejero de Turismo de la Embajada de España en La Haya y Bruselas, el CEO de la Asociación de Agentes Independientes The Travel Club y miembro del Consejo de Dirección de la Asociación Sectorial ANVR.
Holanda	Neerlandés	Con el Consejero de Turismo de la Embajada de España en La Haya y Bruselas, el Account Manager de la revista profesional Travelpro.
Bélgica	Belga	Con la participación del Consejero de Turismo de la Embajada de España en Bruselas y La Haya, el Responsable de ABTO (Asociación holandesa de Turoperadores) y el Director de Producto de Flight Holidays de TUI Holland.
Bélgica	Belga: con Travel Magazine	Con la participación del Consejero de Turismo de la Embajada de España en Bruselas y La Haya, el Director de la revista Travel Magazine.
Alemania	Alemán	Participaron de la Consejera de Turismo de la Embajada de España en Munich y el director de Destinos España, Portugal, Cabo Verde y Caribe de FTI.
Alemania	Alemán: los Länder de Baviera y Baden Wurtemberg	Presentación de CV y su producto gastronómico en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Munich y la D.O. Turrón de Xixona.
Reino Unido	Británico	Con la participación del Consejero de Turismo de la Embajada de España en Londres, la Directora de Relaciones con los Mercados de ABTA y la Asociación Británica de Turoperadores. Presentación por parte del Secretario Autonómico de Turismo.
Francia	Francés	Rocío Martín, Subdirectora Adjunta Subdirección General Estrategia y Servicios al Sector Turístico, Instituto de Turismo de España (Turespaña) Tatiana Martínez, Directora/Consejera de Turismo, Embajada de España/Representación Permanente, O.C.D.E. Jean Luc Dufrenne, Director general Turoperador Generation Voyages y Presidente des Entreprises du Voyage des Haut de France/Normandie (Asociación patronal de agencias de viajes) y Administrador de APST (Organismo de garantía para AAVV)

TABLA 32 Acciones promocionales – Viajes de prensa y familiarización		
País	Acción	Observaciones
Bélgica	Acción con Le Journal de L'evassion – TV RTBF	En la RTB, en el programa “Le 6-8”, en horario de prime time, se dio información sobre Alicante y se realizó un concurso. Acción financiada por Turisme en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Bruselas.
Noruega (Oslo)	Fam Trip AAVV - OET	Ante la apertura de la conexión Oslo-Valencia con la compañía SAS durante la temporada estival, se organizó este viaje de agentes, incluido en el Plan Operativo Anual de Turespaña, para promocionar Valencia.
Noruega	Fam Trip Transeurope	Famtrip de agentes de viajes a Valencia en colaboración con Brussels Airlines.

TABLA 33 Acciones promocionales – Acciones online		
País	Acción	Observaciones
Portugal	Semana de la CV en redes sociales	5 post con 1.497.699 impresiones y un alcance de 616.955 usuarios únicos en el formato pagado, frente a los 380 mil estimados inicialmente.
Portugal	Semana de la CV en redes sociales	tematizar la página de Facebook y Twitter de la OET de Portugal y la plataforma Travel 360º de Turespaña con contenidos de Comunitat Valenciana. Los posts publicados en Facebook alcanzaron 1.164 personas por publicación, 21.857 impresiones y 760 interacciones. En Tweets, obtuvieron 7.702 impresiones y recibieron 361 interacciones. En los artículos publicados en Travel360º, se publicaron 2 artículos ha habido 6.087 lecturas por artículo.

TABLA 34 Acciones promocionales– Productos y otras acciones	
Producto	Actividad
Cruceros	Se continuaron los contactos y reuniones con los entes relacionados con la promoción de turismo de cruceros en los puertos de la Comunitat Valenciana. En particular con Turismo de Alicante y la fundación Port Castelló
Lgbtq+	se mantuvieron reuniones con Visit Valencia y otras entidades públicas y privadas de cara a obtener para València la concesión de sede de los Gay Games 2026
Golf	Webinar producto GOLF (8 junio) -Director Ejecutivo IAGTO, Peter Walton. Con la participación del Presidente de la Asoc. Campos de Golf de la C. Blanca y Com. Valenciana, Presentación por parte del Secretario Autonómico de Turismo, Francesc Colomer y Juan Muñoz, Jefe del Servicio de Promoción.

