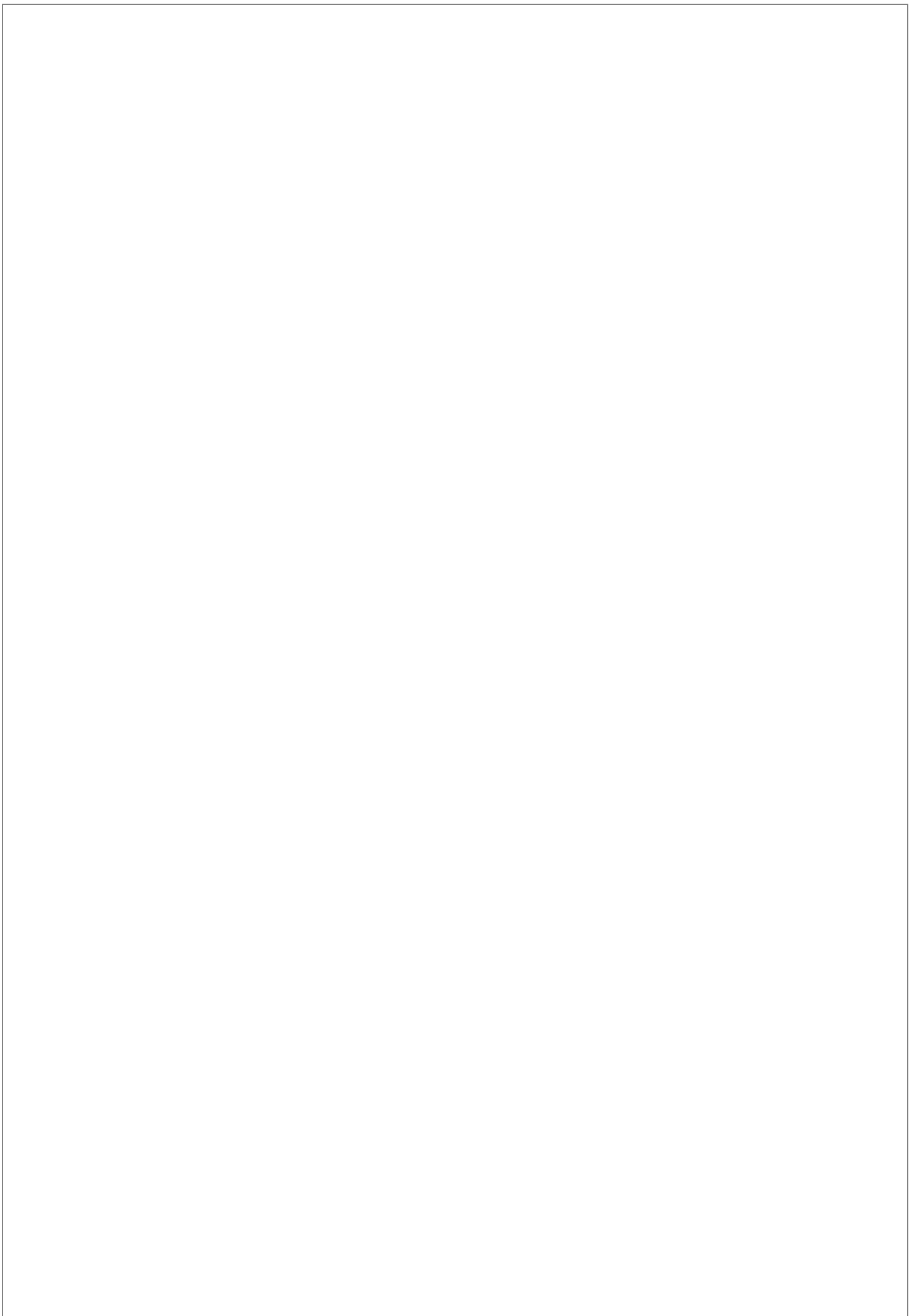


# **AGÈNCIA VALENCIANA DEL TURISME**



## **INFORME DE GESTIÓN 2016**



## CONTENIDO

L'Agència Valenciana del Turisme cumple sus objetivos mediante la ejecución de una gran variedad de actividades que forman las líneas de actuación de la misma y que repercuten directamente en el sector turístico de la Comunitat Valenciana, por lo que el contenido de esta **memoria de gestión de 2016** recoge todas esas acciones concretas ejecutadas a lo largo de este año en cada una de esas **ACTIVIDADES** que constituyen su objeto:

### 1.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

#### 1.1.- NORMATIVA

1.1.1.- Anteproyecto de la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana

1.1.2.- Iniciación de los trámites para la adaptación del Decreto 20/1997, por el que se aprueba el reglamento de Agencias de Viajes de la Comunitat Valenciana, al artículo 163 del Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias

1.1.3.- Tramitación del borrador del Decreto del president de la Generalitat por la que se establecen los distintivos correspondientes a las empresas y establecimientos turísticos de la Comunitat Valenciana

1.1.4.- Resolución de delegación de atribuciones en los jefes de los Servicios Territoriales de Turismo

1.1.5.- Armonización Normativa. Grupo de Trabajo

#### 1.2.- REGISTRO DE EMPRESAS

#### 1.3.- GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

1.3.1.- Actualización Registro Empresas Turísticas de Servicios Complementarios

1.3.2.- Accesibilidad

1.3.3.- Declaraciones de Interés Comunitario (DICS)

#### 1.4.- TRAMITACIÓN DE RECURSOS

#### 1.5.- NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

1.5.1.- Gestión del Programa IMI

1.5.2.- Tramitación telemática

1.5.3.- Gestión de expedientes de empresas gestoras y viviendas de uso turístico a través de la plataforma CUVT-i

1.5.4.- Actualización de aplicaciones informáticas

1.5.5.- Atención al usuario: [contacta\\_turisme@gva.es](mailto:contacta_turisme@gva.es)

#### 1.6.- PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO

1.6.1.- Renovaciones de acreditaciones

1.6.2.- Elaboración de base de datos

### **1.7.- ASISTENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES Y EMPRESAS RELACIONADAS**

- 1.7.1.- Agencias de viajes, modificación Decreto 20/1997, de 11 de febrero
- 1.7.2.- Guías de Turismo
- 1.7.3.- Publicaciones

## **2.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA**

### **2.1.- PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS**

### **2.2.- CONTROL CUMPLIMIENTO NORMATIVA TURÍSTICA**

- 2.2.1.- Gestión de reclamaciones e inspección
- 2.2.2.- Actividades contra el intrusismo
- 2.2.3.- Planes de inspección
- 2.2.4.- Tramitación de Expedientes Sancionadores y Recursos

### **2.3.- DECLARACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO**

- 2.3.1.- Fiestas de Interés Turístico AUTONÓMICO
- 2.3.2.- Fiestas de Interés Turístico PROVINCIAL
- 2.3.3.- Fiestas de Interés Turístico LOCAL

### **2.4.- DECLARACIONES DE MUNICIPIO TURÍSTICO**

### **2.5.- PLANES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA**

## **3.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

### **3.1.- ACCIONES DE AFIANZAMIENTO DE LA EXCELENCIA Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

- 3.1.1.- Programa extensión del sistema integral de calidad turística en destinos (SICTED) Comunitat Valenciana 2012-2016
- 3.1.2.- Programa consolidación y promoción de *QUALITUR CLUB*
- 3.1.3.- Programa impulso a la normalización y certificación en el sector turístico
- 3.1.4.- Proyectos específicos

### **3.2.- ACCIONES DE APOYO A LOS DESTINOS TURÍSTICOS**

- 3.2.1.- Programas de Ayudas dirigidas a Entidades Locales de la Comunitat Valenciana
- 3.2.2.- Programas de Ayuda a Empresas turísticas de la Comunitat Valenciana
- 3.2.3.- Programa de Ayudas dirigidas a la celebración en la Comunitat Valenciana de Actividades Deportivas y Culturales

### **3.3.- GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

- 3.3.1.- Programa Estadístico
  - A.- Fuentes Propias

**B.- Colaboración con otros organismos y otras fuentes externas**

**B.1.- Colaboración con Turespaña**

**B.2.- Colaboración con el INE**

**B.3.- Colaboración con la Dirección General de Economía**

**C.- Otras fuentes**

**3.3.2.- Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2007-2010 (prorrogado)**

**3.3.3.- Sistema de Información Turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)**

**3.4.- CENTRO DE DOCUMENTACIÓN**

**3.5.- ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN**

**3.5.1.- Estudios realizados en 2016**

**3.5.2.- Otras actividades de difusión**

**3.6.- TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO**

**3.6.1.- XVIII Foro Internacional de Turismo de Benidorm y 7º Concurso de Ideas Pedro Zaragoza.**

**3.6.2.- XIX Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa**

**3.6.3.- Curso de Turismo Cultural**

**3.6.4.- Papers de Turisme**

**3.7.- ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA**

**3.7.1.- Apoyo técnico a la Presidencia y Dirección de la Agència**

**3.7.2.- Premis Turisme Comunitat Valenciana**

**4.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS**

**4.1.- INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL**

**4.2.- INFRESTRUCTURAS DE CdT's Y OTRAS ACTUACIONES**

**4.3.- SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA**

**4.4.- PIP: PROGRAMA APOYO A LA INVERSIÓN PRODUCTIVA**

**4.5.- ACTUACIONES EN CENTROS BTT's**

**4.6.- ASESORAMIENTO E INFORMACIÓN TÉCNICA**

**5.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN Y RELACIÓN CON LAS UNIVERSIDADES**

**5.1.- ACCIONES DE INNOVACIÓN TURÍSTICA – INVAT·TUR**

**5.1.1.- Inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica**

**5.1.2.- Apoyo al emprendimiento en TURISMO – INVAT·TUR EMPRENDE**

**5.1.3.- Proyectos I+D+I**

**5.1.4.- Laboratorio de cocina**

**5.1.5.- Comunicación y transferencia de resultados**

**5.2.- ACCIONES DE RELACIÓN CON LAS UNIVERSIDADES**

## 6.- ACTIVIDADES EN MATERIA DE FORMACIÓN Y ACELERACIÓN EMPRESARIAL

### 6.1.- FORMACIÓN

- 6.1.1.- Cualificación Continua
- 6.1.2.- Formación para el Empleo
- 6.1.3.- CdTJOBS: Portal de Empleo Turístico
- 6.1.4.- Canal CdT Televisión
- 6.1.5.- Apoyo a iniciativas de Promoción y Difusión

### 6.2.- PROGRAMA *ACCETUR*: ACELERADOR EMPRESARIAL Y DEL ACCESO DE EMPRENDEDORES AL MERCADO DEL TURISMO

## 7.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y PRODUCTO

### 7.1.- ACTUACIONES DIRIGIDAS A PÚBLICO FINAL Y A PROFESIONALES DEL SECTOR

### 7.2.- ACTUACIONES GENÉRICAS DE PRODUCTO

### 7.3.- ACTUACIONES DE PROMOCIÓN ON LINE EN MERCADOS EMISORES (DIGITAL MARKETING)

### 7.4.- TURISMO CULTURAL Y RUTAS TURÍSTICAS

- 7.4.1.- Colaboración en festivales y eventos
- 7.4.2.- Ruta de la Seda
- 7.4.3.- Ruta de los Borja
- 7.4.4.- Ruta del Grial

### 7.5.- TURISMO FAMILIAR

- 7.5.1.- Feria FITUR: difusión de oferta y reuniones de trabajo
- 7.5.2.- Jornada "Oportunidades de negocio Turístico: el turismo familiar, especial referencia al mercado francés"
- 7.5.3.- FAM TRIP orientado a producto de Turismo Familiar
- 7.5.4.- FAM TRIP producto para Red Tourist-Info de la Comunitat Valenciana

### 7.6.- TURISMO NÁUTICO Y BUCEO

- 7.6.1.- Promoción mediante asistencia a ferias especializadas
- 7.6.2.- Jornadas de trabajo y difusión del producto
- 7.6.3.- Publicaciones para la promoción turística

### 7.7.- TURISMO ACTIVO

- 7.7.1.- Turismo Ecuestre
- 7.7.2.- Cicloturismo y Centres BTT

### 7.8.- MEDITERRÁNEO RURAL: TURISMO DE INTERIOR Y DE NATURALEZA

- 7.8.1.- Estrategia de creación de producto
- 7.8.2.- Productos relacionados con el Ecoturismo
  - A.- Turismo ornitológico
  - B.- Astroturismo
- 7.8.3.- Productos relacionados con el desarrollo rural y la gastronomía

- A.- Agroturismo y pescaturismo
- B.- Oleoturismo
- 7.8.4.- Productos relacionados con la interpretación patrimonial a través de rutas
  - A.- Camins de dinosaures. Turismo paleontològic
  - B.- Ruta de los últimos cátaros
  - C.- Red de centros de arte contemporáneo en el entorno rural de la Comunitat Valenciana
- 7.8.5.- Club de Producto Temps
- 7.9.- **TURISMO DE INCENTIVOS, REUNIONES, CONGRESOS Y EVENTOS (MICE)**
- 7.10.- **TURISMO DE GOLF**
  - 7.10.1.- Ferias y Torneos
  - 7.10.2.- Viajes Familiarización y Prensa
  - 7.10.3.- Otras acciones
- 7.11.- **TURISMO ACCESIBLE**
- 7.12.- **TURISMO LGBTI**
- 7.13.- **TURISMO LUJO**

## **8.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE MARKETING ONLINE, COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA TURÍSTICA**

- 8.1.- **REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD**
  - 8.1.1.- Creatividad Mediterráneo en Vivo
  - 8.1.2.- Campaña de publicidad nacional 2016-2017
  - 8.1.3.- Campaña final de año y refuerzo Fitur-2016
  - 8.1.4.- Inserciones publicitarias
  - 8.1.5.- Audiovisuales y apoyo a Promoción en adaptaciones gráficas
- 8.2.- **COLABORACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS, DESTINOS Y EN LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES DE MARKETING EN MERCADOS DE INTERÉS PRIORITARIO**
- 8.3.- **MARKETING ON LINE**
  - 8.3.1.- Portal turístico comunitatvalenciana.com
  - 8.3.2.- Red de blogs
  - 8.3.3.- Vídeo Marketing y otros desarrollos
  - 8.3.4.- E-marketing, campaña de comunicación global
  - 8.3.5.- Gestión de Redes Sociales
- 8.4.- **CRM**
- 8.5.- **ACCIONES FUERA DE CAMPAÑA**
  - 8.5.1.- Campaña nacional de colaboración con OTAS
  - 8.5.2.- Colaboración con Bloggers turísticos
  - 8.5.3.- Colaboración con Bloggers: Accesibilidad
- 8.6.- **TRAVEL OPEN APPS 2016**

## **8.7.- COMUNICACIÓN OFF LINE: PUBLICACIONES Y CONTENIDO GRÁFICO**

**8.7.1.-** Reimpresiones y Nuevas Ediciones

**8.7.2.-** Creación gráfica

**8.7.3.-** Otras actividades

**A.-** Merchandising

**B.-** Banco de imágenes turísticas

## **9.- ACTIVIDADES PROGRAMA RED DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

**9.1.- COBERTURA DE LA RED E INDICADORES DE SERVICIO**

**9.2.- ORIENTACIÓN AL CLIENTE: EL PLAN DE CALIDAD**

**9.3.- ASISTENCIA Y SOPORTE A LOS DESTINOS, EMPRESAS Y ENTIDADES**

**9.4.- COLABORACIÓN CON LOS CENTROS FORMATIVOS Y UNIVERSIDADES  
VALENCIANAS**

**9.5.- CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN**

**9.6.- SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

**9.7.- PROYECTOS DE INNOVACIÓN**

**9.8.- FOMENTO DE LA HOSPITALIDAD TURÍSTICA**



## 1.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

### 1.1.- NORMATIVA

#### 1.1.1.- Anteproyecto de la Ley, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana.

Durante 2016 se ha elaborado el borrador del anteproyecto de la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad que sustituirá a la vigente Ley de Turismo de la Comunitat Valenciana de 21 de mayo de 1998, y se ha sometido al trámite de información pública.

La futura Ley se elabora con el objeto de regular e impulsar:

- La promoción y ordenación de la actividad turística de la Comunitat Valenciana y el impulso de actividades de ocio vinculadas a aquella.
- El fomento y la modernización del sector.
- La hospitalidad como elemento diferenciador en la relación entre residentes y turistas.
- Un marco normativo que propicie que las Administraciones Públicas promuevan la preservación y mejora de los recursos turísticos y su planificación y vertebración en el territorio.
- El régimen sancionador aplicable.

Todo ello teniendo en cuenta:

- Nuevos fenómenos, como la economía colaborativa, las nuevas tecnologías, las redes sociales y su influencia en el consumidor o la gestión inteligente de los destinos.
- El medioambiente, la historia, la cultura, las tradiciones, el territorio y el paisaje de la Comunitat Valenciana.
- Los principios del Código ético del Turismo.

El borrador de la nueva Ley contempla e impulsa la gestión colaborativa y corresponsable, impone compromisos de actuación para la Generalitat y prevé órganos para la coordinación de la acción turística y la participación ciudadana en la acción pública. Declara el territorio de la Comunitat Valenciana “activo turístico” y lo considera el elemento esencial que sostiene sus componentes de excelencia, claves de la competitividad turística a través de su puesta en valor. Contiene y regula acciones básicas para impulsar la competitividad turística y los principios básicos de ordenación del sector, incluido el régimen sancionador en su caso aplicable.

En definitiva, el ocio como vivencia lúdica; la hospitalidad como actitud conciliadora de expectativas; la ética como conjunto de principios y actuaciones públicas y privadas vinculadas al sector; la gobernanza turística como guía para el desarrollo económico, social e institucional; el territorio y el paisaje como elemento esencial del desarrollo del turismo en la Comunitat; y los compromisos de sostenibilidad, seguridad, competitividad, calidad, agilidad, transparencia y participación y corresponsabilidad en la gestión turística, estarán presentes en el sector tan pronto el borrador se convierta en Ley, una vez finalizada la correspondiente tramitación parlamentaria.

**1.1.2.- Iniciación de los trámites para la adaptación del Decreto 20/1997, por el que se aprueba el reglamento de Agencias de Viajes de la Comunitat Valenciana, al artículo 163 del Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias.**

El sector de las Agencias de Viajes, parte esencial del engranaje turístico, se ha visto y ve afectado por los constantes cambios de la realidad social y económica y por los avances tecnológicos que influyen decisivamente en la configuración y prácticas utilizadas por quienes organizan y venden servicios turísticos.

Las 884 agencias de viajes que, con sede en la Comunitat Valenciana, ofertan y venden viajes combinados, vacaciones combinadas y circuitos combinados, representan una parte significativa del mercado de los viajes, mercado que cada vez evoluciona más rápidamente al haberse convertido Internet en un medio cada vez más importante de comercialización de servicios de viaje. En la actualidad, los servicios de viaje no sólo se combinan en forma de viajes combinados preestablecidos tradicionales, sino que con frecuencia se combinan a medida.

Por otra parte, desde que en el año 1990 la Unión Europea dictara una Directiva reguladora de los viajes combinados, los países integrantes de la Unión han legislado para garantizar no sólo la protección de los usuarios turísticos que contratan viajes, sino también la eliminación de los obstáculos para los empresarios que desean desarrollar actividades transfronterizas.

Sin embargo, tras los esfuerzos realizados por los Estados en este sentido, la diversidad de legislaciones ha impulsado a la Unión Europea a dictar una nueva Directiva, la Directiva 2015/2302, del Parlamento Europeo y del Consejo, que no sólo modifica el régimen de protección y de garantías del consumidor, aumentándolas, sino que incorpora la regulación de una nueva forma de comercialización de servicios turísticos, realizada fundamentalmente por Internet, donde el usuario directamente selecciona los servicios que desea y que esta Directiva denomina, “servicios de viaje vinculados”.

Esta nueva Directiva, reguladora de los viajes combinados y de los servicios de viaje

vinculados, concede a los Estados, responsables de la incorporación al Derecho interno de su contenido, un amplio plazo, hasta julio de 2018, para dictar cuantas disposiciones resulten necesarias para dar cumplimiento a lo en ella establecido.

No obstante este amplio plazo, uno de los extremos de dicha Directiva, concretamente el relativo a la protección frente a la insolvencia del prestador del servicio, fue incorporado al Derecho español mediante la modificación del artículo **163** del Estatuto de los Consumidores, legislación esta que, por su carácter básico, debe cumplirse en todo el territorio español y, por ende, en la Comunitat Valenciana.

Por todo ello, en el ámbito de la Conferencia Sectorial de Turismo se constituyó un **grupo de trabajo** específico, a efectos de **armonizar las regulaciones autonómicas en materia de viajes combinados**, por la incidencia que puede tener a efectos del cumplimiento del principio de eficacia en todo el territorio nacional y de la no exigencia de garantía o seguro adicional a los suscritos en otra Comunidad Autónoma con carácter equivalente.

En la **Mesa de Directores Generales de Turismo** se ha **consensuado un texto** en relación con la garantía que los organizadores y los minoristas de viajes combinados están obligados a constituir, con carácter previo al ejercicio de su actividad, y mantener de forma permanente para **responder** con carácter general del **cumplimiento de la obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios** frente a los contratantes de un viaje combinado y, especialmente, en caso de **insolvencia**, del reembolso efectivo de todos los pagos realizados por los viajeros o por un tercero en su nombre, en la medida en que no se hayan prestado los servicios correspondientes y, en caso de que se incluya transporte, de la **repatriación** efectiva de los mismos, sin perjuicio de que se pueda ofrecer la continuación del viaje.

Ello ha motivado que se hayan iniciado durante 2016 los estudios precisos para modificar el Decreto 20/1997, de 11 de febrero, por el que se aprueba el reglamento de Agencias de Viajes de la Comunitat Valenciana.

### **1.1.3.- Tramitación del borrador del Decreto del president de la Generalitat por la que se establecen los distintivos correspondientes a las empresas y establecimientos turísticos de la Comunitat Valenciana.**

Durante 2016, y como consecuencia de la nueva configuración del Consell de la Generalitat y de la asignación de competencias entre sus miembros, se tramitó mediante un decreto del president de la Generalitat, la modificación de la Orden 2/2010, de 29 de marzo, de la Conselleria de Turismo, por la que se establecen los distintivos correspondientes a las empresas y a los establecimientos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Los distintivos contarán con un diseño e imagen que facilitará la identificación del tipo de

empresa y establecimiento, satisfaciendo así las expectativas de los agentes del sector. Y todo ello porque la regulación de buena parte del sector de alojamiento, acordada en los últimos años, introduce nuevas figuras y clasificaciones que no podían identificarse por ser posteriores a la Orden del año 2010, vigente en la actualidad y que el nuevo Decreto del President sustituirá.

**El proyecto de decreto en síntesis, supone:**

- A-** La creación de tres nuevos distintivos para Albergue urbano o Albergue de ciudad, Áreas de pernocta en tránsito para autocaravanas y Turismo Activo.
- B-** La modificación del distintivo de los campings introduciendo las estrellas (5, 4, 3, 2 y 1 estrella) desapareciendo la denominación de gran Confort, Primera y Segunda.
- C-** La incorporación en el distintivo de las Casas Rurales, de las estrellas en color verde en la parte superior, y en su caso la mención Lujo.
- D-** La incorporación en el distintivo de Hoteles y Hoteles-apartamento, del calificativo Gran Lujo o Superior.
- E-** La desaparición de las estrellas en el distintivo para Hostales.
- F-** La desaparición de la modalidad de Hoteles-Residencia, Hoteles-Apartamento-Residencia y Hostales-Residencia.

La exhibición de los distintivos será obligatoria, junto a su entrada principal, para empresas y establecimientos, con la salvedad de los Bares – para los que la exhibición es voluntaria- y de las Viviendas Turísticas, que podrán optar entre exhibirlo en el interior o en el exterior de la vivienda.

Actualmente el mencionado decreto se encuentra pendiente de firma y publicación en el DOCV.

#### **1.1.4.- Resolución de delegación de atribuciones en los jefes de los Servicios Territoriales de Turismo.**

Con el fin de actuar con el mayor grado posible de eficacia, agilidad y racionalización administrativa, mediante Resolución de 29 de noviembre de 2016 se delegaron en los jefes de los servicios territoriales de Valencia, Castellón y Alicante, en el territorio de su respectiva provincia, las funciones atribuidas a la Directora General de Turismo respecto de la facultad de resolver los expedientes de baja y cancelación de inscripción de las empresas y establecimientos turísticos en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana.

#### **1.1.5.- Armonización Normativa. Grupo de Trabajo.**

En aplicación de los mandatos de la Ley 20/2013, de Garantía de la Unidad de Mercado (LGUM), y como resultado de los acuerdos de la Conferencia Sectorial de Turismo y Mesas

de Directores Generales de Turismo, se constituyeron Grupos de Trabajo para conseguir la armonización normativa en diferentes áreas sectoriales. Durante 2016, se reunieron los **Grupos de Trabajo** de las Áreas de: Agencias de Viajes; Viviendas de uso Turístico y Guías de Turismo.

## 1.2.- REGISTRO DE EMPRESAS

En la Gestión del Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas, se han llevado a cabo las siguientes inscripciones de altas, bajas, desistimientos y dispensas:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros	<b>63</b>
Campings y áreas de pernocta	<b>7</b>
Empresas turísticas de servicios complementarios	<b>51</b>
Restauración	<b>1132</b>
Turismo activo	<b>71</b>
Alojamientos turísticos rurales	<b>100</b>
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	<b>6</b>
Empresas gestoras de viviendas turísticas	<b>201</b>
Viviendas turísticas	<b>12.848</b>
Agencias de Viajes	<b>219</b>

Tras el cumplimiento del plazo de adaptación a que se refiere la disposición transitoria única del Decreto 6/2015, de 23 de enero, del Consell, regulador de los campings y de las áreas de pernocta en tránsito para autocaravanas de la Comunitat Valenciana y del Decreto 75/2015, de 15 de mayo, del Consell regulador de los establecimientos hoteleros de la Comunitat Valenciana, se han realizado las reclasificaciones de oficio de los establecimientos inscritos y de los establecimientos cuyos titulares han comunicado que se han adaptado a esta norma, con el siguiente detalle:

ESTABLECIMIENTOS RECLASIFICADOS	NÚM.
Establecimientos hoteleros	<b>1031</b>
Campings	<b>114</b>

## 1.3.- GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

### 1.3.1.- Actualización Registro Empresas Turísticas de Servicios Complementarios

Durante 2016 se ha continuado con el proceso de informatización de la inscripción de las empresas turísticas de servicios complementarios, previos los trámites de audiencia de confirmación de datos con los titulares de dichas empresas.

Igualmente se está procediendo al diseño de una nueva aplicación a través de la plataforma MASTIN, de los circuitos necesarios para la inscripción de estas empresas.

### 1.3.2.- Accesibilidad

Con el objetivo final de ir consiguiendo **una oferta turística competitiva y adaptada** a personas con diversidad funcional que permita al sector acceder a este mercado, se vienen realizando las actuaciones de comprobación de la disponibilidad de instalaciones y servicios accesibles que figuran a continuación, dentro del concepto global de COMUNITAT VALENCIANA: TURISMO PARA TODOS.

Las **auditorías** de comprobación realizadas en los **alojamientos turísticos** durante el ejercicio **2016** son las siguientes:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros auditados	145
Establecimientos hoteleros adaptados	35
Establecimientos hoteleros practicables (con necesidad de acompañante)	52
Albergues rurales auditados	3
Albergues de ciudad auditados	1
Campings auditados	3
Campings de turismo adaptados	7
Restaurantes auditados	-
Viviendas turísticas	1

### 1.3.3.- Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)

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 el año 2016, en la Comunitat Valenciana se han tramitado **66 solicitudes de informes** sobre Declaración o Exención de Declaración de Interés Comunitario.

INFORMES DE DICs	NÚM.
Declaraciones de Interés Comunitario	31
Exenciones de Declaración de Interés Comunitario	35

#### 1.4.- TRAMITACIÓN DE RECURSOS

De conformidad con la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común se han tramitado y resuelto los siguientes recursos:

RECURSOS	NÚM.
Recursos de alzada	13
Recurso potestativo de reposición	1
Recurso extraordinario de revisión	1

#### 1.5.- NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

##### 1.5.1.- Gestión del 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 Estado Miembros, con objeto de garantizar la supervisión de las actividades de prestación de servicios y de reconocimiento de cualificaciones profesionales, tal como si un prestador de servicios está legalmente establecido en otro Estado miembro, si está autorizado a ejercer una determinada actividad, si un documento ha sido realmente expedido por una autoridad competente, etc.

Con su gestión se da 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.

EXPEDIENTES DE CONSULTA	NÚM.
Agencias de Viajes	2
Guías de Turismo	6

##### 1.5.2.- Tramitación telemática.

En 2016 se han recibido, vía telemática, un total de **594 solicitudes de tramitación** efectuadas por los usuarios utilizando este servicio de simplificación administrativa, lo que ha supuesto un notable incremento (alrededor de un 315%) en el volumen de solicitudes telemáticas presentadas respecto del año 2015 (143), distribuyéndose según su tipología de la siguiente manera:

TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros	<b>21</b>
Agencias de viajes	<b>8</b>
Establecimientos de restauración	<b>174</b>
Empresas gestoras de viviendas turísticas	<b>25</b>
Empresas de turismo activo	<b>21</b>
Establecimientos de alojamiento rural	<b>4</b>
Actividad viviendas turísticas	<b>321</b>
Campings	<b>2</b>
Empresas turísticas de servicios complementarios	<b>6</b>
Reclamaciones a empresas turísticas	<b>12</b>

### 1.5.3.- Gestión de expedientes de empresas gestoras y viviendas de uso turístico a través de la plataforma CUVT-i.

La **plataforma CUVT-i** es una herramienta informática que facilita el procedimiento de comunicación telemática de uso de viviendas turísticas para las empresas gestoras.

Durante 2016, se han contabilizado las siguientes inscripciones en la plataforma:

EMPRESAS GESTORAS	NÚM.
Altas	<b>191</b>

VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO	NÚM.
Altas	<b>7.169</b>
Bajas	<b>2.205</b>

### 1.5.4.- Actualización de aplicaciones informáticas.

Tras la entrada en vigor de los nuevos decretos reguladores de alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana y de las leyes 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, se ha trabajado en la adaptación de los documentos y procedimientos administrativos de inscripción en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana.

### 1.5.5.- Atención al usuario: [contacta\\_turisme@gva.es](mailto:contacta_turisme@gva.es)

L'Agència Valenciana del Turisme tiene a disposición de los usuarios la Web Institucional por la que, a través del correo electrónico [contacta\\_turisme@gva.es](mailto:contacta_turisme@gva.es) se reciben consultas,



peticiones y solicitudes de información sobre aplicación de las normas del sector turístico. Las consultas recibidas por esta vía sobre la normativa turística son:

CONSULTAS RECIBIDAS	NÚM.
EMPRESAS TURÍSTICAS	294
PROFESIONES TURÍSTICAS GUÍAS DE TURISMO	32

## 1.6.- PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO.

### 1.6.1.- Renovaciones 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 deberá renovarse, en todo caso, cada cinco años contados desde su obtención y, también, siempre que varíe cualquier dato de los que contenga. Durante 2016 se han realizado **91 renovaciones**.

### 1.6.2.- Elaboración de base de datos.

Se ha elaborado una base de datos con las consultas referentes a la próxima convocatoria de pruebas de habilitación de guías de turismo.

## 1.7.- ASISTENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES Y EMPRESAS RELACIONADAS

### 1.7.1.- Agencias de viajes, modificación Decreto 20/1997, de 11 de febrero:

Durante 2016 se han mantenido reuniones con el sector valenciano de Agencias de Viajes para encontrar una fórmula que, sin perjudicar sus intereses, permita dar cumplimiento a las modificaciones introducidas en el artículo 163 del Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y a las que lleve consigo la incorporación al Derecho interno español del contenido de la Directiva 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados.

### 1.7.2.- Guías de Turismo:

Durante 2016 también se han mantenido reuniones con la **Asociación de Guías Oficiales de la Comunitat Valenciana**, integrada por representantes de Valencia, Castellón y Alicante, con el objeto de tratar la compartida preocupación por el intrusismo en la actividad y el deseo de la Asociación de colaborar con la administración turística en la convocatoria de pruebas de habilitación de guías de turismo de la Comunitat Valenciana.

### 1.7.3.- Publicaciones:

En 2016 se publicaron **4 nuevas guías** con el objetivo de difundir la normativa turística de aplicación en la Comunitat Valenciana.

Y se editaron ejemplares de los decretos reseñados a continuación, tras la publicación en años anteriores de los textos consolidados correspondientes en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana:

- **Decreto 22/2012**, de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana.
- **Decreto 92/2009**, de 3 de julio, del Consell, por el que se aprueba el reglamento regulador de las viviendas turísticas denominadas apartamentos, villas, chalés, bungalows y similares, y de las empresas gestoras, personas jurídicas o físicas, dedicadas a la cesión de su uso y disfrute, en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.
- **Decreto 184/2014**, de 31 de octubre, del Consell, regulador del alojamiento turístico rural en el interior de la Comunitat Valenciana.
- **Decreto 75/2015**, de 15 de mayo, del Consell, regulador de los establecimientos hoteleros de la Comunitat Valenciana.

## 2.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA

### 2.1.- PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

Las actuaciones de prevención y protección contra incendios se han dirigido a los establecimientos de alojamiento turístico y a tal efecto se han llevado a cabo durante 2016 32 visitas en toda la Comunitat Valenciana, según el siguiente detalle:

TIPO INSPECCIÓN	Alicante	Castellón	Valencia	Total
<b>Inspecciones incendios favorables</b>	4	7	7	<b>18</b>
<b>Inspecciones incendios no favorables</b>	8	6	0	<b>14</b>
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>32</b>

En 2016 se ha continuado con la campaña de inspección en materia de prevención y protección contra incendios en los establecimientos de alojamiento turístico, transcurridos cinco años desde los primeros dictámenes positivos, comprobándose por la inspección realizada por los ingenieros habilitados que los establecimientos mantienen en orden las medidas de seguridad contra incendios, tanto del conjunto de instalaciones técnicas en el edificio, como de su mantenimiento y disponibilidad permanente, así como de su manejo, formación y organización de su personal.

La gestión del programa consiste en la realización de visitas de inspección por los citados ingenieros habilitados ordenadas desde el Servicio de asistencia e inspección turística con la finalidad de garantizar la seguridad de las personas como objetivo de la administración turística a través de certificación de acreditación favorable.

En un futuro, se prevé trasladar la responsabilidad del cumplimiento de la normativa vigente en materia de seguridad a los responsables de las empresas y administraciones competentes por razón de la materia.

## **2.2.- CONTROL CUMPLIMIENTO NORMATIVA TURÍSTICA**

### **2.2.1.- 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 los usuarios y detectar las actividades que operen en la clandestinidad, durante el ejercicio 2016 se han realizado las siguientes acciones:

- Gestión de reclamaciones: Se han recibido y tramitado 1.246 reclamaciones de usuarios turísticos con el siguiente desglose: en Alicante 554 (Benidorm incluido) en Valencia 425 y en Castellón 267.
- Inspecciones: Respecto a la actividad inspectora, se han realizado 2.377 actuaciones, repartiéndose como se indica a continuación: en Alicante 704 (Benidorm incluido), en Castellón 775 y en Valencia 898.

### **2.2.2.- Actividades contra el intrusismo.**

Desde este departamento de turismo se impulsan políticas de control a través de la inspección turística dirigidas a la mejora de la calidad y los servicios que incluyen actuaciones de comprobación en los grandes portales de reservas para investigar la publicidad de la oferta inscrita, canal que en la actualidad es el más empleado por los turistas y los particulares que ofrecen sus viviendas, así como todas aquellas destinadas a garantizar la calidad de los servicios que se prestan y de los derechos de los usuarios turísticos, junto al control e información para el turistas

En ese sentido, en febrero del 2016, se iniciaron actuaciones de carácter disciplinario que derivaron en la incoación de 24 expedientes sancionadores a 8 plataformas de Internet que comercializan viviendas turísticas.

Resultado de dichas actuaciones fue la colaboración por parte de diversas plataformas al manifestar la voluntad por cumplir con la normativa autonómica que obligaba a publicitar el número de inscripción de la vivienda turística en los portales, iniciando cambios

técnicos correspondientes para dar correcto cumplimiento en sus respectivas webs.

La administración valoró positivamente ésta nueva línea de actuación, y procedió al archivo de los expedientes sancionadores. Sin embargo, se comprobó por la inspección turística que otras plataformas continuaban actuando sin cumplir con lo establecido en la Ley 3/98 de Turismo, y por tanto ante dicha omisión calificada como falta muy grave del artículo 52.5 de la ley, el pasado mes de junio de 2016 se procedió a incoar **tres** expedientes sancionadores a las **plataformas de Internet HomeAway, Niumba y Milanuncios**, por no publicitar en sus páginas Web los números de registro de las viviendas turísticas que comercializan. A 31 de diciembre de 2016 cada uno de los expedientes se encontraba en distintas fases del procedimiento administrativo.

Adicionalmente se han iniciado en diciembre 2016 cuatro nuevos expedientes sancionadores a las plataformas de Internet siguientes: **Airbnb, Fotoalquiler, Rentalia y Yaencontre-Jahetrobat**.

### 2.2.3.- Planes de inspección

Desde los servicios centrales anualmente se diseñan los “Planes de Inspección” conforme a las necesidades de cada actividad turística y los recursos personales disponibles, destacando la campaña especial de sensibilización contra el intrusismo en apartamentos turísticos con acciones centradas principalmente en actuaciones de la inspección on line relacionadas con los grandes portales de reservas, nacionales e internacionales.

Los planes se dividen en dos partes, una general dirigida a elaboración de informes, levantamiento de actas y comprobación de reclamaciones; y otra con actuaciones concretas diseñadas para sectores de actividad específicos, que se ejecutan de manera coordinada en las tres provincias de la Comunitat.

#### Campaña de verano 2016.

La campaña de verano dirigida a la lucha contra el intrusismo en viviendas turísticas se ha realizado con total normalidad, destacando la buena colaboración con la policía autonómica. Como novedad, señalar la independencia de la actuación de la policía autonómica con respecto a la actuación del año anterior - la cual estaba unida a la inspección turística -, manteniendo la estrecha coordinación con la inspección turística adscrita a los servicios territoriales de turismo.

Comprendió los meses de **julio, agosto y 1ª quincena septiembre 2016** y de la misma se desprende el trabajo conjunto de la policía autonómica y de los inspectores de turismo que alcanza el resultado en cuanto a visitas, actas e informes siguientes:

	Nº VISITAS	Nº ACTAS	Nº INFORMES
PROVINCIA <b>ALICANTE</b>	5.536	29	26
PROVINCIA <b>CASTELLÓN</b>	447	13	33
PROVINCIA <b>VALENCIA</b>	3.743	13	86

Es destacable el esfuerzo realizado a lo largo de las campañas estivales, que han llevado a obtener los siguientes resultados globales anuales de las altas en viviendas turísticas en el periodo **2014-2016**:

	2014	2015	2016	TOTAL
PROVINCIA <b>ALICANTE</b>	2.303	3.578	7.010	12.891
PROVINCIA <b>CASTELLÓN</b>	803	1.852	2.658	5.313
PROVINCIA <b>VALENCIA</b>	747	955	3.180	4.882
<b>TOTAL</b>	3.853	6.385	12.848	23.086

#### 2.2.4.-Tramitación de Expedientes Sancionadores y Recursos

El número de expedientes sancionadores gestionados en 2016 en la Comunidad Valenciana son 164, de los que 54 corresponden a Alicante; 42 a Castellón y 68 a Valencia. Se han presentado y resuelto conforme al artículo 121 de la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, 11 recursos administrativos de alzada, de los que 6 corresponden a Alicante; 2 a Castellón y 3 a Valencia.

#### 2.3.- 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, en el ejercicio 2016 se han realizado 8 declaraciones de fiestas de interés turístico, de las cuales, 3 son fiestas de Interés Turístico Autonómico, 3 son fiestas de Interés Turístico Provincial y 2 son fiestas de Interés Turístico Local.

##### 2.3.1.- Fiestas de Interés Turístico AUTONÓMICO

1. **“La rompida de la hora” de L'Alcora (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 26 de febrero de 2016 (DOCV 04/03/2016).
2. **“Primer corte de la miel” de Ayora (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario

Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha de 29 de marzo de 2016 (DOCV 30/05/2016).

3. **“Fiestas de moros y cristianos” de IBI (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 19 de mayo de 2016 (DOCV 14/06/2016).

### 2.3.2.- Fiestas de Interés Turístico PROVINCIAL

1. **“La Purísima” de Ontinyent (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 25 de enero de 2016 (DOCV de 02/02/2016).
2. **“Fiestas Patronales de Nuestra Señora de la Asunción” de Ayora (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha de 28 de julio de 2016 (DOCV de 02/08/2016).
3. **“Sant Antoni del porquet” de Relleu (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha de 17 de septiembre de 2016 (DOCV 24/11/2016).

### 2.3.3.- Fiestas de Interés Turístico LOCAL

1. **“Moros y Cristianos” Alzira (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha de 9 de septiembre de 2016 (DOCV 14/09/2016).
2. **“Semana Santa” Catral (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha de 28 de julio de 2016 (DOCV 23/08/2016).

### 2.4.- DECLARACIONES DE MUNICIPIO TURÍSTICO

Durante el año 2016 se han declarado los siguientes **6** municipios como **“Municipio Turístico”** a través del **Decreto 50/2016** de 29 de abril, del Consell (DOCV de 5 de mayo de 2016):

- Argelita,
- Atzeneta del Maestrat
- Cervera del Maestre
- Fanzara
- Gestalgar
- Torralba del Pinar

Por otro lado, se han gestionado **7 declaraciones provisionales**, para los municipios de:

1. **Llutxent**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 26/04/2016 (DOGV 09-05-2016).
2. **Torres Torres**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 26/04/2016 (DOGV 06-05-2016).
3. **Bolbaite**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 12/05/2016 (DOGV 08-06-2016).
4. **Quart de Poblet**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 15/06/2016 (DOGV 08-07-2016).
5. **Rosell**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 20/07/2016 (DOGV 01-08-2016).
6. **Fontanars dels Alforins**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 04/09/2016 (DOGV 28/10/2016).
7. **San Joan de Moro**, por Resolución del Secretario Autonómico de l'Agència Valenciana del Turisme, de fecha 21/10/2016 (DOGV 23/11/2016).

Estos municipios están a la espera de su declaración definitiva, como “municipio turístico”.

## 2.5.- PLANES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Al objeto de mantener la competitividad de nuestra oferta turística y su posición en el mercado nacional e internacional es imprescindible crear una estrategia conjunta de las administraciones públicas y del sector privado que cristalice en la asunción de compromisos concretos por parte de los agentes que intervienen en la configuración y la oferta de los servicios turísticos.

Con esa finalidad, la Generalitat, a través de la Agència Valenciana del Turisme, lanza la iniciativa de los Planes de Competitividad Turística de los Destinos de la Comunitat Valenciana, abiertos a distintas fórmulas de colaboración público-privada con las Diputaciones Provinciales, Entes Locales y a las asociaciones empresariales del sector turístico.

Estos Planes 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.

El desarrollo de los Planes de Competitividad Turística 2016 se ha articulado a través de la firma de un Protocolo General de colaboración, con un ámbito temporal de 3 años, entre la Agència Valenciana del Turisme, las Diputaciones Provinciales, las

Mancomunidades y las Asociaciones Empresariales Turísticas, y un posterior convenio de colaboración anual.

El coste de los Planes de Competitividad Turística se financia a partes iguales por las Administraciones firmantes: Agència Valenciana del Turisme, Diputaciones Provinciales y las Mancomunidades o Asociaciones intervinientes.

A tal efecto el presupuesto de la Agència Valencia del Turisme para 2016 incluía las cantidades necesarias para el desarrollo de los siguientes planes:

<b>ALICANTE:</b>	Mancomunitat L'Alcoià i El Comtat Mancomunidad Intermunicipal Vall de Pop Mancomunitat intermunicipal de la Vall del Vinalopó
<b>CASTELLÓN:</b>	<b>Mancomunidad Intermunicipal del Alto Palancia</b> <b>Mancomunidad Espadán Mijares</b> <b>Mancomunitat Comarcal Els Ports</b> <b>Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat</b>
<b>VALENCIA:</b>	<b>Mancomunidad del Alto Turia</b> <b>Mancomunitat de Municipis de la Vall d'Albaida</b> <b>Mancomunitat de la Ribera Baixa</b>

Durante 2016 **sólo** se firmaron los 7 Convenios de Colaboración correspondientes a las provincias de Castellón y Valencia, para el desarrollo de los Planes de Competitividad Turística de distintas Mancomunidades y Asociaciones que llevaron a cabo las siguientes actuaciones:

#### **PROVINCIA DE CASTELLÓN:**

##### **MANCOMUNIDAD INTERMUNICIPAL ALTO PALANCIA**

Se ha desarrollado un plan de interpretación y señalización turística del Alto Palancia, el diseño de una estrategia de productos turísticos (recursos/productos vinculados a cada municipio) así como un plan de comunicación y posicionamiento de los mismos: folletos, campañas de comunicación TV, suministro de un banco de imágenes fotográfico, spot promocional, audiovisual inmersivo fulldome y sistema de proyección fulldome. Por otro lado se ha implementado un plan para poner en valor la oferta de eventos agroalimentarios y artesanales de la zona, se ha diseñado la imagen de marca y desarrollado un soporte web del portal de la Mancomunidad, multi-dispositivo y multilingüe, todo ello gestionado por una gerencia profesional.

##### **MANCOMUNIDAD ESPADÁN MIJARES**

Las actuaciones han ido encaminadas vertebrar los recursos turísticos de los municipios a través de la red de senderos, a fin de incluirlos en la Red de Senderos de la Comunitat



Valenciana, creando un sendero de Gran Recorrido que ofrezca una ruta circular entre los 15 municipios de la Mancomunidad: se ha adecuado, señalizado y homologado la red de senderos así como las áreas recreativas y los accesos a fuentes naturales. Para ello se ha adquirido la maquinaria necesaria para realizar las tareas de desbroce y limpieza de vegetación.

#### **MANCOMUNIDAD COMARCAL ELS PORTS**

Las actuaciones han consistido en la creación de la imagen corporativa turística comarcal y su logotipo, creando 11 imágenes de productos ligadas a la imagen genérica, y la creación de una plataforma on-line de comercialización de productos y servicios; se ha desarrollado un proyecto de rutas comarcales temáticas (senderistas, btt, cicloturistas, temáticas históricas y monumentales) señalizándolas; se han adecuado entornos naturales y turísticos de cada municipio y se han realizado acciones de promoción, todo ello gestionado por una gerencia profesional.

#### **ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL CATÍ, CULLA, BENASSAL Y ARES DEL MAESTRAT**

La actuación principal ha consistido en la redacción de un plan estratégico de excelencia turística. Paralelamente se han desarrollado diversas actuaciones encaminadas a promocionar el legado histórico (Fira Catí Peraires, Fira d'Oficis...) y el patrimonio arquitectónico, junto con una oferta lúdica: actuaciones musicales, talleres para niños... Se ha hecho promoción y publicidad de las distintas actividades y se han acondicionado distintos edificios emblemáticos: la llotja de Catí, la presó de Culla...

#### **PROVINCIA DE VALENCIA:**

##### **MANCOMUNIDAD ALTO TURIA**

Las actuaciones llevadas a cabo han consistido en la creación de la imagen corporativa, la elaboración de un plan de marketing y de comercialización y la elaboración de material divulgativo y promocional con campañas de comunicación, suministro de un banco de imágenes fotográfico, spot promocional, etc.; se ha desarrollado un plan de adecuación, mejora y difusión de la red de senderos del Alto Turia, elaborando la maqueta, a escala real, de un dinosaurio y, finalmente, se ha participado en eventos promocionales, todo ello desarrollado por una gerencia profesional.

##### **MANCOMUNITAT DE LA RIBERA BAIXA**

Se han realizado actuaciones dirigidas a la rehabilitación del patrimonio, como la rehabilitación de parte del Molí de Montsalvà y la restauración de alguna de sus piezas; se ha editado material divulgativo y promocional: folletos de senderismo, de gastronomía, una guía general de la comarca y una virtual de fiestas; se ha hecho difusión de la mancomunitat en medios especializados y se ha actualizado la página web, traduciendo la guía virtual a inglés.

### **MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS DE LA VALL D'ALBAIDA**

Se ha llevado a cabo el diseño de la marca institucional y turística de la Mancomunitat así como el manual de identidad corporativa; se ha desarrollado un proyecto de diseño, señalización y creación de una red de cicloturismo comarcal, se ha adquirido diverso material informático, audiovisual y tecnológico que facilite la dinamización de la actividad turística de la comarca y se ha señalado la *Ruta Jaime I-Senda Morisca*: se trata de una ruta autoguiada concebida para ser recorrida a pie, bicicleta o coche elaborándose los contenidos y realizando el diseño y maquetación de los soportes de difusión (diseño del logo de la ruta, topología, guía de visita, soporte web, app y creación del storytelling), todo ello desarrollado por una gerencia profesional.

## **3.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

### **3.1.- ACCIONES DE AFIANZAMIENTO DE LA EXCELENCIA Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

La difusión de la cultura de la excelencia y de un comportamiento respetuoso y sensible con el medio ambiente, se instrumentaliza a través del Programa *Qualitur*. Las actuaciones desarrolladas en el marco de este programa se contextualizan en el *Plan Estratégico Global del Turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020*.

*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. Las actuaciones realizadas a lo largo de 2016 se concretan principalmente en los siguientes Programas:

- de Extensión del Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos” (SICTED) Comunitat Valenciana 2012-2016.
- de Programa Consolidación y promoción de Qualitur Club
- de Impulso a la normalización y certificación en el sector turístico
- de otros proyectos específicos

#### **3.1.1.- Programa de Extensión del Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED) Comunitat Valenciana 2012-2016.**

El SICTED, metodología de la Secretaría de Estado de Turismo, tiene como objetivo homogeneizar los niveles de calidad en los servicios que se prestan al turista/visitante en un destino turístico.

La Comunitat Valenciana lanzó el proyecto en el año 2012, tras la firma de un convenio de colaboración entre la Agència y la Secretaría de Estado de Turismo, por el cual ésta cedía

la metodología para su extensión en la Comunitat Valenciana, sin asignación presupuestaria y con cuatro años de vigencia. El 20 de julio de 2016 se procedió a la firma de un nuevo convenio de las mismas características.

Para la implantación del proyecto, la Agència Valenciana del Turisme firmó el 12 de julio de 2016 un convenio de colaboración con el Consejo Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Comunidad Valenciana, por el cual éste y las cinco entidades camerales prestaban la asistencia técnica necesaria para que las empresas y entidades de destinos SICTED pudieran obtener el distintivo *Compromiso Calidad Turística*.

A lo largo de 2016 las acciones desarrolladas en el marco de este programa han sido:

- Reuniones con los representantes institucionales de los destinos SICTED para darles a conocer el SICTED y explicar en su caso los pasos a seguir para la continuidad del proyecto.
- Apoyo en el lanzamiento del SICTED en los destinos participantes, mediante la asistencia a las jornadas de sensibilización, y concretamente a los destinos de Gandía, Xátiva y Villena, adheridos este año.
- Dotación de recursos técnicos y económicos a través del convenio anual suscrito con el Consejo de Cámaras, para que los destinos SICTED puedan implantar la metodología en los servicios turísticos de cada uno de ellos.
- Participación como vocales en las mesas de calidad creadas en los 24 destinos SICTED CV para proponer las empresas/entidades a distinguir.
- Participación en los actos de entrega de distintivos que se realizan en los municipios.
- Coordinación con la Secretaría de Estado de Turismo para representar los intereses de la oferta turística de la Comunitat Valenciana en el marco del proyecto.

Adicionalmente en el ejercicio 2016 se realizó por primera vez el Foro Interdestinos CV, con el objetivo de crear una red de gestores y generar sinergias entre los 24 destinos. En el marco del proyecto y a efectos de incrementar la visibilidad de la marca Compromiso Calidad Turística se produjeron soportes audiovisuales para difundir la imagen de calidad en los destinos SICTED de la Comunitat Valenciana.

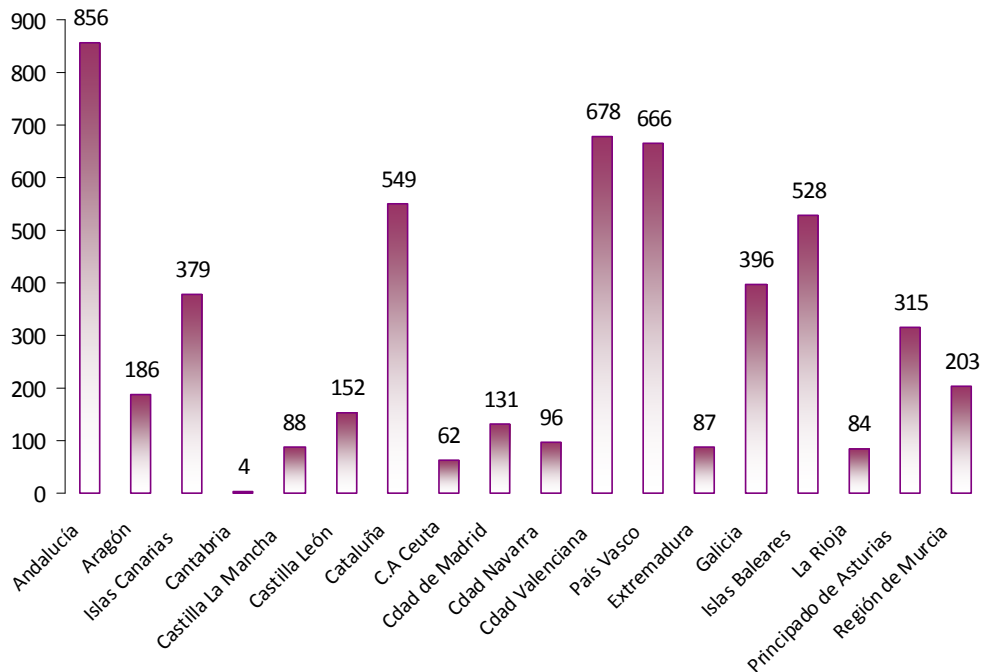
#### Posicionamiento del proyecto:

Atendiendo a las cifras, cabe señalar que la evolución del proyecto ha sido más que satisfactoria, pues el ejercicio 2016 se cerró con 24 destinos SICTED y 678 distinguidos y posicionando a la Comunitat Valenciana a nivel nacional como el 2º destino español en número de distinguidos después de Andalucía, representando el 12,34% del total nacional y experimentando un crecimiento de 25,78% respecto al año anterior.

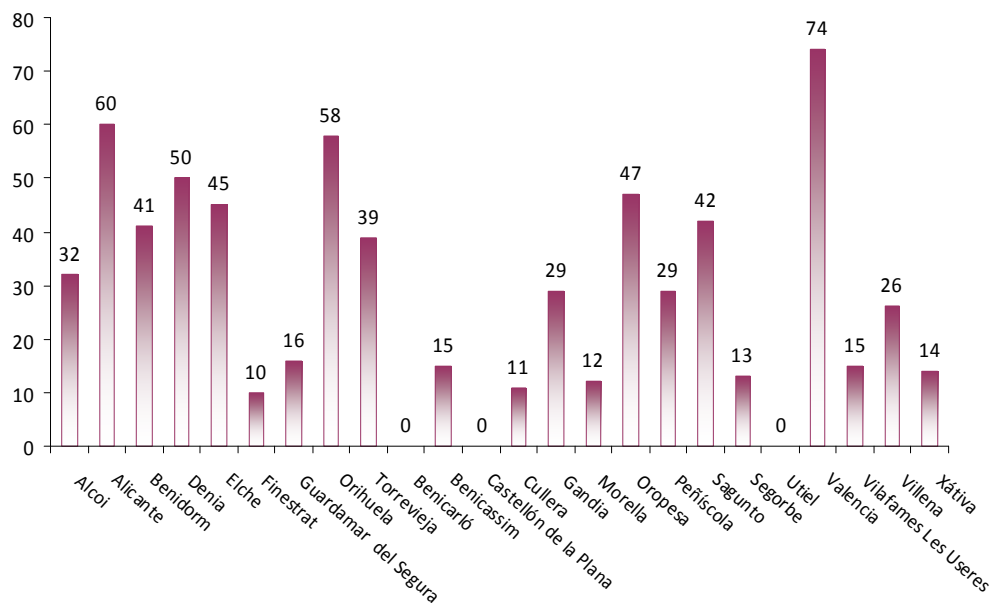
Por destinos destacan las ciudades de Valencia y Alicante en número de distinguidos. Cabe destacar los destinos de Gandia, Xátiva y Villena, los cuales obtuvieron los primeros distintivos en 2016, así como el premio que recientemente la Secretaría de Estado de Turismo concedió a Alcoi por el mejor proyecto de mejora a nivel nacional, basado en

nuevas tecnologías.

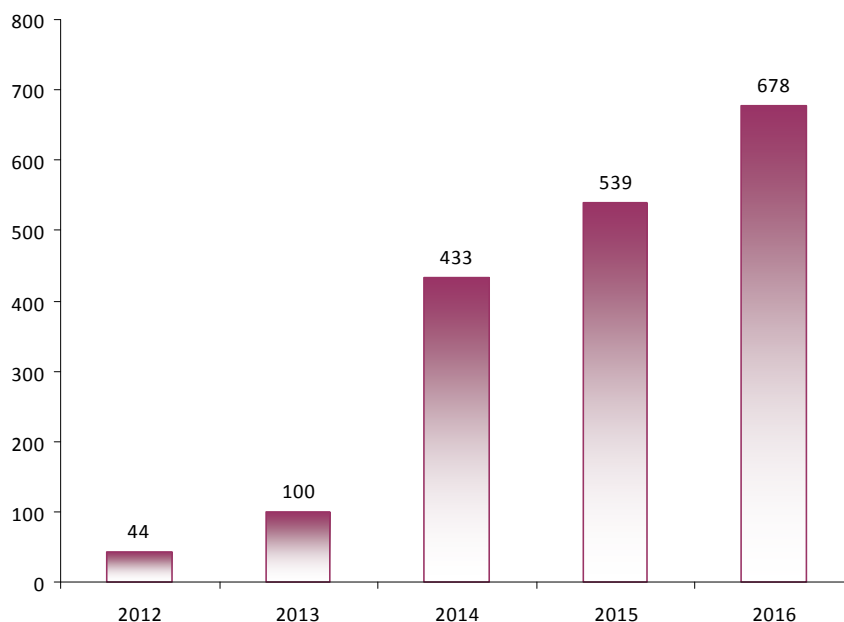
**Gráfico:** Distribución del número de distinguidos a nivel nacional



**Gráfico:** Distribución del número de distinguidos por destinos SICTED de la CV



**Gráfico:** Evolución anual de Destinos SICTED de entidades distinguidas en la Comunitat Valenciana

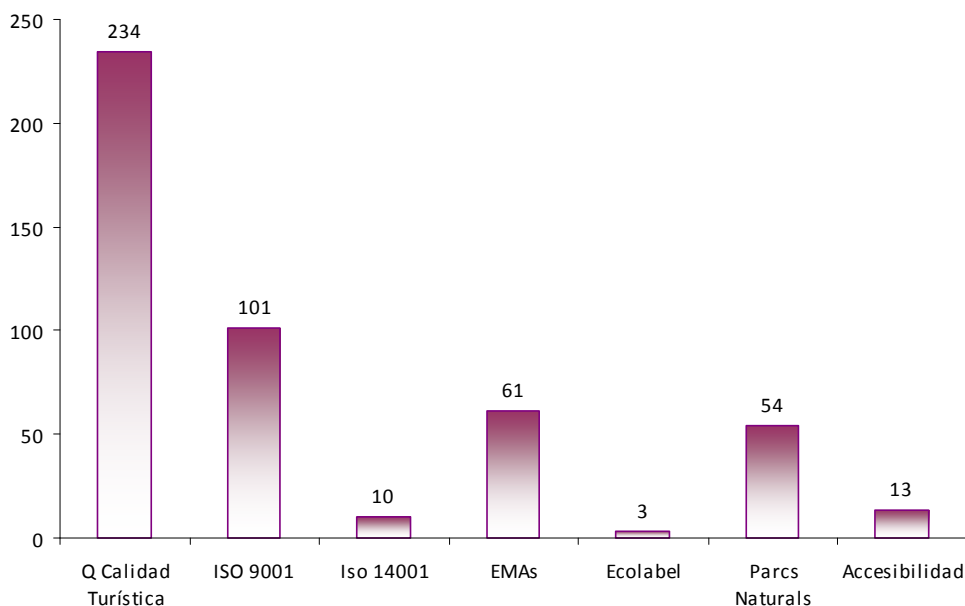


### 3.1.2.- Programa consolidación y promoción de **QUALITUR CLUB**

*Qualitur Club* es el colectivo de empresas y entidades turísticas de la Comunitat Valenciana que disponen de algún certificado de calidad, medio ambiente y/o accesibilidad reconocido por la Agència Valenciana del Turisme. La Agencia reconoce los siguientes modelos:

Materia	Alcance			
	Internacional	Europeo	Nacional	Autonómico
Calidad	ISO 9001		Q Calidad Turística	
Medio Ambiente	ISO 14001	Reglam. EMAS Ecolabel		Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana
Accesibilidad			UNE 170001 UNE 170002	

Actualmente Qualitur Club está integrado por 324 miembros, los cuales aglutinan un total de 474 certificados siendo el 70% de ellos específicos de calidad, el 26,8% de medio ambiente y el resto de accesibilidad. El certificado en gestión de la calidad por el que ha optado mayoritariamente la oferta turística es la “Q” Calidad Turística que otorga el Instituto de Calidad Turística Española–ICTE y que representa el 41,6% de los certificados.



Para reconocer el esfuerzo que este colectivo hace en favor de la excelencia, a través de la web [www.qualitur.gva.es](http://www.qualitur.gva.es) se proporciona información específica de las empresas/entidades certificadas a través de un buscador; asimismo se publican periódicamente notas de prensa con la información más relevante en la materia.

Con el objetivo de poner de relieve el trabajo por la calidad y medioambiente que realizan los destinos turísticos en la gestión de las playas, que es nuestro principal recurso, se organizó un acto simbólico de entrega e izada de la Bandera Qualitur, que identifica las playas de la Comunitat que ostentan este reconocimiento.

### 3.1.3.- Programa impulso a la normalización y certificación en el sector turístico

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 encargados de la elaboración y revisión de las normas turísticas nacionales en calidad y están liderados por AENOR. La Agència Valenciana del Turisme participó durante 2016 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 (subcomités de playas y oficinas de

información turística)

- 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. La Agència Valenciana del Turisme participó en:

- CTC de Hoteles y Apartamentos turísticos
- CTC de Playas

### **3.1.4.- Proyectos específicos**

#### Asesoramiento técnico sobre las normas ISO 9001 e ISO 14001:

En julio de 2016 se procedió a la contratación de los servicios de asesoramiento técnico con el objetivo de que dieran a conocer las modificaciones habidas en las nuevas versiones de las normas internacionales y el asesoramiento necesario para adaptar la gestión del CDT de Alicante, certificado bajo la norma ISO 9001: gestión de la calidad a la nueva versión.

El 26 de octubre se impartió la jornada de sensibilización, de cinco horas de duración, en las instalaciones del CDT. La contratación sólo se hizo efectiva parcialmente por problemas ajenos a la empresa contratada, procediendo a decrecer el gasto proporcionalmente.

#### Jornadas TouristInfo:

El 30 de noviembre y 1 de diciembre se celebraron las Jornadas Touristinfo en Cinctorres, donde Qualitur participó dando a conocer a los informadores turísticos las diversas normas de gestión de la calidad y ambiental aplicables a oficinas de información turística, así como el proyecto del Sistema integral de Calidad turística en Destinos – SICTED. Paralelamente se participó en el Comité de calidad, que con carácter general se suele reunir una vez al año para el seguimiento de las oficinas certificadas y la creación de grupos de mejora que redunden en mejoras en la gestión de la red.

#### Jornada de sensibilización sobre la medición de la Huella Carbono en hoteles:

El 14 de diciembre se impartió en las instalaciones de Invattur la jornada de sensibilización sobre la medición de la huella de carbono aplicable a hoteles. La jornada, de cuatro horas de duración, se organizó en colaboración con el Centro de educación ambiental de la Comunitat Valenciana y en la misma participó la cadena RH, cadena que ya ha certificado varios de sus hoteles bajo esta metodología.

#### Colaboración con la Organización Mundial del Turismo (OMT)

En la fase de planificación de actividades vinculadas a la celebración del 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el desarrollo, se propuso a esta organización un plan de trabajo y se tramitó la colaboración con la misma para alinear estrategias en torno

a este evento de repercusión mundial.

#### Colaboración con la Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural

Durante 2016 se ha colaborado con esta Conselleria en el desarrollo de una Estrategia Valenciana contra el Cambio Climático, para realizar las adecuadas aportaciones desde la óptica del sector turístico.

#### Representación de la Comunitat Valenciana en NESCTOUR (Asociación de regiones europeas para el turismo sostenible)

Desde este departamento durante el año 2016 de ha llevado a cabo un seguimiento de la actividad de la asociación y se han mantenido reuniones en Bruselas. Asimismo se ha llevado a cabo la vigilancia de los avances del proyecto europeo de indicadores de sostenibilidad de la actividad turística (ETIS).

### **3.2.- ACCIONES DE APOYO A LOS DESTINOS TURÍSTICOS**

#### **3.2.1.- Programas de ayudas dirigidas a Entidades Locales de la Comunitat Valenciana**

La Agència Valenciana del Turisme se plantea entre sus objetivos la modernización y diversificación de la oferta turística de la Comunitat Valenciana y el incremento de la competitividad de los destinos turísticos.

Para contribuir a alcanzar estos objetivos y en colaboración con las entidades locales de la Comunitat Valenciana, en 2016 se han puesto en marcha **seis programas** de apoyo a entidades locales tendentes a potenciar la colaboración con estas entidades desde la perspectiva del fomento de la cooperación interadministrativa, la mejora de la competitividad del sector y la contribución al desarrollo sostenible y responsable de la actividad turística en el territorio.

Esta línea de ayudas de la Agència Valenciana del Turisme para 2016 se ha canalizado a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 18 de febrero de 2016) y han tenido como beneficiarios a ayuntamientos de la Comunitat Valenciana, mancomunidades, organismos autónomos y entes públicos dependientes de ellos, estructurándose en seis programas:

Programa 1 “Adecuación y puesta en valor turístico de los recursos”

Programa 2 “Impulso al turismo sostenible”

Programa 3 “Impulso a la excelencia turística”

Programa 4 “Mejora de la señalización turística”

Programa 5 “Impulso imagen de los destinos turísticos”

Programa 6 “Adecuación y mejora de las instalaciones de la red Tourist Info”



### **Programa 1: Adecuación y puesta en valor de los recursos.**

El programa tiene como objeto apoyar la mejora competitiva de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de la modernización y puesta en valor de sus recursos y se ha centrado en el apoyo de los proyectos de inversión que se detallan a continuación:

1. Inversión en equipamiento de espacios de uso turístico del litoral o del interior de la Comunitat Valenciana, zonas recreativas, paisajísticas y naturales de interés turístico, pudiendo incluir la señalización del mismo.
2. Creación de productos turísticos, entendiéndose por tal actuación la de poner en valor turístico un recurso que, en su estado actual, no sea susceptible de uso por la demanda turística
3. Interpretación turística de los recursos mediante la instalación “in situ” de diferentes elementos de interpretación del recurso.
4. Habilitación o adecuación de espacios disuasivos de estacionamiento y otros proyectos que mejoren la movilidad en el espacio turístico y que faciliten el acceso al disfrute de recursos turísticos.
5. Mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos mediante la eliminación de barreras.
6. Actuaciones que comporten una mejora en el núcleo urbano así como la recuperación de espacios públicos de las poblaciones y su entorno, siempre que en la zona de intervención estén ubicados recursos turísticos que sean visitables.
7. Compra de máquinas para la limpieza de las playas.

### **Programa 2: Impulso al turismo sostenible.**

El programa tiene como objeto fomentar la sostenibilidad de recursos y servicios turísticos y se ha centrado en el apoyo desarrollo de proyectos que mejoren la gestión medioambiental de los recursos y servicios turísticos, según se detalla a continuación:

- Inversiones destinadas a la mejora de la eficiencia energética e hídrica de las infraestructuras turísticas.
- Inversiones en infraestructuras tecnológicas orientadas a la consecución de un modelo turístico sostenible e inteligente.
- Inversiones relativas a la iluminación de recursos turísticos de interés siempre que esta responda a los parámetros de sostenibilidad energética y lumínica.
- Inversiones orientadas a la gestión eficiente de los recursos hídricos disponibles vinculados a recursos y servicios turísticos.
- Realización de estudios que tengan como objeto el fomento de la sostenibilidad de los recursos turísticos.

### **Programa 3: Impulso a la excelencia turística**

El programa tiene como objeto la implantación y certificación de sistemas de calidad en recursos y servicios turísticos. Las actuaciones subvencionables han sido las derivadas directamente de la obtención por primera vez de un certificado, o en su caso renovación del mismo, en las playas y oficinas de información de la red Tourist Info, para certificados reconocidos conforme a las siguientes normas:

En gestión de la calidad:

- **UNE-EN ISO 9001:2015** Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos (ISO 9001:2015).
- **UNE-ISO 14785:2015** Oficinas de información turística. Servicios de atención e información turística. Requisitos.
- **UNE 187001:2011** Playas. Requisitos para la prestación del servicio o la norma que se publique con posterioridad y la sustituya.

En gestión ambiental:

- **UNE-EN ISO 14001:2015** Sistemas de gestión ambiental. Requisitos con orientación para su uso. (ISO 14001:2015).
- **EMAs** Reglamento (CE) nº 1221/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2009 relativo a la participación voluntaria de organizaciones de un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental.

En accesibilidad universal:

- **UNE 170001-1:2007** Parte 1: Criterios DALCO para facilitar la accesibilidad al entorno y **UNE 170001-2:2007** Parte 2: Sistema de gestión de la accesibilidad.

### **Programa 4: Mejora de la señalización turística**

El programa tiene como objeto la mejora en el equipamiento y reposición de la señalización turística de los municipios de la Comunitat Valenciana, y se ha centrado en el apoyo de los proyectos que se detallan a continuación:

1. Proyectos de señalización indicativa o direccional de los recursos turísticos del municipio, entendiéndose por recurso turístico todo elemento natural, monumental, cultural, etnográfico o deportivo que tiene capacidad por sí mismo o en combinación con otros de atraer visitantes. La señalización podía comprender un solo recurso o integrar varios recursos del municipio en un único proyecto.
3. Reposición de la señalización turística identificativa del municipio, cuando se trate de reponer la señalización de los elementos implantados por la Àgencia Valenciana del Turisme en el pasado.

### **Programa 5: Impulso imagen de los destinos turísticos**

El programa tiene como objeto el apoyo a actuaciones de promoción y difusión de la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de la promoción y difusión de las fiestas declaradas de Interés Turístico Internacional, Nacional y Autonómico, así como a la promoción y difusión eventos, que se celebren durante 2016 en la Comunitat Valenciana, España o en mercados internacionales, vinculados a productos turísticos de tipo cultural, naturaleza, gastronómico, deportivo y ocio que constituyan un vehículo a la promoción nacional y/o internacional de un destino turístico.

Este programa incluía como beneficiarios a los patronatos de turismo además del resto de beneficiarios de los otros cinco programas

Las ayudas han ido destinadas a financiar los conceptos que se detallan a continuación:

- a) Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
- b) Otros soportes de difusión.
- c) Gastos de organización de la fiesta o el evento.

### **Programa 6: Adecuación y mejora de las instalaciones de la red Tourist Info**

El programa tiene como objeto el apoyo a proyectos de inversión en oficinas de información turística adheridas a la Red Tourist Info que tengan como objeto la mejora de los servicios al turista en destino a través de la adecuación, renovación o modernización de sus instalaciones entre las que se detallan a continuación:

1. Inversión en obras de adecuación, rehabilitación, renovación, ampliación o reformas en general de los inmuebles que albergan las oficinas Tourist Info.
2. Inversión en obras de construcción de inmuebles de nueva planta destinados específica y únicamente a albergar los servicios y dependencias propias de una oficina Tourist Info.
3. Compra, suministro e instalación de módulos prefabricados, tipo kiosco o construcción ligera, homologados técnicamente para su uso como oficina de información turística.
4. Inversión en obras que redunden en la diversificación e innovación de los espacios de atención al visitante.
5. Inversión en equipamiento de mobiliario, luminarias y otros elementos decorativos en actuaciones integrales.
6. Inversión en obras que redunden en la mejora de la movilidad y accesibilidad mediante la eliminación de barreras y adecuación del uso por parte de personas con diversidad funcional.
7. Inversión en obras que redunden en la eficiencia energética tales como

renovación de sistemas de climatización, renovación de carpintería exterior, cerramientos acristalados interiores, aislamientos en general o renovación del sistema de iluminación, entre otros.

#### En cifras

**A la convocatoria de ayudas dirigidas a entidades locales 2016 se presentaron un total de 684 proyectos de ayuntamientos y patronatos municipales de la Comunitat Valenciana con la siguiente distribución por programas:**

	<b>Programa 1</b> <i>"ADECUACIÓN Y PUESTA EN VALOR TURÍSTICA DE LOS RECURSOS"</i>	<b>Programa 2</b> <i>"IMPULSO AL TURISMO SOSTENIBLE"</i>	<b>Programa 3</b> <i>"IMPULSO A LA EXCELENCIA TURÍSTICA"</i>	<b>Programa 4</b> <i>"MEJORA DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA"</i>	<b>Programa 5</b> <i>"IMPULSO IMAGEN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS"</i>	<b>Programa 6</b> <i>"ADECUACIÓN Y MEJORA DE LAS INSTALACIONES DE LA RED TOURIST INFO"</i>
<b>TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS</b>	<b>298</b>	<b>54</b>	<b>26</b>	<b>116</b>	<b>148</b>	<b>42</b>
Desistimientos expresos y tácitos	8	Cap. VII 3	Cap. IV 0	1	4	3
Evaluados conforme al objeto convocatoria	<b>290</b>	Cap. VII 50	Cap. IV 1	25	113	145
<b>SOLICITUDES CONCEDIDAS</b>	107	Cap. VII 22	Cap. IV 1	20	35	102
<b>SOLICITUDES DENEGADAS</b>	183	Cap. VII 0	Cap. IV 28	5	75	43

### 3.2.2.- Programas de ayuda a Empresas Turísticas de la Comunitat Valenciana

El Plan Estratégico Global del Turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020 tiene como uno de sus pilares estratégicos favorecer la competitividad de las empresas turísticas valencianas, promoviendo su desarrollo tecnológico y la prestación de servicios diferenciados al turista con el objetivo de aportar mayor valor añadido a nuestra oferta y contribuir tanto a su diferenciación como a la desestacionalización de la actividad en el conjunto de nuestro territorio.

Las ayudas de la Agència Valenciana del Turisme para 2016 se han canalizado a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 29 de febrero de 2016) han tenido como beneficiarios a las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana y se han estructurado en dos programas.

Cada programa incluye las actuaciones a incentivar, destacando el impulso a aquellas que contribuyan a la adecuación de la oferta turística a los nuevos requerimientos de la demanda mediante la adecuación de las instalaciones, la racionalización de recursos naturales y el fomento del turismo inclusivo.

### **Programa 1: Apoyo a la singularidad de la oferta turística.**

El programa tiene como objetivo incentivar el desarrollo de proyectos que contribuyan a la mejora de la competitividad de la empresa turística valenciana en los mercados nacional e internacional, contribuyendo asimismo a la desestacionalización y al desarrollo sostenible y responsable de la actividad turística en el territorio y se ha centrado en el apoyo de los proyectos que se detallan a continuación:

#### **a.- En el Impulso al turismo Sostenible y Responsable, mediante:**

Inversiones dirigidas a la racionalización del consumo de recursos naturales y la minimización de los impactos ambientales, tales como:

- Inversiones destinadas a la mejora de la eficiencia energética e hídrica de los establecimientos turísticos tales como racionalización en consumos de agua, aire acondicionado, sistemas de control digital de temperatura y humedad.
- Inversiones destinadas a la reducción del impacto de la actividad turística sobre el entorno tales como los encaminados a la reducción de contaminación acústica, lumínica y atmosférica; emisión de humos y eliminación de residuos, sistemas de desinfección complementaria de las conducciones de agua de los establecimientos turísticos.

Inversiones en infraestructuras tecnológicas orientadas a la consecución de un modelo turístico sostenible, realización de diagnósticos medioambientales y de estudios que tengan como objeto el fomento de una actividad turística sostenible y responsable.

#### **b.- En el Impulso del turismo Inclusivo, mediante:**

Actuaciones que faciliten la accesibilidad y uso de los establecimientos turísticos en condiciones tendentes a la igualdad de todas las personas con discapacidad, sean cuales sean sus limitaciones, mediante la incorporación de tecnologías dirigidas a atender a la diversidad funcional, física, visual, auditiva, intelectual y orgánica de los clientes.

#### **c.- En el Impulso de la Innovación empresarial, mediante:**

Actuaciones que faciliten el acceso a las últimas aplicaciones técnicas utilizables en la industria turística, fomentando así la innovación en los procesos de negocio y el desarrollo de actividades de I+D+I tales como aplicaciones para dispositivos móviles enfocados a actividades turísticas; entornos multimedia y de realidad virtual; programas de gamificación orientados a incrementar el conocimiento y disfrute de los recursos y productos; otros elementos tecnológicos encaminados a singularizar la oferta y mejorar la experiencia turística o el uso de software orientado a la mejora de la gestión empresarial turística.

## **Programa 2: Apoyo a la prestación de servicios turísticos innovadores**

El programa tiene como objetivo incentivar el desarrollo de proyectos que contribuyan a la mejora de la competitividad de las empresas turísticas mediante la configuración de servicios turísticos innovadores basados en aplicaciones tecnológicas o en modelos de gestión turística inteligentes centrado en el apoyo de los proyectos que se detallan a continuación:

- Implantación de sistemas interactivos de información turística, tales como: la instalación de pantallas interactivas en las habitaciones, parcelas, bungalows, apartamentos y en los puntos de acogida de los establecimientos turísticos; adquisición de Smart TV, así como Tablets y software de gestión.
- Instalación de sistemas de apertura inteligente de puertas.
- Incorporación de tecnologías en los establecimientos que permitan la comunicación de voz y datos sin utilizar cables (WIFI), incluyendo todas las habitaciones, parcelas, bungalows, apartamentos y zonas comunes.
- Implantación y certificación de Unidades de Inteligencia Turística, según la norma nacional UNE 166006.
- Incorporación de sistemas de gestión inteligente (domótica) del establecimiento.
- Incorporación de tecnologías Big Data que permitan un mayor conocimiento de la demanda turística a través del manejo y tratamiento de datos mediante técnicas de análisis estadísticos, soluciones basadas en el modelo de computación de la nube (cloud computing), tecnologías NFC o soluciones facturación electrónica.

### **En cifras:**

**A la convocatoria de ayudas dirigidas a empresas turísticas 2016 se presentaron un total de 160 proyectos con la siguiente distribución por programas:**

	Programa 1 "ADECUACIÓN Y PUESTA EN VALOR TURÍSTICA DE LOS RECURSOS"	Programa 2 "IMPULSO AL TURISMO SOSTENIBLE"
<b>TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS</b>	<b>86</b>	<b>74</b>
Desistimientos expresos y tácitos	8	9
Evaluated conforme al objeto de la convocatoria	78	65
Solicitudes resueltas favorables	50	35
Solicitudes resueltas denegadas	28	30

Como una tercera vía de apoyo, la Agència Valenciana del Turisme inició en 2016 un nuevo programa de ayudas en el marco del Plan operativo y de marketing 2016, para el desarrollo de actividades deportivas y culturales en la Comunitat Valenciana de impacto internacional y dirigido a Federaciones, Fundaciones, Asociaciones y Empresas.

### **3.2.3.- Programa de Ayudas dirigidas a la celebración en la Comunitat Valenciana de Actividades Deportivas y Culturales**

Estas ayudas de la Agència Valenciana del Turisme para 2016 se han canalizado a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 7 de marzo de 2016), han tenido como beneficiarios a las Federaciones, Fundaciones, Asociaciones y Empresas y se han estructurado en dos programas:

#### **Programa 1: Apoyo a la realización de Actividades Deportivas de impacto turístico internacional**

El programa tiene como objetivo incentivar el desarrollo de actividades deportivas - Campeonatos, pruebas, concentraciones y eventos relacionados con disciplinas deportivas olímpicas del calendario internacional -que se celebren en la Comunitat Valenciana de impacto internacional y que favorezcan la generación de flujos turísticos hacia nuestro destino, contribuyendo asimismo a la creación de producto turístico singular y al posicionamiento de nuestro destino en los mercados internacionales.

#### **Programa 2: Apoyo a la realización de Actividades Culturales de impacto turístico internacional**

El programa tiene como objetivo incentivar el desarrollo de actividades culturales en la Comunitat Valenciana – en concreto festivales de música de carácter internacional que se celebren en la Comunitat Valenciana- y de impacto internacional y que favorezcan la generación de flujos turísticos hacia nuestro destino, contribuyendo asimismo a la creación de producto turístico singular y al posicionamiento de nuestro destino en los mercados internacionales.

En ambos programas las ayudas han ido destinadas a financiar los conceptos que se detallan a continuación:

- a) Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
- b) Otros soportes de difusión.
- c) Gastos directos de organización de la actuación subvencionable

### En cifras:

A la convocatoria de ayudas dirigidas a la celebración en la Comunitat Valenciana de actividades deportivas y culturales 2016 se presentaron un total de **30 proyectos** con la siguiente distribución por programas:

	Programa 1 <i>“Apoyo a la realización de actividades deportivas de impacto turístico internacional”</i>	Programa 2 <i>Apoyo a la realización de actividades culturales de impacto turístico internacional</i>
<b>TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS</b>	<b>30</b>	
Desistimientos expresos y tácitos	<b>1</b>	
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria	<b>29</b>	
Solicitudes resueltas favorables	<b>5</b>	<b>5</b>
Solicitudes resueltas denegadas	<b>18</b>	<b>1</b>

### 3.3.- GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Ubicada en la web institucional de la Agència Valenciana del Turisme, la sección denominada *“Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana”* (<http://estadistiquesdeturisme.gva.es>), es una herramienta de análisis, planificación y seguimiento de la actividad turística, cuyo objetivo es facilitar la toma de decisiones encaminadas a la mejora de la competitividad del turismo valenciano.

La información difundida es fruto de la colaboración de la Agència Valenciana del Turisme con los responsables de las estadísticas oficiales de turismo: Instituto Nacional de Estadística y Turespaña, la Dirección General de Economía, agentes turísticos de la Comunitat Valenciana, así como de fuentes y estudios propios.

La sección *Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana* ofrece información detallada de la Comunitat Valenciana así como de sus distintas zonas turísticas, mediante la publicación en 2016 de anuarios, informes, estudios y otros productos de interés, siguiendo un calendario preestablecido. Todos los documentos son de descarga libre (no requiere suscripción) y gratuita.

En 2016 se ha reanudado la publicación de las notas de Coyuntura de las operaciones FroTur/Egatur y ETR-Familitur, que antes elaboraba Turespaña para la Comunitat Valenciana, y que ahora, tras el trasvase de las operaciones al INE, son elaboradas por el Servicio de Planificación y Estrategia turística.

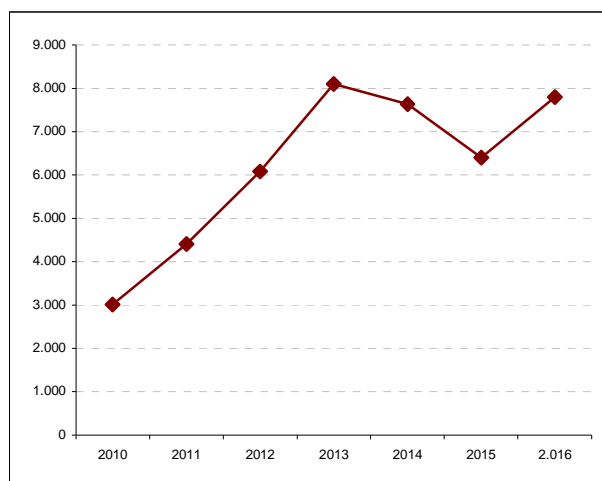


ESTADÍSTIQUES DE TURISME EN CIFRAS		
	2015	2016
<b>Visitas</b>	<b>6.402</b>	<b>7.798</b>
<b>Publicaciones</b> <b>2015: 136</b> <b>2016: 93</b>	<b>90</b> Informes de Coyuntura	<b>67</b> Informes de Coyuntura
	<b>4</b> Balances	<b>4</b> Balances
	<b>5</b> Anuarios	<b>5</b> Anuarios
	<b>27</b> Informes de mercado	<b>8</b> Informes de mercado
	<b>3</b> Informes de producto	<b>1</b> Informes de producto
	<b>7</b> Otros informes	<b>7</b> Otros informes

El número de visitas a **Estadístiques de Turisme** se incrementó un 21,8% en 2016, a pesar del descenso en el número de informes publicados y se recuperó, prácticamente, el nivel de visitas alcanzado en 2013, a partir del cual se sucedieron 3 incidencias:

- La creación de una Web propia para la publicación Papers de Turisme,
- El cambio de denominación del Observatorio Turístico por Estadístiques de Turisme
- Disminución del número de informes de coyuntura y mercados debido al trasvase de estadísticas de Turespaña al INE y la interrupción de los informes redactados por Turespaña.

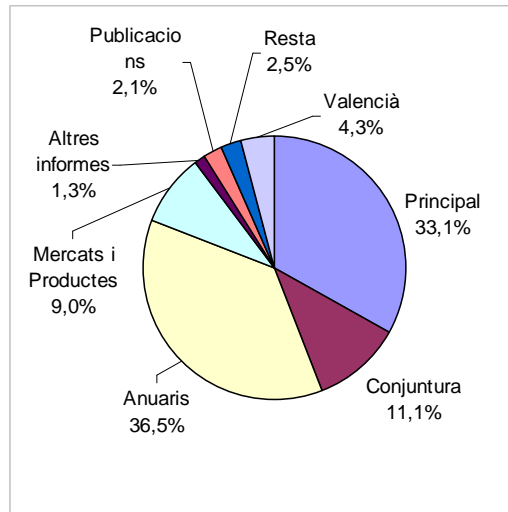
**Número total visitas 2010-2016**



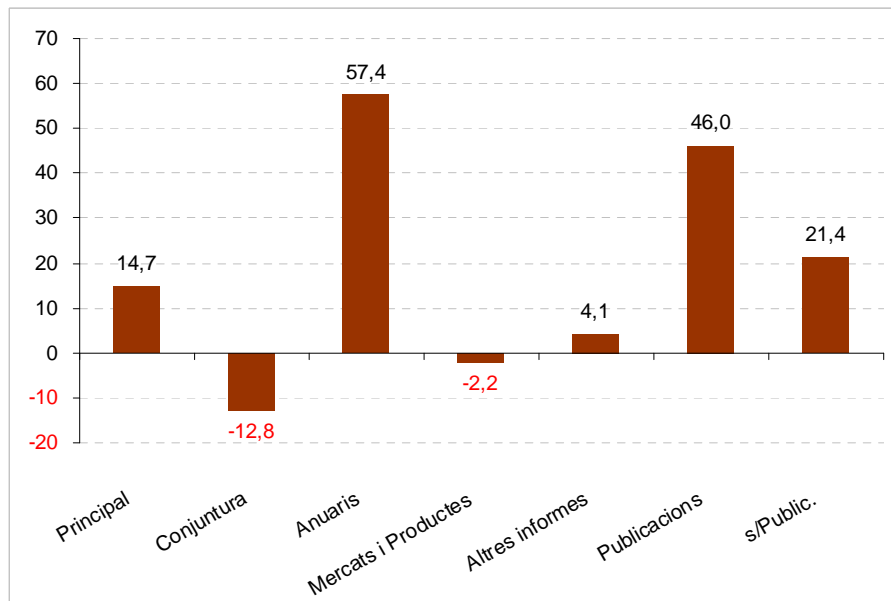
El descenso en el número de informes de coyuntura y mercados publicados se corresponde con un menor número de entradas por dichos apartados, y a su vez con un menor número de links a los mismos enviados a través del correo semanal. Destaca el incremento (57,4%) de las visitas entradas por el apartado de Anuarios, con una cuota del 36,5% de las visitas, coincidiendo con la publicación de El Turismo en la Comunitat

Valenciana, con un nuevo formato y publicado en dos etapas (julio y noviembre) y la realización de un nuevo estudio Impactur-Comunitat Valenciana.

**Sesiones por página de entrada**



**Evolución 16-15 de sesiones “Estadísticas de Turisme” por apartado de entrada**



**Fuente Gráficos:** Elaboración propia a partir de Google Analytics

### 3.3.1.- Programa Estadístico

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 y de los elementos del entorno que influyen en el mismo.

La línea de trabajo está basada tanto en fuentes propias como externas, con el objeto de mantener y ampliar la explotación de los principales indicadores turísticos en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

#### A.- Fuentes Propias

- Análisis de la evolución de la **temporada turística verano 2016** así como de la ocupación de establecimientos turísticos durante **puentes** y fiestas nacionales de interés para la actividad turística de la Comunitat, mediante una encuesta telefónica 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 2016** en colaboración con el Servicio de Marketing online, Comunicación e Información. Desde el Servicio de Desarrollo y Planificación Turística se ha realizado el informe general de resultados de la encuesta de verano a partir de la explotación de los cuestionarios cumplimentados por los usuarios de la Red en las mismas oficinas (6.923 cuestionarios de 121 oficinas participantes en 2016).
- Actualización de información sobre la **oferta turística de la Comunitat a 31 de diciembre**, a partir del Registro de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas.
- En 2016, la Agència Valenciana del Turisme ha tramitado la contratación de un **estudio sobre los turistas extranjeros entrados por el aeropuerto de Castellón**. El contrato se ha firmado con fecha 28 de octubre de 2016, por un periodo de un año prorrogable por otro. Para esta contratación se cuenta con la colaboración de la Dirección del Aeropuerto de Castellón.

#### B.- Colaboración con otros organismos y otras fuentes externas

Los acuerdos y convenios de colaboración en materia estadística en vigor durante 2016 han sido:

- Convenio de Colaboración entre el **Instituto Nacional de Estadística (INE)**, la **Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de la Generalitat** y la Agència Valenciana del Turisme, de 30 de diciembre de 2015, en materia de estadísticas de turismo, con el propósito de establecer los compromisos de coordinación técnica y apoyo metodológico para la ampliación de la muestra de las operaciones estadísticas FRONTUR Y EGATUR en la Comunitat Valenciana, para disponer de tamaños muestrales suficientes que permitan desagregar las estadísticas por provincias así como para Benidorm y la ciudad de Valencia (vigencia: 4 años -2019- pudiéndose prorrogar anualmente por acuerdo expreso de las partes).

Con fecha 7 de noviembre de 2016 se reunió la **Comisión de Seguimiento**, en la

que las partes manifestaron el interés de la colaboración llevada a cabo y se perfilaron nuevos aspectos a desarrollar.

- Acuerdo Marco de Colaboración entre el **Instituto de Turismo de España** y la Agència Valenciana del Turisme de fecha 1 de diciembre de 2014 (vigencia de 3 años con posibilidad de prórroga anual por 3 años más).

Con fecha 29 de noviembre de 2016 se reunió la 2ª **Comisión de Seguimiento**.

### **B.1.- Colaboración con Turespaña**

El Acuerdo Marco con Turespaña en materia de análisis de información turística tiene como objetivo avanzar en la coordinación y optimización de recursos y en la identificación de líneas de investigación de interés mutuo.

Tras la cesión de operaciones estadísticas FRONTUR-EGATUR Y FAMILITUR al INE, se ha producido un cambio estructural en la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, que se ha traducido en una considerable reducción de los recursos disponibles; por otro lado cambio metodológico experimentado por las operaciones ha mermado la capacidad de información disponible para que la SG pueda seguir realizando las notas de Coyuntura referidas a la Comunitat Valenciana previstas en el convenio, lo que implica una modificación de lo acordado en el Anexo. Considerando ambas partes que el Acuerdo ofrece un marco de colaboración muy favorable para trabajar conjuntamente en el resto de objetivos previstos, se acuerda tramitar un anexo a dicho convenio que establezca los nuevos términos de la colaboración.

### **B.2.- Colaboración con el INE**

En 2016 se han renovado las diferentes **peticiones de información continua** al INE trabajando mensualmente el siguiente tipo de información:

- Indicadores de la encuesta de ocupación hotelera:
  - Variables de demanda según el país de origen para el ámbito provincial.
  - Indicadores de oferta por zonas y puntos turísticos.
  - Indicadores de rentabilidad hotelera (ADR y Revpar) por provincias y destinos Benidorm y Valencia 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 2016 tras el trasvase de estadísticas oficiales a la demanda turística desde Turespaña al INE, ha sido necesario realizar un trabajo adicional de enlace de las series estadísticas debido al cambio metodológico experimentado tanto por FRONTUR-EGATUR como por ETR-FAMILITUR. En el marco del convenio de colaboración con el INE, la Agència

Valenciana del turisme ha recibido periódicamente los enlaces correspondientes.

Asimismo en el año 2016, en el marco del convenio de colaboración citado, la Agència Valenciana del Turisme ha tramitado la **contratación de la ampliación de muestra** de la operación Frontur-Egatur del INE en los aeropuertos de Alicante-Elche y Valencia. El contrato se ha firmado con fecha 28 de octubre de 2016, por un periodo de un año prorrogable por otro.

Finalmente hay que señalar que en 2016 se ha continuado trabajando en la sistematización del proceso de tratamiento de los nuevos ficheros de microdatos para el análisis de resultados en el ámbito de la Comunitat Valenciana, tarea que se realiza por el propio Servicio.

### **B.3.- Colaboración con la Dirección General de Economía**

Esta colaboración se articula 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 la Agència en el Convenio con el INE en materia de estadísticas de turismo.
- Asistencia a reuniones de la Comisión de Estadística de Presidencia, en relación con la elaboración de la propuesta de Plan Sectorial Estadístico de Presidencia y la tramitación del Plan Valenciano de Estadística (PVE) 2017-2020.

### **C.- Otras fuentes**

Seguimiento y análisis periódico (quincenal/mensual/trimestral) de indicadores difundidos por otras fuentes oficiales, tales como:

- 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.
- En 2016 se ha prorrogado la contratación con GFK un estudio de seguimiento de la evolución de los paquetes turísticos en tres mercados: Reino Unido, Holanda e

Italia, basado en la metodología panel, en el que participan turoperadores y agencias, tanto off-line como on-line.

### **3.3.2.- Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2007-2010 (prorrogado)**

Colaboración con el Plan Valenciano de Estadística, siendo responsables del desarrollo de las operaciones relativas a:

- La Oferta Turística Municipal y Comarcal.
- La Encuesta Turística (desagregación por zonas turísticas de la evolución de establecimientos hoteleros).
- 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).

### **3.3.3.- Sistema de Información Turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)**

En 2016, se ha efectuado mensualmente la carta del sistema de datawarehouse turístico TURPENTAHO con los indicadores procedentes de las encuestas de ocupación a la oferta turística del INE, lo que permite tanto la obtención automática de tablas de datos con evolución para los informes de coyuntura como la disponibilidad inmediata para su **consulta on-line**, en la web institucional.

### **3.4.- CENTRO DE DOCUMENTACIÓN**

El Centro de Documentación Turística, ha continuado en 2016 con las labores de actualización y mantenimiento del fondo documental de la Agència. Desde el Centro se ha gestionado por un lado la información proveniente de las adquisiciones, tanto de libros como de revistas especializadas, y, por otro, la búsqueda, localización y tratamiento documental de los estudios e informes divulgados por las webs más importantes de investigación turística nacionales y extranjeros.

Desde dicho centro, adscrito a la Red de Bibliotecas y Centros de Documentación de la Generalitat (BEGV), se ha continuado trabajando con el programa Techlib que permite la gestión online del material bibliográfico, coordinando los trabajos de catalogación y registro de los documentos entre Invattur y la Sede Central y facilitando la gestión conjunta del fondo documental. Aunque la totalidad de los documentos están ubicados en la Sede del Invattur, la recepción y catalogación de las publicaciones periódicas se ha llevado desde la Sede Central, siendo el resto de documentos gestionado indistintamente desde ambos departamentos.

Por otra parte, se ha seguido utilizando el programa gestor de sitios web ubicado en el servidor “turdocs01.gva.es”, para la descarga, custodia y posterior gestión de los ejemplares electrónicos recibidos. Todo ello encaminado a la futura configuración de una biblioteca digital que permita una mayor difusión, tanto interna como externa, del conocimiento turístico.

### **3.5.- ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN**

A través de este programa en 2016 se ha apoyado el diseño de estrategias y la toma de decisiones, tanto por parte de las administraciones turísticas como de las empresas del sector, mediante la realización de estudios e investigaciones que permitan el seguimiento actualizado y continuo de las tendencias de la actividad turística en la Comunitat Valenciana.

#### **3.5.1.- Estudios realizados en 2016**

- El Turismo en la Comunitat Valenciana 2015. Este año su edición ha supuesto un esfuerzo especial por dos motivos, el primero, su publicación en un formato más esquemático, interactivo y visual, sin dejar de ofrecer el dato al máximo detalle, a través de las correspondientes tablas Excel; el segundo debido a los cambios metodológicos producidos como consecuencia del traspaso de las principales fuentes oficiales de demanda turística (Frontur-Egatur y ETR-Familitur), desde Turespaña al INE, que han supuesto la ruptura de las series, siendo necesario la utilización de los correspondientes enlaces.
- La Oferta turística municipal y comarcal 2015. En esta edición se ha recogido la nueva clasificación en estrellas de las modalidades de campings y alojamiento rural.
- Estudio Impactur-Comunitat Valenciana 2015, en colaboración con Exceltur. Esta publicación se ha maquetado en formato Flick-Book.
- Perfil del turista alojado en oferta reglada 2015.
- Perfil del turista usuario de la Red Tourist Info 2015.
- 4 balances coyunturales.
- 16 informes de mercados emisores, productos y otros
- Turismo y mujer.
- Estudio para la dinamización turística y sostenible del territorio, en colaboración con la FVMP.
- Aproximación a la estrategia de reputación de la marca Turismo Comunitat Valenciana.
- Integración del paisaje en el paraje de las Cuevas de la Vall D’Uixó.

Todo el proceso de producción de los estudios e informes de coyuntura descritos (análisis, redacción en castellano y valenciano, diseño de formatos, edición, publicación y difusión)

se realiza (excepto en el caso de la colaboración con Exceltur) desde el Servicio de Planificación y Estrategia Turística.

### 3.5.2.- Otras actividades de difusión

- Difusión de un mailing semanal por correo electrónico con los últimos informes estadísticos publicados en el apartado de *Estadístiques de Turisme*, dirigido a 226 destinatarios:
  - 24 federaciones y asociaciones empresariales.
  - 10 organismos de la administración pública.
  - 14 representantes de subsectores turísticos.
  - 35 representantes de subsectores relacionados con actividades complementarias.
  - 6 representantes de las Cámaras de Comercio de la Comunitat.
  - 25 consultoras turísticas.
  - 46 investigadores turísticos.
  - 48 técnicos turísticos municipales.
  - 18 destinatarios internos de la AVT.
- Edición de una sección dedicada a las novedades de *Estadístiques de Turisme* en la web del Invat.tur ([www.invattur.org](http://www.invattur.org)) dentro de cada uno de sus boletines mensuales de novedades, así como la publicación de 6 posts en su propio blog.
- Gestión de peticiones externas relacionadas con indicadores de la actividad turística en la Comunitat Valenciana. De esta manera y dando respuesta principalmente a través de la dirección de correo electrónico [estadistiques\\_turisme@gva.es](mailto:estadistiques_turisme@gva.es), en 2015 se gestionaron 66 solicitudes de información.

### 3.6.- TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Mediante la transferencia de conocimiento en gestión estratégica al sector turístico valenciano, a través de acciones de difusión y divulgación de información, al objeto de mejorar su competitividad, en 2016 se han llevado a cabo las siguientes acciones:

#### 3.6.1.- XVIII Foro Internacional de Turismo de Benidorm y 7º Concurso de Ideas Pedro Zaragoza.

El Foro Internacional de Turismo de Benidorm es una actuación de divulgación y transferencia de información de periodicidad bianual que está impulsado por la Agència Valenciana del Turisme (a través del Servicio de Planificación y Estrategia Turística), el



Ayuntamiento de Benidorm y la Cátedra de Estudios Turísticos “Pedro Zaragoza Orts” de la Universidad de Alicante, con la colaboración de HOSBEC, Visit Benidorm y el apoyo de la Organización Mundial del Turismo.

El XVIII Foro Internacional de Turismo de Benidorm se inició el 19 de noviembre de 2015 con la elección de su título y temática “Destinos Turísticos Inteligentes: Smart Beaches” y la publicación de las bases del 7ª Concurso Pedro Zaragoza y concluyó en 2016 con el desarrollo de las jornadas del Foro y entrega de los dos premios del concurso los días 20 y 21 de octubre en Benidorm.

En este intervalo de tiempo y durante 2016 desde el Servicio de Planificación se desarrollaron las siguientes actividades: elaboración del contenido y selección de ponentes de las jornadas (identificación, contacto), elaboración de contenidos, edición y difusión de entregables (Tríptico-programa de las Jornadas, Dossier Informativo para Participantes, Dossier para ponente, Dossier El XVIII Foro en imágenes), impulso del Concurso de Ideas (plan de difusión, 2ª oleada de difusión de las bases del concurso a colectivos de interés, recepción de propuestas, convocatoria del Jurado, redacción del acta e interlocución con participantes), así como la coordinación general del proyecto con el resto de organizadores y colaboradores para el correcto desarrollo de las actividades del Foro (convocatoria de la 3ª Reunión de Organización del Foro programación y seguimiento de la ejecución del conjunto de la actuación).

En lo referido al contenido, las jornadas del **20 y 21 de octubre de 2016** tuvieron como objetivo favorecer la reflexión sobre las posibilidades de aplicación del modelo de “ciudad inteligente” a la gestión del principal atractivo turístico de los destinos turísticos del Mediterráneo: la playa.

Se desarrollaron durante día y medio en el Salón de Actos del Ayuntamiento de Benidorm (lugar de celebración habitual del Foro) y en ellas se ofrecieron 13 ponencias estructuradas en torno a 4 paneles de expertos y una visita técnica a la playa de Benidorm. Contaron con una participación de 225 inscritos que completaron el aforo del salón de actos. La visita técnica de las Jornadas, que tuvo lugar la tarde del 21 de se integró en el programa del Congreso y Exposición Internacional de Playas ECOPLAYAS, que se hizo coincidir en fecha y lugar con el Foro, con el objetivo de establecer sinergias, ampliar las opciones formativas y facilitar el networking con otros agentes gestores del espacio litoral.

Las jornadas del Foro concluyeron con la presentación de las 7 propuestas seleccionadas por el Jurado del Concurso de Ideas Pedro Zaragoza y la entrega de los premios a los ganadores de cada una de las dos modalidades del concurso, con anterioridad al acto de clausura. La dotación total de los premios fue de 4.000€, correspondiendo 2.500€ de premio bruto en la modalidad de Acceso Libre y de 1.500€ en la de Acceso Universidad y Ciclos Superiores.

La difusión de las actividades del Foro, programación, publicación de bases del concurso y dossier de ponentes se realizó desde la web [invattur.gva.es/fitb](http://invattur.gva.es/fitb) , para lo que se contó con la colaboración del personal de [Invat.tur](http://Invat.tur), el cual también participó en el desarrollo de las jornadas mediante la gestión de los medios de prensa y atención a ponentes e inscritos.

### **3.6.2.- XVIII Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa**

El XIX Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa es otra de las actuaciones de divulgación y transferencia de conocimiento en las que participa activamente la Agència Valenciana del Turisme a través del Servicio de Planificación y Estrategia Turística. El congreso se celebra anualmente en Castellón y está organizado por la Universitat Jaume I y la Fundación Universitat Jaume I –Empresa. En 2016 este evento celebró su decimonovena edición bajo la temática “Sostenibilidad en los modelos actuales de gestión turística”. El congreso tuvo dos días de duración, el miércoles 20 y jueves 21 de abril, y desarrolló su actividad en la sede de la Fundación Universidad y Empresa de la Universidad Jaume I de Castellón. La colaboración de la Agència Valenciana del Turisme en esta actuación consiste en dar apoyo a la Secretaría Técnica (FUE) en la definición de contenido y ponentes y la asistencia a reuniones de organización.

En relación a la temática de esta edición del congreso y con el marco del concepto de la sostenibilidad como referencia, se ha debatido sobre los actuales modelos de gestión turística, tanto a nivel municipal como de empresas turísticas, se han intercambiado experiencias sobre la gestión sostenible de destinos turísticos, los nuevos modelos de empresas, la medición de la sostenibilidad por medio de indicadores y en qué medida el marco jurídico actual favorece el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

El número de inscritos fue de 139, cinco ponentes, ocho intervinientes en paneles de expertos y 21 comunicaciones presentadas.

### **3.6.3.- Curso de Turismo Cultural**

En cuanto a acciones específicas de turismo cultural cabe destacar la colaboración en el Curso de Especialización en Turismo Cultural, organizado por la Fundación Cañada Blanch, que en 2016 celebró su decimosexta edición. El curso, que se puso en marcha por iniciativa de la Agència Valenciana del Turisme, persigue el desarrollo del turismo cultural mediante la profesionalización de los agentes implicados, aportando formación turística a los gestores culturales y formación de contenido cultural a profesionales del turismo. Entre los asistentes destaca la presencia de técnicos de ayuntamientos.

Además de estar en el comité técnico, definiendo contenidos, la Agència planifica y organiza los visitas/talleres que se organizan a distintos municipios con un peso específico en turismo cultural en la Comunitat.

En 2016 estas visitas/taller, organizadas y asumidas por la AVT han tenido lugar en los siguientes municipios:

- Segorbe
- Denia
- Lliria

#### **3.6.4.- Papers de Turisme**

Se trata de una revista *online* cuyo acceso es gratuito. En 2016 se ha llevado a cabo la publicación de su número 59.

Papers de Turisme una revista editada semestralmente que se dirige especialmente a académicos e investigadores, profesionales del sector turístico, centros de documentación especializados en turismo, instituciones dedicadas a la planificación y gestión turística, empresas del sector y estudiantes universitarios.

Sus objetivos se orientan a fomentar una investigación de calidad y contribuir a su divulgación, para convertirse en punto de encuentro internacional para el estudio del turismo desde múltiples disciplinas, así como un foro de reflexión en torno al turismo y un vehículo de transmisión de las últimas y más interesantes investigaciones.

### **3.7.- ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA**

#### **3.7.1.- Apoyo técnico a la Presidencia y Dirección de la Agència**

Desde el Área de Conocimiento e Inteligencia Turística y a través del Servicio de Planificación y Estrategia Turística, se ha llevado a cabo la siguiente actividad de apoyo técnico:

##### Realización de Informes:

- Informes para el diseño de los *Programas y Planes de Actuación* de la Agència 2016.
- 218 informes municipales y comarcales sobre las actuaciones turísticas para reuniones, visitas o intervenciones de los altos cargos de la Agència.
- 312 informes para actos del President de la Generalitat, el Secretario Autonómico y de la Directora General de Turismo.
- Informes sobre planes de acción territorial: Plan de la Huerta de Valencia, Alicante-Elche.

Presentación de 2 candidaturas de la Comunitat a las Medallas y Placas al Mérito Turístico de Turespaña para 2016:

- Medalla al Mérito Turístico a la Promoción a Rhamsés Ripollés Alcalde de Morella.
- Placa al Mérito Turístico en destinos emergentes al Ayuntamiento de Dènia.

#### Planificación y seguimiento de las reuniones:

- de la Comisión Interdepartamental de Turismo, presidida por la Presidencia de la Generalitat, decreto 161/2015.
- de las mesas técnicas de impulso al turismo sostenible y turismo inclusivo que son lideradas por la Secretaría de Turismo y en las que participan el resto de Consellerías. En total hubo 5 reuniones.

#### Recopilación, análisis y depuración de la información aportada por las diferentes Direcciones generales que participan en las mesas técnicas de impulso al turismo:

Se han analizado aproximadamente 150 acciones, y se ha definido un plan de trabajo transversal que incorpora 85 actividades.

#### Colaboración en la celebración del Día Mundial del Turismo 2016:

Se ha colaborado en el Día Mundial del Turismo 2016 cuyo lema ha fue “Turismo para todos”, a través de la organización del acto de declaración institucional realizado por el Secretario Autonómico de la Agència. En este marco se organizaron las siguientes actuaciones:

- a. Sensibilización a los gestores municipales** a través de la Red de Oficinas de Información Turística de la Comunitat Valenciana (Tourist Info) para que programen actividades que promuevan la accesibilidad universal en el marco de las celebraciones del Día Mundial del Turismo.
- b. Organización de actividades en las más de 200 oficinas de información turística** pertenecientes a la Red Tourist Info de la Generalitat Valenciana haciendo hincapié en el lema “Turismo para todos”:
  - **Dirigidas a todos los colectivos sociales**, para que se sientan turistas en su ciudad y se conviertan en futuros anfitriones.
  - **Orientadas a los visitantes**, para convertirlos en protagonistas de las celebraciones del Día Mundial del Turismo, y favorecer su integración en el destino mediante actividades de contenido experiencial.
  - **Visitas guiadas adaptadas** con servicio de lenguaje de signos y con accesibilidad universal.
  - **Visitas a recursos turísticos emblemáticos** culturales y de naturaleza.
  - **Promoción de la participación de la ciudadanía** mediante la difusión de la agenda de actividades en los canales de comunicación de la Agència Valenciana del Turisme y las redes sociales.
- c. Organización del acto de entrega de los Premis Turisme Comunitat Valenciana 2015**, por el Molt Hble. President de la Generalitat

### 3.7.2.- Premis Turisme Comunitat Valenciana

Por Resolución de 4 de febrero de 2016 del Presidente de la Agència Valenciana del Turisme, se convocaron los Premis Turisme Comunitat Valenciana 2015, a los que se presentaron 34 candidaturas en sus distintas modalidades.

En septiembre de 2016, coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, se otorgaron los premios **Premis Turisme Comunitat Valenciana 2015**, correspondientes a su segunda edición y cuyas bases reguladoras fueron fijadas por Resolución del Presidente de la Agència en febrero de 2016.

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

En esta **2ª edición** los premios concedidos en las modalidades convocadas recayeron en:

1. Premi Turisme Al conjunto de la actividad turística, a D. JOSE FERNANDO VERA REBOLLO.
2. Premi Turisme A la investigación e innovación, a CASUAL HOTELES (Pricetoroom S.L.) por su innovadora iniciativa como Cadena Hotelera.
3. Premi Turisme A la mejor acción de promoción o campaña de comunicación, al AYUNTAMIENTO DE MORELLA, por la campaña “EL PUEBLO BELLO Y BUENO DE ESPAÑA”.
4. Premi Turisme Al turismo sostenible, a VIVOOD MADAPAR S.L., por la puesta en marcha de la iniciativa “VIVOOD LANDSCAPE HOTELS”.
5. Premi Turisme Al turismo responsable, al proyecto ITINERANTUR de Belén Salvador Bozano.
6. Premi Turisme A la accesibilidad y turismo inclusivo, a MONTE HORADADA S.L., por la adaptación integral del Camping “LO MONTE”.

Y una **Mención Especial** a la **ORGANIZACIÓN NACIONAL DE CIEGOS (ONCE)**, en la modalidad Premi Turisme a la Accesibilidad y Turismo Inclusivo dada su contribución a favor del turismo accesible tanto a nivel nacional como en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.

## 4.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS

### 4.1.- INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

La finalidad del programa es dotar a las playas de la Comunitat Valenciana de infraestructura pública, mediante el suministro a los municipios de diferentes elementos que mejoren las condiciones para el uso turístico de sus playas mediante la instalación de lavapiés ecológicos (utilizando agua tratada de mar), papeleras, grupos de papeleras para recogida selectiva de residuos, pasarelas rígidas de ancho especial, pasarelas desmontables, juegos infantiles y juveniles, áreas deportivas, etc.

En los últimos años se ha mejorado la oferta de infraestructura lúdica mediante la instalación de áreas biosaludables y zonas sport-platja que permiten, sin la necesidad de monitor, la realización de ejercicios a personas de todas las edades.

A pesar de que muchos de los elementos antes citados han sobrepasado en mucho sus expectativas de vida útil, y aunque durante todos estos años se han venido adquiriendo y colocando nuevos elementos, la agresividad del medio en el que los mismos están instalados, así como la virulencia de algunos temporales y avenidas de aguas torrenciales por lluvias han incrementado la pérdida o avería de muchos de ellos. Esta situación ha motivado la conveniencia de una constante renovación de la citada infraestructura turística instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.

Esta situación motiva la existencia en 2016 de dos líneas de actuación que vienen exigidas por la realidad existente y antes descrita, a saber:

**A.-** Actuaciones conducentes al mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas de las playas de la Comunitat Valenciana.

- Propuesta de firma de 44 **acuerdos de encomiendas de gestión** con los distintos ayuntamientos que poseen infraestructura litoral perteneciente a la Agència Valenciana del Turisme, si bien tan solo se firmaron 42 ya que los municipios de Sagunto y Valencia renunciaron y siendo atendidos directamente desde la Agencia Valenciana del Turisme.
- Intervención en la **recuperación y puesta en servicio de 350 elementos higiénicos** (duchas y lavapiés) para la infraestructura higiénica instalada en las playas de la Comunitat Valenciana, lo que ha supuesto el reciclaje de material anteriormente retirado, y su nueva puesta en servicio, permitiendo un considerable ahorro de recursos.
- Reparación y puesta a punto de los juegos juveniles, infantiles y deportivos instalados en los municipios de litoral de la Comunitat Valenciana e instalación de vinilos en papeleras y grupos de recogida selectiva.

**B.- Actuaciones de suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística**, con objeto de reemplazar material dañado por el paso del tiempo, por temporales de mar:

- Suministro de 1.000 papeleras desmontables y 100 grupos de recogida selectiva para las playas de la Comunitat Valenciana.
- Suministro e instalación de 4.200 m. lineales de pasarela de madera rígida de ancho 120cm para las playas de la CV.
- Suministro e instalación de 100 casetas-vestidor de madera tratada en grupos de 3 o 5 casetas instaladas en las playas.
- Suministro e instalación, desmontaje y almacenaje de 8 zonas de baño para descanso en 8 playas de la Comunitat Valenciana.
- Suministro e instalación de 120 juegos de voley-playas en playas de la Comunitat Valenciana.
- Suministro e instalación de 4 áreas de macrojuegos en playas de la Comunitat Valenciana.

Otras actuaciones de **suministro e instalación de material para las playas** han sido:

- Suministro de 18 bombas de impulsión para estaciones de bombeo con agua tratada de mar.
- Ejecución de sistemas de captación para agua tratada de mar en estaciones de bombeo.
- Suministro e instalación de equipos de bombeo en la estación de bombeo de la playa de Mareny de Barraquetes.
- Canalización para lavapiés en la nueva playa del Charco en el municipio de Altea.
- Instalación de 30 puertas de acceso a las estaciones de bombeo con mecanismo de doble candado para acceso a la misma.
- Ejecución de una estación de bombeo para agua tratada de mar en la playa de Molins en Dènia.
- Redacción de proyecto para el suministro de instalación de tres puntos de carga para dispositivos de mano portátiles en los paseos marítimos de las playas.
- Redacción de proyecto de sustitución de 4 edificios contenedor en la Provincia de Alicante.
- Instalación de 10 marquesinas informativas en playas continentales de municipios de interior.

**C.-** Por lo que respecta a las **actuaciones en el Complejo Fábrica de Giner en Morella** se han realizado la adecuación a normativa para la legalización de la piscina, un estudio fitosanitario en el parque multiaventura "Saltapins", se ha firmado una Encomienda de Gestión con el Ayuntamiento de Morella para el mantenimiento del citado complejo.

#### 4.2.- INFRESTRUCTURAS DE CdT's Y OTRAS ACTUACIONES

Durante 2016 se han llevado a cabo actuaciones de mejora de las instalaciones, adecuación y actualización normativa de las instalaciones, para que los CdT's de Castellón; Valencia; Gandía; Denia; Benidorm; Alicante y Torrevieja, sigan siendo un referente del sector turístico, manteniendo las condiciones de seguridad. También se han realizado actuaciones en instalaciones propiedad de l'Agència como son la Hospedería del Santuario de la Balma y el Complejo de la Fábrica Giner en Morella.

**A.-** Actuaciones de inversión para una nueva edificación a ejecutar juntos al Cdt de Valencia que permita albergar el Centro de Aceleración Empresarial:

- Se ha realizado el proyecto Básico y de Ejecución para poder licitar las obras. En estos momentos se encuentra en la Oficina de supervisión de proyectos como paso previo a la licitación de la obra.

**B.-** Otras actuaciones realizadas en los CdT's han sido:

- Auditorias energéticas en los CdT's de Torrevieja, Alicante y Benidorm (esta actuación finalizará en 2017).
- Mejora de la accesibilidad en los salones de actos de varios centros (Invattur y CdT de Torrevieja).
- Adaptación a gas natural de las instalaciones del Cdt de Torrevieja.
- Mejora en el vallado de parcela en el Cdt de Alicante.
- Así como otras actuaciones complementarias respecto a diversas instalaciones:
  - Sustitución de techos en 2 zonas de cocinas y hall del CdT de Valencia.
  - Adecuación de la cocina, sustituyendo canales de vertido en acero inox en cocinas del CdT de Benidorm.
  - Otras actuaciones de adecuación de la instalación eléctrica en el CdT de Gandía.

**C.-** Otras actuaciones para reforzar el producto paleontológico.

Redacción de proyecto para la realización e instalación de 6 reproducciones de dinosaurios en 6 yacimientos paleontológicos de la CV.

#### 4.3.- SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Su objetivo consiste en introducir factores de identificación y diferenciación de la Comunitat Valenciana y articular el territorio, a través de una señalización homogénea en todo el ámbito autonómico y singular en cada destino turístico. Pretende, también, dar a conocer e integrar en destino los distintos elementos que conforman el producto turístico



valenciano: recursos, oferta y servicios turísticos, servicios públicos, etc. En la actualidad, hay instaladas más de 1.800 señales en todos los accesos a los 542 municipios de la Comunitat, incluyendo sus núcleos menores de población.

Durante 2016 se han realizado actuaciones puntuales de mantenimiento y conservación de dicha señalización turística ya instalada. Las actuaciones más significativas han sido:

- Reparación y sustitución de las señales en Callosa d'en Sarrià y Tabarca (Alicante).
- Sustitución de contenidos en 14 marquesinas instaladas en la AP-7.
- Suministro e instalación de 9 señales SISTHO a ubicar en 5 municipios de la Comunitat, [esta actuación finalizará en el año 2017].

#### **4.4.- PIP: PROGRAMA APOYO A LA INVERSIÓN PRODUCTIVA**

En el marco del Plan Especial de Apoyo a la Inversión Productiva de la Generalitat dirigido a los municipios, desde el Servicio de Infraestructuras Turísticas durante el 2016 se ha destinado una partida presupuestaria a fin de atender las solicitudes de los distintos ayuntamientos que cumplen los requisitos para autorizar los proyectos.

Durante el ejercicio 2016 ha finalizado las obras del proyecto de Morella: Centro de recepción de visitantes y aparcamientos de residentes.

#### **4.5.- ACTUACIONES EN CENTROS BTT'S**

La Red de Centros BTT de la Comunitat Valenciana, es una iniciativa que permite bajo un mismo estándar de producto, la práctica de la Bicicleta Todo Terreno, poniendo en valor recursos turísticos, paisajísticos y culturales, permitiendo durante todo el año y principalmente en las comarcas de interior su práctica.

La Red de Centros BTT tiene operativos un total de 10 Centros, más de 130 rutas y 4.200km balizados distribuidos de la siguiente manera:

##### Provincia de Castellón:

- Els Ports (Morella),
- Alto Palancia (Navajas),
- Costa de Azahar (Torreblanca)
- Alto Mijares (Montanejos)

##### Provincia de Valencia:

- Los Serranos (Aras de los Olmos),
- El Valle (Cofrentes),

- Massís del Caroig (Moixent)
- La Ribera (Alzira)

Provincia de Alicante:

- El Comtat (L'Orxa)
- Vall de Pop (Parcent).

Durante el 2016, se ha realizado una ruta de ampliación del centro “BTT Vall de Pop” que une los municipios de Benissa y Calpe, con lo que se posibilita una nueva vía de acceso a los usuarios desde la costa al Centre BTT y viceversa, contribuyendo a la desestacionalización y aportando sinergias al conjunto.

#### 4.6.- ASESORAMIENTO E INFORMACIÓN TÉCNICA

Como Servicio Técnico de carácter horizontal, se ha colaborado con otros Servicios mediante el **asesoramiento** en aspectos técnicos, tales como la intervención para la mejora y adecuación de instalaciones; la creación o traslado de nuevas oficinas de información turística; la realización de planos de distribución y revisión de la construcción de stands; la supervisión de las actuaciones realizadas por otros servicios tales como distintos tipos de ayudas a municipios o el cumplimiento de normativa exigible a las nuevas construcciones. Asimismo se ha prestado la necesaria **colaboración** en la redacción de pliegos de carácter técnico que afectan a instalaciones, concursos de suministros energéticos, etc.

Por otra parte y al objeto de cumplir con las obligaciones de información a requerimiento de diversos organismos se han emitido **informes preceptivos de actuaciones ante diversos organismos** en relación a:

- Asistencia técnica e informe de actuaciones temporales promovidas por los ayuntamientos de la Comunitat en zonas de dominio público marítimo terrestre.
- A petición de la Consellería competente en materia de urbanismo, y con carácter preceptivo, se revisan e informan los planes generales de ordenación urbana municipales y otras actuaciones que puedan tener impacto turístico en la Comunitat Valenciana.
- Informe para la solicitud de autorización a los Servicios Provinciales de Costas para la reinstalación de la infraestructura turística y lúdico-deportiva de la Agència instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.

También se han emitido 228 informes para los Servicios Provinciales de Costas **del** Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en las tres provincias.

## 5.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN Y RELACIÓN CON LAS UNIVERSIDADES

### 5.1.- ACCIONES DE INNOVACIÓN TURÍSTICA – INVAT·TUR

Durante el año 2016 el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat·tur), siguiendo en la línea de consolidación del centro, ha intensificado notablemente la labor realizada por el fomento de la innovación, la investigación y la transferencia de conocimiento a todo el sector turístico de la Comunitat Valenciana, ampliando tanto el número de actividades, proyectos y estudios como las zonas geográficas en las que se han desarrollado:

- Incremento de la actividad con respecto a semestres anteriores.
- Apertura del “radio de acción” del Invat·tur en toda la Comunitat Valenciana.
- Mayor número de peticiones de colaboración desde todos los ámbitos: administración, asociaciones, universidades, empresas privadas, centros de investigación, etc.
- Inicio del programa de investigación, innovación y transferencia de conocimiento con universidades valencianas

Los ejes de actuación del Invat·tur se han mantenido en línea con los establecidos al inicio de su funcionamiento, reforzándolos y con la incorporación del nuevo programa de colaboración con Universidades para fomento de la investigación e innovación en el sector turístico:

- Estudios, informes y manuales relacionados con la gestión de la presencia online de los destinos turísticos.
- Estudios e informes de tendencias.
- Invat·tur Emprende: difusión del emprendimiento tecnológico en turismo y apoyo a proyectos emprendedores.
- Innovación en gastronomía – Laboratorio de Cocina
- Exploración y potenciación del marketing online y el *social media* en turismo.
- Fomento de la competitividad empresarial
- Apoyo a los destinos turísticos en la adopción de nuevos sistemas y herramientas innovadoras y tecnológicas.

Las **principales líneas de trabajo** del instituto durante **2016** fueron las que siguen:

#### 5.1.1.- Inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica

Con el objetivo de seguir desarrollando una inteligencia de mercados útil para la toma de decisiones en el ámbito de la gestión turística y facilitar la anticipación y adaptación de la oferta turística valenciana a las tendencias del mercado y evolución tecnológica, se han

llevado a cabo o continuado con los siguientes proyectos:

- Booking Monitor
- Jornadas de tendencias en marketing online y SMM.
- Foros, jornadas y seminarios sobre tendencias de mercado.
- Boletín Invat·tur (genérico, monográficos y sobre emprendimiento)
- Jornadas de I+D+i
- Certificación AENOR como Unidad de Inteligencia Competitiva
- Participación en foros de intercambio de experiencias en vigilancia competitiva

### **5.1.2.- Apoyo al emprendimiento en TURISMO – INVAT·TUR EMPRENDE**

Las actuaciones en materia de emprendimiento desarrolladas por el Invat·tur persiguen favorecer una cultura emprendedora en materia turística, con especial hincapié en el carácter tecnológico de los proyectos e ideas apoyadas. Entre las actuaciones desarrolladas en 2016 destacan:

- Formación básica en emprendimiento turístico CdT - Invat·tur
- Ampliación del ecosistema emprendedor en turismo – Invat·tur-Emprende.
- Programa de Creación e Impulso de Empresas Turísticas: edición Valencia y Alicante
- Foros y jornadas
- Incorporación de nuevos proyectos al área de coworking y vivero de empresas y proyectos emprendedores
- Continuidad del Programa de asesoramiento a proyectos y empresas
- Sistema de apoyo al emprendedor

### **5.1.3.- Proyectos I+D+i**

Invat·tur desarrolla proyectos de I+D+i de manera autónoma o en colaboración con otros centros de investigación. De manera prioritaria, se plantean proyectos de investigación vinculada a empresas, que garanticen la cooperación entre el Invat·tur, los diferentes centros de investigación, los institutos tecnológicos y las empresas turísticas. Entre los proyectos desarrollados en 2016 por el Invat·tur cabe destacar:

- Apoyo desarrollo de proyectos de I+D+i
- Destinos Inteligentes CV: proyectos piloto de metodología LEAN en Finestrat
- Manual de implantación de metodología Lean en destinos
- VI Barómetro Redes Sociales y Destinos
- Nuevos Manuales de Redes Sociales y Destinos CV:
  - Guía de Geolocalización on line de la Red Tourist Info de la C.V.
  - Guía de video marketing on line de la Red Tourist Info de la C.V.
  - Manual operativo para la gestión de blogs en Destinos Turísticos

- Estudio sobre uso Social Media a nivel internacional por parte de los destinos competidores de la C.V.
- Cuadro de Mando de Redes Sociales v2
- Estudio de obstáculos a la creación de empresas turísticas innovadoras 2016. Invattur Emprrende
- Estudio para la dinamización turística del Puerto de Alicante
- Estudio perfil chefs de la C.V. Enfoque hacia la prevención
- Estudios realizados en el marco del grupo de trabajo de centros tecnológicos en turismo de España, en coordinación con Thinktur – ITH:
  - Tendencias en Tecnología y turismo 2016
  - Smart data y open data en turismo
- Publicaciones en revistas y congresos científicos.

#### **5.1.4.- Laboratorio de cocina**

Cada vez es más evidente que la fusión entre cocina 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 y por tanto mejorar técnicas culinarias tradicionales, estudiar problemáticas gastronómicas, mejorar texturas, potenciar sabores y un sinfín más de posibilidades. Entre las acciones desarrolladas en 2016 destacan:

- Investigaciones sobre productos gastronómicos de la Comunitat Valenciana
- Aulas de cocina y ciencia
- Experto Universitario en Cocina Tecnológica

#### **5.1.5.- 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 la actividad del instituto. 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
- Participación en programas formativos especializados: UMH, UA, etc.
- Desayunos Invat·tur
- Publicaciones de resultados y conclusiones jornadas y proyectos
- Formación Invat·tur – Red CdT: #SMTurismo (3ª edición)
- Potenciación de la presencia del Invat.tur en medios de comunicación generalistas y especializados.

### Resumen de las actividades 2016 organizadas en el INVAT·TUR:

Periodo	Nº Actividades	Nº Asistentes
Enero	10	125
Febrero	44	372
Marzo	34	377
Abril	36	614
Mayo	42	180
Junio	22	264
Julio	18	186
Agosto	4	36
Septiembre	39	301
Octubre	37	525
Noviembre	26	530
Diciembre	14	148
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>3.658</b>

### **5.2.- ACCIONES DE RELACIÓN LAS UNIVERSIDADES**

Nace con el objetivo de liderar un ecosistema de conocimiento avanzado con la participación de las Universidades y bajo el liderazgo de INVAT·TUR, se articula a través de convenios bilaterales de colaboración con 5 universidades valencianas (Universidad Jaume I de Castellón, Universidad de Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Miguel Hernández de Elche y Universidad de Alicante). Todos los convenios tienen como objeto la realización conjunta en 2016 de proyectos de investigación e innovación en beneficio del sector turístico valenciano de acuerdo con el siguiente detalle:

- Universidad de Alicante: el objeto principal de este convenio ha sido la coplanificación estratégica aplicada al sector turístico de la Comunitat Valenciana.

El convenio incluye dos líneas de actuación:

- o Planificación estratégica aplicada al sector turístico de la Comunitat Valenciana. Incluyendo todo el proceso de investigación, incluyendo jornadas de participación, encuestas y otros métodos, para analizar la situación de la planificación turística y el estudio de propuestas estratégicas para el desarrollo turístico de la comunidad valenciana, estos trabajos han dado como resultado El Libro Blanco del Turismo de la Comunitat Valenciana.

- La segunda línea de actuación del convenio ha estado dedicada a la cualificación en clave innovadora de los profesionales del sector turístico valenciano, incluyendo entre otras acciones de transferencia las siguientes:
  - Master en dirección hotelera
  - Programa de Doctorado
  - Experto Universitario en Cocina Tecnológica
  - Foro Internacional de Turismo de Benidorm
- Universidad de Valencia: el objeto principal de este convenio ha sido la realización de estudios relacionados con el paisaje valenciano posicionado como elemento central del hecho turístico.

El convenio incluye tres líneas de actuación:

- Recursos paisajísticos y análisis de su potencialidad turística. Dentro de este epígrafe se incluye la Identificación de los 100 paisajes valiosos y valorados, mediante un equipo de investigadores pluridisciplinares. La creación de Banco de imágenes fotográficas de los paisajes valencianos. Un Proceso de participación con nueve jornadas vertebrando el territorio con el objeto de contrastar la selección previa de paisajes valiosos. Elaboración de la publicación “Claves del Turismo Valenciano”.
  - Configuración, en torno a los paisajes valencianos, de nuevos productos turísticos, incluyendo estudios sobre los visitantes a la Comunidad Valenciana y el tratamiento del paisaje en las webs turísticas de la Comunitat Valenciana.
  - También se incluye una línea dedicada a la promoción y comercialización de productos turísticos de base paisajística. Incluyendo la publicación digital de “Paisajes Valencianos, valiosos y valorados”, la exposición itinerante de paneles “Paisajes valiosos, paisajes valorados”, una exposición fotográfica de “Paisajes Simbólicos Valencianos” con su catálogo, el congreso “Innovación, paisajes y turismo” celebrado en Valencia con publicación de sus actas bajo el título “Paisaje Turismo e Innovación” y un plan de comunicación digital con página web, redes sociales y la creación de formatos audiovisuales específicos, así como la realización del audiovisual para televisión “Paisajes Valenciano”
- Universidad Jaime I: el objeto principal de este convenio ha sido el impulso al turismo ético y responsable entre los agentes turísticos valencianos.

El convenio incluye dos líneas de actuación diferenciadas:

- Impulso al turismo ético y responsable entre los agentes turísticos valencianos con la adaptación del código ético mundial al sector turístico valenciano, incluyendo el análisis y trabajo de campo, así como la elaboración de material didáctico para la promoción del turismo ético y la realización de una jornada de turismo responsable y sostenible.
- La segunda línea de actuación incluye un estudio denominado “análisis, diagnóstico y prognosis del turismo en los municipios del entorno del aeropuerto de Castellón”, con distintas fases de estudio y diagnóstico, incluyendo jornadas en el territorio, así como el diseño de estrategias competitivas y la modelización econométrica de los factores explicativos de la demanda.
- Universidad Politécnica de Valencia: el objeto principal de este convenio ha sido el desarrollo de estudios en el ámbito de la gastronomía, el turismo y la pesca, desarrollándose las siguientes actividades:
  - Realización de un estudio sobre la estructuración de un modelo de producto turístico en el municipio de Gandia basado en los recursos pesqueros que contemple el diseño y adecuación legal de actividades, efectos sociales del turismo en la población receptora y competitividad del destino turístico. Este trabajo ha incluido el trabajo de campo y el análisis de situación en otros destinos nacionales e internacionales.
  - Elaboración de un recetario mariner y de técnicas culinarias tradicionales y modernas sobre las especies pesqueras autóctonas.
- Universidad Miguel Hernández de Elche: el objeto principal de este convenio ha sido el análisis en clave Big Data del sector turístico de la Comunitat Valenciana, con el objetivo de profundizar en la segmentación y establecer las bases para estudios de prospectiva. Se ha dividido en dos líneas de actuación:
  - Una primera dedicada al estudio de las series Familitur y Egatur desde un punto de vista descriptivo, la creación de modelos de entrenamiento para series temporales posteriores y la búsqueda, formateo e integración de fuentes Open Data a los datos de 2015 y siguientes. También se ha trabajado en la generación de modelos predictivos para la clasificación del gasto en destino, la segmentación de la demanda en función de criterios discriminantes y los análisis de requerimientos para la estimación en áreas pequeñas.
  - La segunda línea se ha dedicado a la divulgación y transferencia de conocimiento con la organización de una jornada de Turismo y Big Data y la publicación de artículos especializados.



## 6.- ACTIVIDADES EN MATERIA DE FORMACIÓN Y ACELERACIÓN EMPRESARIAL

### 6.1.- FORMACIÓN

La Formación Turística para el Empleo, se ejecutada a través de la **Red de Centros de Turismo** de la Comunitat Valenciana, mediante actuaciones formativas y de difusión y transferencia de resultados.

La política de formación se articula y materializa a través de los Centros de Turismo que, vertebrados a lo largo de la Comunitat Valenciana, pretenden hacer accesible la formación a todos los colectivos así como aproximarla a los diferentes territorios de la Comunitat.

La Red de Centros de Turismo viene trabajando, desde sus inicios, en dos líneas de actividad (formación continua y formación ocupacional), lo que supuso en el año 2016 un total de 873 cursos, 16.858 participantes y 43.133 horas de formación en el conjunto de los CdTs.

Las cifras totales en cada una de las líneas de formación fueron las siguientes:

	Formación para el empleo	Formación continua	Total
<b>Nº de cursos</b>	407	466	<b>873</b>
<b>Nº de participantes</b>	36.466	6.667	<b>16.858</b>
<b>Horas de formación</b>	10.206	6.652	<b>43.133</b>

Por provincias, la actividad formativa se distribuyó como sigue:

	Castellón	Alicante	Valencia	Total
<b>Nº de cursos</b>	125	438	310	<b>873</b>
<b>Nº de participantes</b>	2.203	7.693	6.962	<b>16.858</b>
<b>Horas de formación</b>	9.035	20.652	13.446	<b>43.132</b>

De estas actividades, cabe destacar que la actividad formativa en los municipios de interior de la Comunitat, agrupada a través del concepto “CdT de Interior” se caracteriza por el desarrollo de toda una serie de actuaciones formativas atendiendo a las necesidades de estos espacios turísticos de la Comunitat Valenciana, articulándose a través de las solicitudes que cursan ayuntamientos, asociaciones empresariales turísticas y ADL’S, dando como resultado la realización de actuaciones formativas *in situ*, atendiendo a criterios cualitativos sobre otros de carácter cuantitativo.

La actividad de los CdTs de interior se resume en la siguiente tabla.

	Castellón	Alicante	Valencia	Total
<b>Cursos</b>	57	104	39	<b>200</b>
<b>Horas</b>	1.035	1.749	263	<b>3.047</b>
<b>Alumnos</b>	1.093	1.919	569	<b>3.581</b>

Asimismo, y por lo que respecta a la Formación *on line*, en 2016 se mantiene el número de actuaciones formativas, aumentando el número de horas y usuarios con respecto al año anterior, siguiendo con la consolidación de este tipo de formación y contando con la ampliación propia de contenidos, ya no solo en idiomas como Alemán turístico e Italiano turístico, sino también en cursos que puedan dirigirse a desempleados como Personal de Limpieza de Pisos en Hotel.

	Cursos	Horas	Participantes
<b>Cdt e-Formación</b>	79	1.293	2.808

#### 6.1.1.- Cualificación continua

Esta modalidad formativa 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, Idiomas e Informática.

Esta modalidad 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 turístico de la Comunitat Valenciana.

En 2016, en la Red de Centros se realizaron 466 cursos de formación continua, que contaron con 6.667 participantes, y supusieron 6.652 horas de formación.

#### 6.1.2.- Formación para el Empleo

La Formación para el Empleo 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, en última instancia, los cauces para la inserción profesional de los alumnos. Se caracteriza esta Formación Ocupacional por ser cursos de larga duración, de enfoque muy práctico, que se desarrolla principalmente en las áreas de Cocina,

## Servicio y Formación Complementaria.

En los últimos años se ha apostado de manera destacada por la formación profesional para el empleo dirigida prioritariamente a personas desempleadas que buscan una inserción laboral en el sector de la hostelería y turismo, con actuaciones formativas ajustadas a las especialidades más demandadas por las empresas, y asociadas a la evaluación y certificación de competencias profesionales, con actuaciones que han resultado en elevados porcentajes de empleabilidad e inserción laboral de los participantes que han superado con aprovechamiento las mismas.

En la actualidad los CdTs de la Red se encuentran homologados por el SERVEF o en vías de aprobación para la impartición de los certificados de profesionalidad de la familia “Hostelería y Turismo” publicados, realizándose un esfuerzo especialmente intenso 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, continuando con el proceso de reconocimiento oficial y formal de las competencias adquiridas por los participantes en los cursos que se imparten en los Centros de la Red, velando de esta manera por la mejora de la formación y profesionalidad del sector turístico, mediante la obtención de los citados certificados de profesionalidad, instrumento que permite acreditar la capacitación para el desarrollo de una actividad laboral con significación para el empleo, configurando un perfil profesional de carácter oficial, validez en todo el territorio nacional y reconocimiento a nivel europeo. Así pues, durante 2016 ya se oferta prácticamente todo el catálogo de certificados de profesionalidad incluyendo las nuevas certificaciones de nivel 3 en Gestión de Producción en Cocina y Gestión de Procesos de Servicios en Restauración.

Asimismo, la búsqueda de la calidad y de la excelencia continúa siendo un objetivo prioritario en los ámbitos de la actividad investigadora y de innovación tecnológica, y el programa “Social Media Strategist en Turismo”, implementado en colaboración con el Instituto Valenciano de Investigaciones Turísticas (Invat.tur) para formar a profesionales expertos en redes sociales en turismo, es un buen ejemplo de ello

También durante 2016 se continúa con la estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven, para dar respuesta a la situación laboral en la que se encuentran muchos jóvenes.

En este contexto, las diversas ediciones desarrolladas en 2016 del programa “Emprender en Turismo”, dirigido a emprendedores, y puesto en marcha también en colaboración con Invat.tur, es una clara apuesta por este colectivo.

Durante 2016, han sido 407 los cursos de formación profesional para el empleo impartidos, con 36.466 participantes y 10.206 horas de formación.

### **6.1.3.- CdTJobs: Portal de Empleo Turístico**

El compromiso de la Red CdT no es únicamente el de generar y transmitir conocimiento, sino también el de convertirlo en herramienta para el desarrollo social y económico mediante la transferencia de los resultados, a través de la creación de empleo, destacando la implementación del portal de empleo turístico CdTJobs, 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, que durante 2016 ha visto crecer de manera considerable el número de ofertas de trabajo introducidas en el sistema y la interacción de los usuarios/demandantes. Las cifras a las que han llegado en diciembre 2016 es de 504 demandantes y 131 empresas que ofertan trabajo. El número de ofertas publicadas son 208.

### **6.1.4.- Canal CdT Televisión**

El Canal CdT Televisión, plataforma multimedia y canal formativo que permite visualizar en directo los cursos que se imparten, son clara muestra de la apuesta por estar a la vanguardia en esta materia. Durante 2016 continúan las emisiones a través de dicho canal.

### **6.1.5.- Apoyo a iniciativas de promoción y difusión**

La presencia activa de la Red CdT y su imbricación en el sector turístico queda reflejada, igualmente, en las actuaciones complementarias a las acciones formativas de la Red CdT, con la participación en diferentes actos de promoción turística, ferias, workshops, showcookings, etc.

En definitiva, 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.

Y tan decisivo como acercarse a la empresa y a los profesionales del sector es sensibilizar y concienciar al conjunto de la sociedad valenciana sobre la importancia de un producto turístico de calidad. Jornadas gastronómicas, jornadas de puertas abiertas y eventos similares constituyen algunas de las iniciativas desarrolladas durante 2016, y dirigidas a los diversos colectivos sociales, con la finalidad de dar a conocer la labor que desarrollan los CdT a favor de la educación y concienciación en materia turística.

## 6.2.- PROGRAMA **ACCETUR**: ACELERADOR EMPRESARIAL Y DEL ACCESO DE EMPRENDEDORES AL MERCADO DEL TURISMO.

En el marco de las políticas de fomento de la economía turística, el empleo y el tejido empresarial, la *Agència Valenciana del Turisme* ha puesto en marcha en 2016 un nuevo programa de impulso de la competitividad y el emprendimiento turístico.

El programa **Accetur** -Acelerador Empresarial de del Acceso de Emprendedores al Mercado del Turismo- amplía el marco estratégico la Red de CdT con nuevas líneas de actuación para emprendedores y pymes del sector mediante una red de aceleradoras, nuevos programas de capacitación empresarial y servicios directos a emprendedores y empresas.

El programa tiene como destinatarios a desempleados con formación en profesiones turísticas, emprendedores, autónomos, micro-pymes y pymes, como principales activos del tejido productivo turístico; así como a las entidades de desarrollo local y asociaciones sectoriales en términos de cooperación y coordinación de actuaciones.

a.- **Accetur** se articula en base a los siguientes **objetivos estratégicos**:

- Captar y orientar hacia el mercado el potencial emprendedor de las personas formadas en profesiones turísticas.
- Dinamizar el tejido productivo mediante la cualificación empresarial; identificación de oportunidades de negocio para nuevos proyectos empresariales, transferencia de conocimiento, fomento de la creatividad y cooperación empresarial.
- Introducir nuevos valores de sostenibilidad empresarial, gestión inteligente de los recursos y del territorio, con estructuras productivas modernas, rentables y capaces de crecer.
- Mejorar los servicios públicos de información y atención a empresas y emprendedores turísticos, acercando las actuaciones al territorio a través de los Espacios Accetur en la Red de CdT.

b.- **Líneas operativas y actuaciones 2016** están orientadas al apoyo a personas con inquietudes emprendedoras y de mejora empresarial para:

- Empezar en turismo
- Desarrollar proyectos emprendedores
- Crear nuevas empresas
- Apoyar a empresas jóvenes o maduras en sus planes de mejora para ser más competitivas.

c.- Tras los trabajos de prospección y conceptualización del nuevo programa, se ha desarrollado una **marca e imagen propia** que permita identificar de forma clara los nuevos espacios y servicios dentro de los CdT: *Manual de Marca ACCETUR*, *Manual de Aplicación de Imagen a Soportes* y producción de soportes

La *presentación institucional al sector* se realizó el 11 de mayo de 2016 en Castellón y a lo largo del ejercicio se ha participado en distintos eventos sectoriales y de emprendimiento (FOCUS Innova, Universitat de Valencia, etc.), para dar a conocer el programa.

**d.- Espacios Accetur y Portal Accetur:** Desde mayo de 2016 el CdT de Valencia cuenta con un espacio destinado a la atención de emprendedores y empresas, emplazado en la planta baja del edificio. Este espacio ha recibido en 2016 más de 100 peticiones de información y registrado 55 altas de emprendedores para participar en los itinerarios.

Asimismo, durante el presente ejercicio se han definido los procedimientos básicos, formularios, fuentes de información, contactos y documentación para la atención de emprendedores y gestión de los itinerarios y servicios (coworking, instalaciones, etc.) en aras a su implantación en 2017 en toda la Red de CdT de estos espacios Accetur y la generación de contenidos básicos para la puesta en marcha de los servicios de información *online* del programa.

**e.- Jornadas y Talleres.** Con el fin de captar el potencial emprendedor y difundir conocimientos básicos sobre oportunidades del sector, actitudes y capacidades emprendedoras entre los alumnos de la Red de CdT, se han realizado:

- Jornadas de Emprendimiento en Hostelería ¿Crear tu propio Negocio? Se han celebrado siete jornadas alcanzando cerca de **700 participantes** de las especialidades de cocina, sala, sumillería y repostería. Se ha contado con la participación de entidades locales de desarrollo y economía cooperativa, asociaciones del sector y cámaras de comercio.
- Se han realizado siete Paneles de Emprendedores, en los que han participado más de **30 exalumnos de la Red de CdT** compartiendo su experiencia profesional y empresarial con los participantes.
- Talleres sobre Oportunidades del Sector Turístico, Emprendimiento y Técnicas de Búsqueda de Empleo. Se ha diseñado un módulo formativo de 16 horas de duración, adaptado específicamente a los objetivos del programa y perfil del alumnado, del que se han realizado en 2016 nueve ediciones piloto, impartidas a más de **100 alumnos** de los CdT de Valencia, Castellón y Alicante. Esta experiencia se extenderá a partir de 2017 a todos los centros y cursos de la Red de Centros: todos los alumnos de formación ocupacional recibirán este módulo, que se ofrecerá también a otros centros profesionales.

**f.- Accetur Emprendedores.** En 2016 se han realizado los trabajos previos de prospección de la oferta formativa para emprendedores y de las competencias emprendedoras en el marco europeo y del sector turístico. También se ha trabajado en el diseño de un programa de formación para emprendedores turísticos que se pondrá en marcha en 2017.

**g.- Acetur Crea Empresa.** Se ha realizado un Curso-Taller sobre fórmulas empresariales y elaboración de Planes de Empresa, dirigidos a equipos de emprendedores con proyectos turísticos, con un total de participación de **13 proyectos emprendedores** y **cinco proyectos de empresas** para el desarrollo de líneas de negocio en turismo (seis en Valencia, siete en Alicante y cinco en Castellón). También se han realizado dos talleres piloto, en Valencia y Alicante, respectivamente y cinco visitas técnicas e informes básicos del potencial turístico de empresas cooperativas agroalimentarias (oleoturismo y naranjas) y un proyecto de inversión en oleoturismo en Castellón.

**h.- Acetur Avanza Pyme.** En 2016 se han llevado a cabo los trabajos previos de prospección y estudio del ámbito competencial para empresarios que establece la Unión Europea, así como el estudio de necesidades para optimizar los formatos más funcionales para la formación de los empresarios turísticos a través de la programación de cursos y jornadas en la Red de CdT.

Asimismo, se ha diseñado un programa para la realización de diagnósticos de competitividad a medida y capacitación empresarial, con formación para autónomos, micro empresarios y mandos medios del sector turístico sobre gestión estratégica empresarial, con el que se espera alcanzar en 2017 a más de 100 empresas, a través de un convenio de colaboración con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana.

**i.- Becas Acetur.** En el marco de la convocatoria de becas para la especialización profesional de jóvenes titulados en turismo, en 2016 se ha creado una especialidad sobre formación y dinamización del emprendimiento y competitividad turística. En la actualidad, desde mayo de 2016, el equipo cuenta ya con una becaria.

**j.- Actuaciones de colaboración y cooperación con entidades.** Todas las acciones llevadas a cabo en 2016 se han planteado bajo el parámetro de colaboración con entidades públicas y privadas, del ámbito del emprendimiento, la promoción económica y el turismo, buscando sinergias y cooperación entre los distintos programas.

En concreto, se han establecido distintas colaboraciones con: 13 Asociaciones profesionales del sector turístico, 10 Entidades de desarrollo local y otras entidades, 31 emprendedores o profesionales de éxito, ex alumnos de la Red de CdT y las oficinas de la Red Tourist Info. Asimismo, se han estudiado instrumentos para articular mecanismos estables de colaboración para la captación de oportunidades y proyectos a lo largo del territorio.

**k.- Otras actuaciones.** A lo largo de 2016, se ha trabajado también en la detección y estudio de necesidades específicas de formación para determinados subsectores, colectivos territoriales o cooperativas agroalimentaria que desean abrir líneas de negocio en turismo, mejorar su competitividad o su formación para el emprendimiento, en colaboración con el programa *CreaTurisme*.

## 7.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y PRODUCTO

Durante el año 2016 se han incrementado las acciones de promoción notablemente al mismo tiempo que se ha profundizado en la política de promoción basada en los productos turísticos.

A continuación se destaca, según el tipo de actuación, cual ha sido la evolución en lo que a acciones promocionales se refiere.

### 7.1.- ACTUACIONES DIRIGIDAS A PÚBLICO FINAL Y A PROFESIONALES DEL SECTOR

Por lo que respecta a actuaciones dirigidas a **público final**, durante 2016, se han realizado, en coordinación con Turespaña, un total de **39 actuaciones dirigidas a público final** en países como Francia, Bélgica, Alemania, Holanda, Noruega, Polonia o China.

En cuanto a actuaciones dirigidas a **profesionales del sector**, cabe destacar tanto las realizadas en los mercados de origen, destinadas a profesionales de los principales mercados emisores, como las realizadas en la propia Comunitat Valenciana y destinadas al sector profesional de la Comunitat:

- **Actuaciones destinadas a profesionales de los mercados emisores:** tales como la participación en jornadas y workshops realizados por operadores turísticos en Rusia, Bélgica u Holanda, o la participación en las Jornadas Inversas organizadas por Turespaña con operadores británicos de turismo de golf en o de turismo cultural.
- **Viajes de familiarización para operadores turísticos y medios de comunicación (FAM Y PRESS TRIPS):** En 2016, se llevaron a cabo un total de **55 viajes de familiarización para medios de comunicación y operadores turísticos de un total de 21 países**, entre ellos Reino Unido, Francia, Rusia, Países Escandinavos, Alemania, Bélgica, Holanda, EEUU o China

Cabe destacar la organización de **viajes de familiarización destinados a operadores o medios especializados en productos**. A título de ejemplo, podemos mencionar los destinados a operadores de turismo lingüístico norteamericanos, de segmento Premium suizos o alemanes, o de turismo deportivo o de golf, familiar, cultural, de naturaleza, entre otros; así como los organizados para medios especializados en turismo urbano o de gastronomía.

- **Ferias y certámenes turísticos:** La presencia en ferias y certámenes turísticos ha registrado un notable aumento con respecto al año anterior, con asistencia a un total de **48 certámenes: 20 en territorio nacional y 28 en otros países**.



En este apartado, hay que subrayar:

- Por una parte, la **asistencia habitual a las principales ferias del sector**, como la World Travel Market de Londres, la ITB de Berlín o Fitur en Madrid, con stand propio o espacios singulares en el stand de Turespaña.
- **El refuerzo de la asistencia a certámenes turísticos en España** (Barcelona, Bilbao, Zaragoza o Valladolid), que, combinados con la campaña de street marketing y de publicidad refuercen la promoción turística en el mercado nacional, y **en determinados mercados internacionales con crecimientos en las cifras de turismo hacia la Comunitat, como los Países Escandinavos o Francia.**
- **Y muy especialmente la asistencia a certámenes especializados en diferentes productos:** tanto a nivel nacional como internacionales en determinados productos, como pueden ser el cicloturismo, el turismo de incentivos, congresos y eventos (Imex en las Vegas o Frankfurt e EIBTM en Barcelona), en el golf o la conectividad aérea (Routes Europe), o el turismo ornitológico.

## 7.2.- ACTUACIONES GENÉRICAS DE PRODUCTO

Durante 2016 se ha iniciado un notable cambio de orientación en lo que a política de promoción se refiere, dando un gran protagonismo a la vertiente de producto. Así, se ha puesto en marcha el **programa de creaturisme**, que reconoce la existencia de cinco grandes grupos de producto: sol y playa; Mediterráneo Rural; MICE, Cultural y Urbano; Salud, social y deportivo; Gastronómico, e identificándose en cada uno de estos grupos un destacado volumen de productos turísticos.

Dentro de dicho programa se ha iniciado una intensa interlocución con agentes del sector, celebrándose jornadas profesionales con los agentes especializados en gastronómico, enoturismo, oleoturismo, turismo ornitológico, ecuestre, náutico, buceo, etc...

## 7.3.- ACTUACIONES DE PROMOCIÓN ON LINE EN MERCADOS EMISORES (DIGITAL MARKETING)

En consonancia con la rápida digitalización del sector turístico y la creciente influencia de las redes sociales, **durante 2016** han realizado diferentes acciones de promoción online en mercados como el noruego, el finés, el belga o el Italiano.

## 7.4.- TURISMO CULTURAL Y RUTAS TURÍSTICAS

### 7.4.1.- Colaboración en festivales y eventos

Algunos eventos musicales y deportivos se están posicionando como un elemento de gran atractivo turístico con amplia repercusión e impacto mediático por lo que constituyen una eficaz plataforma de difusión publicitaria.

La vinculación de la marca Comunitat Valenciana a determinados eventos, deportivos o musicales, de gran repercusión mediática y de importante afluencia de público permite impulsar el posicionamiento turístico de la Comunitat Valenciana. Además de conseguir la difusión de un determinado producto turístico y la potenciación de la imagen de un destino, se consigue la vinculación de determinados segmentos poblacionales a nuestro territorio.

Con respecto a los festivales turísticos el verano de 2016 se presentó la marca **Mediterranew Musix**, que tiene la intención de aglutinar bajo su paraguas a todos los grandes eventos musicales que tengan lugar en nuestro territorio con la intención de promocionar la Comunitat Valenciana como tierra de festivales.

### 7.4.2.- Ruta de la Seda

La Agència Valenciana de Turisme inició en el año 2015 el desarrollo de una estrategia para la Ruta de la Seda, dirigida a la creación y estructuración de una oferta en torno a la tradición sedera y a los recursos patrimoniales existentes, a través de diferentes acciones de investigación, creación de rutas o itinerarios, difusión, promoción, organización y participación en eventos interesantes de cara a una mayor proyección de la Ruta de la Seda tanto a nivel de la sociedad civil como de visitantes de otros lugares.

Con la voluntad de aunar esfuerzos para encauzar la colaboración en el impulso a la iniciativa “Valencia, ciudad de la seda 2016” y el desarrollo de una Estrategia para la Ruta de la Seda 2016/2020, se creó un **grupo de trabajo**, liderado por la Agència Valenciana de Turisme, que cuyo objetivo es trabajar de forma coordinada en el proyecto y poner en común las propuestas de las diferentes entidades participantes.

Así la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana, el Ayuntamiento de Valencia, la Diputación de Valencia, el Colegio del Arte Mayor de la Seda, la Universidad de Valencia y la Cámara de Comercio de Valencia, firmaron un **Protocolo de Colaboración**, el día 4 de mayo de 2016 cuyo objetivo último es definir una estrategia turística contando con el valor añadido que cada una de las entidades participantes, el asesoramiento mutuo y la coordinación para la realización de proyectos y programas de interés común.

Dado que el centro UNESCO Valencia/Mediterráneo fue designado “Focal point del programa Plataformas de la Ruta de la Seda de la OMT”, la Agència Valenciana de Turisme, estableció mediante la firma del correspondiente convenio el desarrollo de acciones vinculadas a la Ruta de la Seda tales como la “Multatqa de las tres culturas” y el encuentro con embajadores del programa UNESCO.

El desarrollo del proyecto de la Ruta de la Seda tiene una génesis y unas particularidades muy específicas que determinan que no se trate de un “producto turístico” al uso. Entre ellas cabe destacar:

- Origen en un mandato de Les Corts.
- Completamente nuevo para la administración turística: necesidad de investigación.
- Gran peso institucional: los principales agentes implicados son administraciones o entidades sin ánimo de lucro.
- Necesidad de fomentar la implicación del sector turístico.
- Variadas vertientes sobre las que se puede trabajar: fiestas, gastronomía, música, fallas, educación, etc.
- Difusión de cara a la sociedad civil.

Durante 2016 se ha trabajado, en dos fases, una primera con los objetivos de identificación de agentes, fundamentalmente institucionales, con implicación en la puesta en marcha del proyecto y de realización de acciones dirigidas a la creación de un recurso turístico y una segunda con los objetivos de conseguir la implicación del sector turístico y difundir la ruta. Las líneas de actuación de este programa han sido las siguientes:

### **1ª Imagen corporativa del proyecto**

Para llevar a cabo una política promocional efectiva en torno a la historia y los recursos de la seda, se ha considerado necesario contar con una imagen o logo específico para este producto. Así, en colaboración con las asociaciones de diseñadores, ilustradores y publicistas, se realizó una llamada a proyecto para el diseño de libre creación de un logo para el concepto Ruta de la Seda, con varias versiones, una Versión en castellano “Ruta de la Seda”, adaptada a Comunitat Valenciana y a Valencia y otra Versión en inglés “Silk Road”, adaptada a Region of Valencia y Valencia y para el Manual de la nueva marca y aplicación a diferentes soportes.

La presentación de la marca se realizó en el CDT en julio de 2016.

### **2ª Actuaciones de investigación/divulgación de nuestro legado sedero**

#### **- Inventario de recursos vinculados a la seda en la Comunitat Valenciana**

Se ha considerado necesario contratar los servicios de una asistencia técnica de la

Universitat de València, para elaborar un inventario que identifique aquellos recursos culturales de nuestro territorio vinculados a la seda y que ofrecen un nivel adecuado de puesta en valor para el desarrollo de una estrategia turística en torno a ellos.

Este inventario incluye 99 recursos de las tres provincias, catalogados según el grado de interés que presentan. Y recoge también numerosos recursos que no cumplen con los requisitos y que, por tanto, no pueden considerarse como recursos turísticos sino culturales.

El trabajo propone 3 rutas turísticas.

#### **- Congreso “Las rutas de la seda en España y Portugal”, octubre 2016**

En colaboración con la Universitat de València, se organizó este congreso en el que se trató la cuestión de la influencia ejercida por el cultivo de la morera y la manufactura de la seda en la historia de España y Portugal, dando a conocer la inserción de los dos países en las rutas internacionales de la seda y valorar correctamente el importante legado cultural y patrimonial que se ha derivado del ejercicio de dichas actividades.

Debido a la importancia y el protagonismo de Valencia, y de la Comunitat Valenciana en su conjunto, en la historia de la seda en la península, parte importante de los contenidos se centraron en la misma, contando con la participación de los grandes expertos en la historia de la seda en la Comunitat Valenciana.

#### **- Ciclo de conferencias el FIL D’OR, mayo 2016**

Actuación llevada a cabo de forma conjunta con la Universitat de València. Durante cinco días una gran parte de los mayores expertos en el legado sedero de la Comunitat Valenciana ofrecieron ponencias. A destacar el alto nivel de los contenidos y gran asistencia de público, destacando la importante presencia de guías turísticos y empresas receptoras o de servicios en destino.

#### **- Libro de la Cofradía de San Jeroni del Art de Velluters de Valencia**

Tras la apertura al público del Museo del Colegio del Arte Mayor de la Seda, se editó un libro sobre los orígenes del Colegio, la Cofradía de Velluters, realizado por expertos en investigación sobre el legado sedero en nuestra Comunitat. Se editaron 500 ejemplares en castellano.

El libro trata sobre los orígenes medievales de lo que sería el futuro Colegio del Arte Mayor de la Seda de Valencia, es decir, sobre la cofradía de San Jerónimo del Art de *Velluters* de Valencia. Se trata de una obra de investigación sobre los primeros años de historia de la cofradía del gremio de tejedores de terciopelos de seda (*velluts*), fundada en 1477. Dos siglos después, en 1686, el citado gremio y su cofradía se convirtieron en Colegio de Artistas y Arte de la Seda por privilegio del rey Carlos II, el último monarca de la dinastía de los Austrias.

### **3ª Acciones para dar visibilidad a la Ruta de la Seda: Material de difusión, gráfico y audiovisual, e itinerario en pavimento.**

**a.- Realización de un folleto divulgativo para** la feria de turismo más importante de España, **Fitur**: este folleto se realizó con el objetivo de dar a conocer la presencia de Valencia en la ruta de la seda, con dos ediciones, una en castellano y otra en valenciano.

**b.- Guía “Valencia, ciudad de la seda”:** se trata de una publicación de 62 páginas de turismo cultural en la que se describe una mirada a la ciudad de Valencia desde la seda y su legado.

Es una guía muy completa que abarca desde el origen de la seda, en la antigua China, su llegada y desarrollo en Valencia, con las transformaciones en el paisaje rural y urbano que ello supuso así como la creación del *gremi de velluters*, que se editará en castellano, valenciano, inglés, italiano, francés y chino.

En 2016 se publicó la edición en castellano con 5.000 ejemplares y se tradujo al valenciano, inglés, italiano, francés y chino. En los próximos meses se prevén las correspondientes ediciones.

La publicación incluye 4 vídeos que se pueden ver a través de códigos QR: talleres artesanales, el *último velluter*, Vicente Enguïdanos, o la fabricación de abanicos, entre otros.

**c.- Publicación infantil/juvenil sobre la Ruta de la Seda y la Comunitat Valenciana:** Teniendo en cuenta que la tradición y el legado sederos representan una parte importante y singular de nuestra historia, se consideró adecuado llevar a cabo alguna actuación dirigida al público infantil y juvenil de la propia Comunitat Valenciana, para que las jóvenes generaciones pudiesen conocer esta parte de nuestra historia.

A tal efecto se adquirió una publicación lúdica y educativa, que recoge la historia de la seda en Valencia desde su llegada, que se publicó en una edición bilingüe, castellano/valenciano, de 1.500 ejemplares.

**d.- Recetario Ruta de la Seda:** La Federación Empresarial de Hostelería de Valencia, en colaboración con la Agència Valenciana de Turisme, editó un “Recetario Ruta de la Seda”.

La Ruta de la seda introdujo en Europa nuevos hábitos y conocimientos en el ámbito de la cultura, la ciencia y la gastronomía. Ingredientes desconocidos hasta el momento como el arroz, el té, la pasta... y técnicas de elaboración como encurtidos, yogures y guisos fueron calando progresivamente en la alimentación local, hasta asimilarse completamente en la actualidad.

Se trata de una publicación bilingüe (español/inglés) que recopila las recetas de algunos de los mejores cocineros locales inspiradas y basadas en productos y técnicas originarias de la Ruta de la Seda.

**e.- Documentales Ruta de la seda valenciana:** Se editaron dos vídeos documentales, uno de una duración de 30 min. y otro de 2-3 min. sobre “la Ruta de la Seda Valenciana”. (Se dispone de 2.500 unidades, USB, que contienen los dos documentales en tres idiomas: castellano, valenciano e inglés).

El documental hace un recorrido por el legado de la seda en todo el territorio de la Comunitat Valenciana: alquerías, museos, monumentos, talleres, artesanía, declaraciones de expertos, etc., desde Castellón hasta el sur de Alicante.

**f.- Itinerario ruta de la seda pintado en el pavimento:** A iniciativa del Colegio del Arte Mayor de la seda y con la colaboración del Ayuntamiento Valencia y la Dirección General de Patrimonio de la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana, y como herramienta dinamizadora de flujos, se creó un itinerario pintado en el pavimento que une los dos recursos más emblemáticos de la seda en la ciudad de Valencia: La Lonja de Mercaderes y el Museo del Colegio del Arte Mayor de la Seda. El recorrido pasa, también, por el mercado central, el Palau Tamarit y el Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana.

#### **4ª Otras actuaciones/eventos relacionados con otras derivadas de la Ruta de la seda.**

##### **MUSICA**

- Concierto: estreno mundial de la 9 sinfonía de Beethoven adaptada a banda de música, celebrado en La Lonja de la Seda, como celebración de la declaración de Valencia como ciudad de la seda.

Actuaciones para dar visibilidad a la Declaración de Valencia como Ciudad de la Seda. Estreno mundial del concierto de la novena sinfonía de Beethoven para banda de música, dirigido por el maestro Galduf, fruto de la colaboración entre el ayuntamiento de Llíria, el ayuntamiento de Valencia, la diputación de Valencia y la Agència Valenciana del Turisme.

Distribución de entradas gratuitas para la ciudadanía en la oficina Tourist Info.

- Concierto día 28 de diciembre en La Lonja: clausura del año de “Valencia, ciudad de la seda”.

Carlos Magraner junto con músicos procedentes de diversos países de la Ruta de la Seda.

- CD titulado Mar de Seda, inspirado en la Ruta de la Seda.

Presentación en el mes de mayo en la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

## MODA

- Pasarela de las artes  
Colaboración en la Jornada de la Seda con conferencias, exposiciones, proyección de documentales y desfiles de moda en torno a la seda.

## FALLAS

- Entrega de Certificaciones de TEJIDO SEDA VALENCIA, celebrado en el mes de febrero en la Lonja de la Seda en colaboración con el Colegio del Arte Mayor de la seda.  
El objetivo es autentificar, proteger y concienciar sobre la calidad de las sedas valencianas.

## OTROS

- Colaboración 7º Foro de Alianza de Civilizaciones de Naciones Unidas (Bakú), abril 2016.  
La Asociación Nexos-Alianza, uno de los promotores del 7º Foro de Alianza de Civilizaciones de Naciones Unidas, nos ofreció participar como colaboradores en este evento que tuvo lugar en la Ciudad de Bakú, capital de Azerbaiyán, el pasado 27 de abril.  
Este Foro trata de incentivar la Ruta de la Seda no sólo como recurso turístico, sino como un encuentro internacional de los participantes del Proyecto SilkRoad para promover las ideas de la cultura de la paz y la cooperación, el uso de tecnologías modernas de información y comunicación. Colaboración mediante la inserción en el díptico de difusión del evento de nuestra marca turística
- Premio Cátedra china.  
El 8 de marzo de 2016 el MH President de la Generalitat recogió el Premio Cátedra China concedido por el reconocido foro creado por expertos españoles y chinos, y que galardonaba el esfuerzo realizado en la Comunitat por impulsar la Ruta de la Seda.

### 7.4.3.- Ruta de los Borja

Ruta de turismo cultural que recorre todo el patrimonio heredado en la Comunidad Valenciana de la conocida familia Borja.

Los municipios que abarca son Albaida, Canals, Llombai, Gandia, Xátiva, Simat, Valencia, Alfauir, Castelló de Rugat y Valles.

Se han hecho varias reuniones con los alcaldes de los municipios, tenemos ya elaborada una guía con todos los recursos turísticos de la ruta y se ha elaborado un folleto y un video para su presentación en FITUR.

#### **7.4.4.- Ruta del Grial**

Ruta de Turismo experiencial y cultural, es una ruta interactiva que se nutre tanto de los municipios y sus elementos turísticos como de la naturaleza abarca dos zonas naturales de gran importancia en la comunidad valenciana como son la Sierra de Espadan y la Sierra Calderona. Los municipios que comprende la Ruta son Barracas, Montanejos, Viver, Caudiel, Jérica, Navajas, Altura, Segorbe, Soneja, Torres Torres, Estivella, Gilet, Sagunto, Massamagrell, Alboraya y termina en Valencia.

Se trata de un camino tipo el camino de Santiago que empieza en Huesca y termina en Valencia, abarca dos Comunidades Autónomas la Valenciana y la de Aragón.

La colaboración mantenida durante 2016 ha dado como resultado:

- la elaboración de un primer folleto y un video de la ruta, que se presentaron en FITUR.
- Y la colaboración con la semana cultural “Mostra Viva” con una mesa de expertos en la Ruta, la firma de un protocolo de colaboración con el gobierno de Aragón para futuras acciones y la puesta en contacto con 400 tour operadores chinos que se han interesado en el tema y con los que hemos contactado gracias a la asistencia a FITUR, etc.

#### **7.5.- TURISMO FAMILIAR**

Conscientes de la importancia del Turismo familiar durante el año 2016 se ha trabajado en posicionar la Comunitat Valenciana como un destino preferente para familias y orientado al turismo familiar y se ha trabajado este producto/segmento de mercado con varias actuaciones tales como las que a continuación se desarrollan.

Las principales actuaciones son las siguientes:

##### **7.5.1.- Feria FITUR: difusión de oferta y reuniones de trabajo**

En FITUR 2016, se tuvo una reunión de trabajo con el TTOO Francés Locatour, interesado en conocer la oferta de Turismo Familiar de CV.

Se facilitó a dicho TTOO los contactos de los responsables de las marcas turísticas encargados del mercado francés para favorecer la comercialización y favorecer la promoción de nuestro destino. Como consecuencia en el marco de FITUR dicho TTOO tuvo reuniones con algunos de estos representantes.



### **7.5.2.- Jornada “Oportunidades de negocio Turístico: el turismo familiar, especial referencia al mercado francés”**

En 2016 la Agencia Valenciana del Turisme, organizó el día 27 de Mayo 2016 una Jornada en el Invat.tur , con el título de “Oportunidades de negocio Turístico: el turismo familiar, especial referencia al mercado francés”

Esta jornada empresarial se dedicó a analizar las oportunidades de negocio que representa el turismo familiar en general y el mercado francés en particular, y contó con la participación del Gerente del club de producto de turismo familiar Tour&Kids, de los técnicos responsables del mercado francés de la Agencia Valenciana del Turisme y del Product Manager de España del TTOO Locatour.

### **7.5.3.- FAM TRIP orientado a producto de Turismo Familiar**

En 2016, por segundo año consecutivo, se ha realizado un Fam trip con el TTOO Francés Locatour, del grupo Travelfactory, para posicionar la Comunitat Valenciana y su oferta de turismo Familiar.

Del 26 al 28 de Mayo 2016 se celebró en la Comunitat Valenciana los “España Days” que realiza este TTOO para dar a conocer un destino de España entre sus prescriptores.

Un total de 15 agencias de viaje, 15 Representantes de Comités de Empresa de Francia y personal de contratación y comunicación del TTOO Locatour, realizaron un viaje de familiarización a Comunitat Valenciana para darles a conocer nuestra oferta de turismo familiar.

### **7.5.4.- FAM TRIP producto para Red Tourist-Info de la Comunitat Valenciana**

EL 28 de Septiembre 2016 representantes de los departamentos de promoción y producto de la Agència Valenciana del Turisme asistieron junto con personal de la Red Tourist Info a la jornada organizada por Visit Elche para dar a conocer la oferta y el destino Elche orientado a familias.

## **7.6.- TURISMO NAÚTICO Y BUCEO**

El turismo náutico, así como el turismo de buceo son dos productos englobados bajo el epígrafe de turismo activo y forman parte del portfolio de productos turísticos a desarrollar e impulsar por la Agència Valenciana del Turisme.

En 2016, con el objeto de impulsar la promoción de estos productos en la Comunitat Valenciana se realizaron las siguientes actividades:

### **7.6.1.- Promoción mediante asistencia a ferias especializadas:**

**Dive Travel Show**, que tuvo lugar en Madrid el 20 y 21 de febrero de 2016. En el stand de la Comunitat Valenciana estuvieron presentes representantes de las diferentes marcas turísticas, así como representantes de empresas de turismo activo vinculadas al buceo a través de la Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana.

**Dive Birmingham 2016**, celebrada en Birmingham (Reino Unido) el 22 y 23 octubre de 2016. La asistencia a esta feria fue de inspección por parte de los técnicos de la Agència para valorar la presencia de la Agència con stand en las próximas ediciones que se celebren de dicho certamen.

### **7.6.2.- Jornadas de trabajo y difusión del producto:**

Con el objeto de trabajar de manera conjunta con todos los agentes implicados en el desarrollo del turismo náutico y de buceo en la Comunitat Valenciana, la Agència Valenciana del Turisme organizó dos jornadas de trabajo, una sobre turismo náutico otra sobre buceo, que se celebraron el 19 de octubre de 2016 en Denia y Jávea respectivamente, las cuales contaron con una elevada participación de empresas turísticas valencianas vinculadas con estos productos.

La Agència Valenciana del Turisme, a través de la Red Tourist Info, colaboró en la difusión de las jornadas de Puertas Abiertas “Abrimos el Mar” de la Federación de Vela de la Comunitat Valenciana las cuales se realizaron el mayo de 2016.

Además, representantes de la Agència Valenciana del Turisme asistieron como participantes al XII Congreso de Escuelas de Vela de la Comunitat Valenciana celebrado en Escola de la Mar de Burriana en noviembre de 2016.

### **7.6.3.- Publicaciones para la promoción turística:**

La recién publicada Guía de Turismo Activo y de Naturaleza de la Comunitat Valenciana incluye un apartado dedicado al turismo de buceo y náutico. Se trata de una publicación editada en idiomas (castellano, inglés, francés, valenciano, holandés y alemán).

## **7.7.- TURISMO ACTIVO**

En materia de Turismo Activo la Agència Valenciana del Turisme ha llevado a cabo las siguientes acciones:

- Organización de jornadas técnicas de turismo activo en Sot de Chera, con asistencia de empresas de toda España.

- Publicación de material promocional: Guía de turismo activo y naturaleza. Edición en castellano, valenciano, francés, inglés, alemán y holandés.
- Reuniones con la nueva asociación de empresas de turismo activo de la Comunitat Valenciana: CVActiva y asistencia en su presentación al sector.
- Incorporación de empresas de turismo activo al portal turístico de la Comunitat Valenciana

Dentro de Turismo Activo se engloban los siguientes **productos**:

#### **7.7.1.- Turismo Ecuestre:**

El producto turismo ecuestre, que se enmarca dentro del grupo de productos bajo la denominación “Mediterráneo Rural”, ha sido objeto de una serie de actuaciones durante 2016, impulsadas bajo el programa de aceleración de producto #CreaTurisme.

Entre julio y diciembre de 2016 se han llevado a cabo las siguientes acciones:

##### **Julio:**

- a. Reunión con agentes del sector, con la finalidad de informar de la puesta en marcha del programa #CreaTurisme y conocer su grado de interés respecto a futuras colaboraciones.
- b. Investigación acerca de la situación del turismo ecuestre en Comunitat Valenciana, España y Europa.

##### **Septiembre/Octubre:**

Organización y realización de una jornada profesional de turismo ecuestre en la Comunitat Valenciana. La jornada tuvo lugar en las instalaciones del complejo administrativo Nou d’Octubre.

Objetivos de la jornada:

- a. Identificación de la situación de la oferta y la demanda en turismo ecuestre en la Comunitat Valenciana.
- b. Puesta en contacto con el sector para comunicar la estrategia de impulso de productos turísticos por parte de Turisme.
- c. Obtención de información de los principales problemas que obstaculizan el impulso del producto.

##### **Noviembre/Diciembre:**

- a. Elaboración de un material promocional de experiencias y eventos de turismo ecuestre en la CV durante 2017 (calendario ecuestre).
- b. Gestión de tareas relacionadas con la promoción del turismo ecuestre en Fitur:
  - Recepción de información de servicios ofrecidos por profesionales ecuestres.
  - Información a los interesados de asuntos relacionados con la asistencia a FITUR como profesional.

- Organización de la presentación del calendario de experiencias ecuestres 2017 en FITUR.
- c. Realización de labores de información y asesoramiento personalizado a profesionales del sector ecuestre.

### 7.7.2.- Cicloturismo y Centros BTT

Durante 2016, se ha incrementado la difusión del producto cicloturismo en la Comunitat Valenciana, mediante la realización de diversas acciones promocionales que sintetizamos a continuación:

#### 1.- Difusión On Line:

Se llevó a cabo con las siguientes acciones:

##### 1.a.- Presencia en redes sociales y portales: Facebook, Twitter y Wikiloc

Facebook: <http://www.facebook.com/centresBTT>

En este momento la Red de centros BTT supera los 7.700 seguidores, y se ha configurado como una comunidad activa y participativa mediante la publicación de noticias y contenidos promocionales diversos (fotos, vídeos, enlaces, etc.) y la difusión de posts de blogs especializados en mountainbike y cicloturismo. El índice de publicación es de dos o tres micropost diarios aproximadamente.

Wikiloc: <http://es.wikiloc.com/wikiloc/user.do?name=centresBTT>.

Subida de los tracks, texto y fotografías de las rutas que forman parte de cada uno de los centros BTT, atendiendo las sugerencias, dudas y problemas de los usuarios de dichas rutas a través de la cuenta de correo [centresBTT@gmail.com](mailto:centresBTT@gmail.com)

Blog especializado en BTT(<http://blogs.comunitatvalenciana.com/btt/?k=5>).

En el que se ofrecen propuestas y consejos en relación con esta actividad en la Comunitat Valenciana, aumentando la difusión de los posts publicados a través de las redes sociales facebook y twitter. Con ello se ha incidido en la promoción y posicionamiento del producto en las redes sociales, generando contenidos atractivos para los usuarios.

**1.b.-** Apoyo a través de las Redes Sociales (facebook y twitter) en la difusión de eventos deportivos, marchas y circuitos BTT que se celebran en la Comunitat Valenciana, organizados por Clubs Ciclistas y empresas especializadas en la organización de este tipo de competiciones.

**1.c.-** Ampliación, revisión y mejora de los contenidos del microsite:

<http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/btt>

## **2.- Difusión Off Line:**

Se llevó a cabo con las siguientes acciones:

**2.a.-** Publicaciones específicas de producto BTT: revisión de los contenidos y elaboración de los folletos-plano de los Centros BTT Alto Mijares y La Ribera, aportando textos, información y fotografías.

**2.b.-** Colaboración con los Clubs Ciclistas y empresas especializadas en la celebración de eventos deportivos (marchas BTT, circuitos, etc.) mediante el envío de material: folletos y artículos promocionales del producto BTT.

## **3.- Viajes de Familiarización para Operadores Turísticos y Medios de Comunicación:**

Se llevó a cabo con las siguientes acciones:

**3.a.-** Viaje de agentes seleccionados por la OET de la Haya, Bruselas, Londres, Oslo, Estocolmo, Munich, Berlín, Dusseldorf y Zurich, para promocionar la Vía Verde de Ojos Negros y Xurra, incluido en el Acuerdo Marco de Colaboración firmado entre la Fundación de los Ferrocarriles Españoles (Área de Vías Verdes) y Turespaña.

**3.b.-** Viaje de prensa para difundir en medios de comunicación especializados el Open de Enduro MTB de España celebrado en Morella, para consolidar y posicionar la CV como destino de referencia en un segmento especializado de turismo activo: la BTT.

## **4.- Difusión de la marca en eventos deportivos de cicloturismo**

Se llevó a cabo con la participación en la “Trans Espadan MTB pedalea entre ríos y montañas”, travesía de Mountain Bike de dos etapas para dinamizar el territorio interior a través del turismo deportivo.

## **5.- Jornada Profesional sobre Turismo y Bicicleta**

Se llevó a cabo con la participación en la Jornada Cicloturismo en la Comunitat Valenciana, celebrada en Calpe y dirigida a todos aquellos agentes que forman o pueden formar parte del producto turístico: cicloturismo en la Comunitat Valenciana.

## **6.- Participación en certámenes especializados en cicloturismo**

Se llevó a cabo con las siguientes acciones:

**6.a.-** VLC Bike’s, Salón de la Bicicleta de Valencia, encuentro dirigido a difundir la cultura del ciclismo en todas sus modalidades. La participación ha sido con un stand propio para promocionar la oferta de cicloturismo de la Comunitat Valenciana.

**6.b.-** Feria Internacional de la Bicicleta UNIBIKE en Madrid.

La participación en este evento ha sido con stand propio donde ha estado

representada la oferta de cicloturismo de la Comunitat Valenciana. Han participado las marcas turísticas: Costa Blanca, Visit Benidorm, Castellón Mediterráneo y València Turisme y Turisme Valencia.

#### **6.c.- Fiets En Wandelbeurs en Amberes (Bélgica).**

Feria especializada en cicloturismo y senderismo dirigida al público final. Celebrada del 27 al 28 de febrero. La participación de la Agència ha sido dentro del stand de Turespaña.

## **7.8.- MEDITERRÁNEO RURAL: TURISMO DE INTERIOR Y DE NATURALEZA**

### **7.8.1.- Estrategia de creación de producto**

Durante 2016 se ha puesto en marcha el programa de creación de producto turístico: **Creaturisme**, y en este marco los productos relacionados con el turismo de interior, turismo activo y turismo de naturaleza se han incorporado a la estrategia denominada Mediterráneo Rural.

Los productos identificados dentro de la estrategia *Mediterráneo Rural* se pueden englobar en los siguientes **subprogramas**:

- 1.-** Los englobados en el denominado **turismo activo** (turismo de “aventura”, senderismo, escalada, turismo ecuestre, cicloturismo y Centros BTT).
- 2.-** Los **productos relacionados con el ecoturismo** como son el turismo ornitológico y observación de flora y fauna, el producto de la Marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana o el astroturismo.
- 3.-** Los **productos relacionados con el desarrollo rural y la gastronomía** como son el agroturismo, el pescaturismo, o el oleoturismo.
- 4.-** Los **productos relacionados con la interpretación de patrimonio cultural y natural** en las comarcas del interior como el turismo paleontológico, la creación de rutas con la de los Últimos Cátaros o la creación de rutas en torno a centros de arte contemporáneo en el ámbito rural de la Comunitat Valenciana.
- 5.-** y el **Club de producto TEMPS** de alojamiento de interior de la Comunitat Valenciana.

### **7.8.2.- Productos relacionados con el Ecoturismo:**

- Asistencia y participación en el I Congreso de Ecoturismo de España.
- Participación en reuniones y talleres de difusión del turismo ornitológico y de observación de fauna (Dénia, jornada dirigida a empresas de turismo activo)
- Reuniones mantenidas con la Dirección General de Medio Natural al objeto de emprender acciones conjuntas para la promoción de los productos certificados con la marca Parcs Naturals.

## **A.- Turismo ornitológico**

Durante el ejercicio 2016 se han abordado diferentes acciones para impulso y desarrollo de este producto turístico, como son:

- Asistencia a ferias: Se ha asistido a ferias especializadas: FIO (Feria de turismo ornitológico) en Extremadura, Doñana Birdfair, celebrada en el PN Doñana (Sevilla), British Birdfair (celebrada en Rutland en Reino Unido), y también se asistió en viaje de inspección a la feria Madbird, celebrada en Madrid.
- Jornada técnica turismo ornitológico: Junto a la Conselleria de Medio Ambiente y a la SEO Bird Life (Sociedad Española de Ornitología) se celebró una jornada técnica en el CEACV de Sagunt a la que asistieron representantes de todo el sector y agentes implicados en el desarrollo del mismo.
- Elaboración de un plan de acción para el impulso del turismo ornitológico en la Comunitat Valenciana. Se contrató la asistencia técnica para la elaboración de un documento base en el que figuraran las principales líneas de actuación redactado conforme al consenso del sector.

## **B.- Astroturismo**

Durante el ejercicio 2016 se ha realizado un análisis del producto, lo que ha dado lugar a un documento final sobre Astroturismo de elaboración propia. Por otra parte durante este año se han mantenido reuniones con representantes del sector para conocer el producto.

### **7.8.3- Productos relacionados con el desarrollo rural y la gastronomía:**

#### **A.- Agroturismo y pescaturismo**

Siguiendo con las fases del programa Creaturisme, respecto al agroturismo se ha realizado un análisis del producto, así como reuniones con representantes del sector y administraciones competentes. En el caso del pescaturismo, además se ha elaborado un estudio sobre dicho producto en la Comunitat Valenciana.

Dentro de este apartado, comentar que se han llevado a cabo reuniones de coordinación con agentes del sector para la puesta en marcha de un producto turístico basado en la oferta turística de l’Horta de València.

#### **B.- Oleoturismo**

En el mes de junio se realizó una Jornada profesional dirigida al sector del oleoturismo en la que participaron diferentes entidades relacionadas con el producto, así como ponentes especializado, todo ello con la finalidad de conocer y empezar la estructuración de un

producto turístico alrededor de la cultura del aceite y del olivo en la Comunitat Valenciana.

#### **7.8.4.- Productos relacionados con la interpretación patrimonial a través de rutas**

##### **A.- Camins de dinosaures. Turismo paleontológico**

Como continuación a un estudio elaborado en 2015 sobre la creación de un producto turístico basado en el patrimonio paleontológico de la Comunitat Valenciana, durante el ejercicio 2016 se ha procedido a emprender las siguientes actuaciones:

- Creación y diseño de una marca y logotipo denominada Camins de dinosaures. Se ha procedido al encargo de la misma a través de una convocatoria abierta a diseñadores.
- Elaboración del estudio técnico para la instalación de figuras corpóreas de distintos tipos de dinosaurios en 6 localizaciones de la Comunitat Valenciana, todas ellas de relevante interés en la paleontología valenciana. Reunión con representantes de los municipios afectados.
- Presentación del producto a la red Tourist Info.

##### **B.- Ruta de los últimos cátaros**

Elaboración de un estudio y asistencia técnica para la planificación y desarrollo de un producto turístico basado en la presencia de los últimos cátaros huídos del sur de Francia y refugiados en tierras valencianas en el siglo XIV.

- Presentación a los municipios por donde discurre la ruta propuesta
- Diseño e impresión flyer (folleto) promocional
- Diseño y edición de vídeo promocional sobre la ruta.

##### **C.- Red de centros de arte contemporáneo en el entorno rural de la Comunitat Valenciana**

Elaboración de un estudio para la propuesta de creación de producto turístico en torno a centros de arte contemporáneo ubicados en el ámbito rural valenciano. Se trata de incorporar a la oferta turística diversas iniciativas relacionadas con el arte contemporáneo de cara a poder ofertar un producto turístico cultural de calidad para añadir al resto de la oferta turística rural.



### **7.8.5.- Club de Producto Temps**

Durante el ejercicio 2016 se firmó un convenio de colaboración entre la Agència Valenciana del Turisme y el club de producto Temps para la realización de actuaciones varias para la promoción del club de producto.

### **7.9.- TURISMO DE INCENTIVOS, REUNIONES, CONGRESOS Y EVENTOS (MICE)**

Con respecto al turismo de incentivos, reuniones, congresos y eventos (MICE), se han realizado un gran número de actuaciones promocionales durante 2016, entre las cuales cabe destacar las siguientes:

- Participación en los siguientes certámenes especializados: Meedex, celebrado en París el 22 y 23 de marzo; IMEX, que tuvo lugar en Frankfurt, del 19 al 21 de abril; IBTM América, que tuvo lugar en Nashville (TE), EEUU, del 15 al 17 de junio; IMEX AMÉRICA , de Las Vegas, EEUU, del 18 al 20 de octubre; IBTM WORLD, celebrado en Barcelona del 29 de noviembre al 1 de diciembre; o en jornadas o foros MICE como FOTEC, celebrada en Pekín el 22 y 23 de junio o el Foro M&I en Madrid del 28 de junio al 2 de julio.

El objetivo de la participación en estos certámenes es la promoción del producto MICE en algunos de los principales certámenes especializados en mercados importantes para este tipo de turismo como son el propio mercado nacional, el mercado europeo, en especial en francés, alemán, inglés, belga y holandés o el mercado norteamericano, especialmente activo en materia de eventos y grandes congresos.

- Durante 2016 se han realizado diversos viajes de familiarización destinados a agentes especializados en producto MICE de mercados tan lejanos uno de otro como el británico o el chino, por el que estos agentes han podido conocer de primera mano la oferta MICE de la Comunitat.

### **7.10.- TURISMO DE GOLF**

#### **7.10.1.- Ferias y Torneos**

##### Feria IGTM (Internacional)

Del 14 y el 17 de noviembre de 2016 en Palma de Mallorca. La IGTM (International Golf Travel Market) es la feria dedicada al turismo de golf más importante que se celebra en el mundo. Este evento tiene lugar cada año en una localidad diferente (la última edición tuvo lugar en Tenerife) Se trata de una feria dedicada sólo a profesionales en la que se

producen encuentros entre Touroperadores de Golf, Touroperadores de congresos e incentivos, periodistas y proveedores de servicios tales como hoteles, resorts, campos de golf, líneas aéreas, patronatos de turismo...Se estructura como un workshop en el que los compradores visitan los mostradores y mesas de trabajo de los expositores con los que previamente se han concertado encuentros.

#### Torneo 73º Italian Open (ITALIA)

Del 14 y el 18 de septiembre de 2016 tuvo lugar en el Golf Club Milan, el torneo de golf ITALIAN Open. Torneo de golf más importante que tiene lugar en este país y que forma parte del circuito profesional europeo (European Tour). En la zona del Village, la organización monta una serie de carpas que se utilizan como espacio de exposición al público asistente. Carpa espacio propio de 9m2, con asistencia de la Asociación de Campos de Golf de Costa Blanca y otros campos de la región.

#### Torneo KLM Open (HOLANDA)

Entre el 8 y el 11 de septiembre de 2016 tuvo lugar en la localidad de Spijk (Holanda) el torneo KLM Open de golf. Participación dentro del espacio de Turespaña con 3 mostradores. Asistencia de la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y varios campos de la región.

#### Torneo NORDEA Masters (SUECIA)

Entre el 2 y el 5 de junio la Agencia Valenciana de Turismo participó en el Torneo NORDEA Masters de Golf que tuvo lugar en Bro Hof Slot (Suecia). Participación con carpa de 5x5 m compartida con Turespaña a través de su Oficina Española de Turismo en Estocolmo. Asistencia de la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y varios campos de la región.

### **7.10.2.- Viajes Familiarización y Prensa:**

#### Viaje Familiarización Turoperadores de Golf de Reino Unido a Castellón

Entre el 2 y el 4 de junio la Agencia Valenciana de Turismo junto con Patronato provincial de Turismo de Castellón, organizaron un Viaje de Familiarización para turoperadores británicos especializados en el producto golf. En colaboración con Patronato de Turismo de Castellón. Total participantes: 6.

#### Viaje de Familiarización Turoperadores de Golf Escandinavos

Entre el 14 y el 17 de septiembre de 2016 se realizó un viaje de familiarización para turoperadores de golf del mercado escandinavo (agentes de Suecia, Noruega y Finlandia). Visitaron campos de Alicante y Valencia. Total de participantes: 10  
En colaboración con Turismo Valencia y Asociación de Campos Golf de la Costa Blanca.

#### Viaje de Familiarización Turoperadores de Golf Holandeses

Entre el 25 y el 28 de septiembre de 2016 se llevó a cabo un viaje de familiarización para

turoperadores especializados en golf de Holanda. Visitaron campos de la Costa Blanca. En colaboración con el Patronato de Turismo Costa Blanca y la Asociación de Campos Golf de la Costa Blanca. Total de participantes: 6.

#### Viaje de prensa revista Golf Avisen (DINAMARCA)

Viaje de prensa del periodista Jens Christensen a campos de la Costa Blanca del 9 al 11 abril. Colaboración con la OET de Copenhague para gestionar hoteles y green fees en varios campos de Alicante junto con la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca.

### **7.10.3.- Otras acciones**

#### Revista 19 Golf en Genieten (HOLANDA)

Publicación de un especial de golf en España en colaboración con la Oficina Española de Turismo en La Haya. Tirada de 25.000 ejemplares; 4 páginas dedicadas a golf en la Comunitat Valenciana.

#### Inserción en revista DESTINATION GOLF SPAIN (IRLANDA)

Publicación que la Oficina Española de Turismo en Dublín lleva varios años como material de promoción del turismo de golf en las ferias, torneos, promociones y actos a los que acude. Esta guía es publicada por Destination Golf Media, son 16 páginas dedicadas a los campos de Comunitat Valenciana y contraportada de la publicación con publicidad de Comunitat Valenciana. Tirada: 20.000 copias que se distribuyen entre la OET de Dublín, los 180 mejores clubs de golf de Irlanda, salas espera de Aer