TABLA 35 Contenidos editoriales generados en el portal turístico		
Tipo de contenido	Contenidos	URL generadas
Páginas de destino	36	180
Noticias sobre eventos	48	240
Propuestas de viaje	84	420
Nuevos contenidos	35	175
Total	203	1.015

TABLA 36 Contenidos audiovisuales generados en el portal turístico	
Tipo de contenido	Contenidos
Microvídeos	196
Imágenes Shooting	2.414
Imágenes para contenidos	516
Imágenes agenda eventos	720
Total	3.846

TABLA 37 Fichas de producto generados en el portal turístico: fichas de producto		
Tipo de contenido	Contenidos	URL generadas
Fichas de producto (monumentos, museos, parques naturales, espacios naturales...)	72	360

TABLA 38 Resultados de las campañas en Social Ads y Google Ads por los canales		
	Canales	Impresiones obtenidas
OTAs	travel agencies atrapalo.com Destinia e-Dreams logitravel Expedia, lastminute.com rumbo	15.650.993
Metabuscadores	Skyscanner Tripadvisor	3.082.983
RRSS viajeras	Passporter minube.com	
Social ADS + Google ADS		20.463.306

TABLA 39

Acciones realizadas por las OTAs para la Estrategia de Marketing Online

	Mercados objetivo	España
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre Envío de Newsletter. Campaña de Branding Optimización de Microste
	Canales	Web + App + RRSS + Email
	Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre (Nacional) Campaña de Branding (Nacional e Internacional) Campaña Boxing Day para Reino Unido Optimización de Microste
	Canales	Web + App
	Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre (Nacional) Campaña de Branding (Nacional e Internacional) Post promocionado en Redes Sociales. Campaña Boxing Day para Reino Unido. Optimización de Microste
	Canales	Web + App + RRSS
	Mercados objetivo	España
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre. Campaña de Branding Post promocionado en Redes Sociales. Optimización de Microste
	Canales	Web + App + RRSS
	Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre Campaña de Branding Optimización de Microste
	Canales	Web + App
	Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre (Nacional) Envío de Newsletter. Posts Promocionados en Redes Sociales. Campaña Boxing Day para Reino Unido. Optimización de Microste
	Canales	Web + App + RRSS + Email



TABLA 40 Acciones realizadas en metabuscadores en la Estrategia de Marketing Online		
	Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
	Acciones realizadas	Campaña Branding.
	Canales	Web + App
	Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre (Nacional) Campaña Branding (Nacional) Campaña Boxing Day Reino Unido.
	Canales	Web + App



TABLA 41 Acciones realizadas en RRSS viajeras en la Estrategia Marketing Online		
	Mercados objetivo	España
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre. Menciones de la cuenta de Instagram de la C.V. por influencers locales. Campaña Sorteo en Instagram de una cámara fotográfica.
	Canales	Web + App + RR.SS
	Mercados objetivo	España y Reino Unido
	Acciones realizadas	Campaña Puente de octubre. Publicación de post en el blog de la web. Campaña Branding (Nacional)
	Canales	Web + App

TABLA 42 Campañas de ADS		
Facebook ADS	Octubre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores
	Noviembre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores
	Diciembre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores Internacional: Campaña Boxing Day
Instagram ADS	Octubre	Nacional: Campaña de aumento seguidores + Promoción concurso
	Noviembre	Nacional: Campaña de aumento seguidores + Promoción concurso
	Diciembre	Nacional: Campaña de aumento seguidores + Promoción concurso Internacional: Campaña Boxing Day
Twitter ADS	Octubre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores
	Noviembre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores
	Diciembre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores Internacional: Campaña BoxingDay
Youtube ADS	Noviembre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores
	Diciembre	Nacional: Campaña de aumento de seguidores



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA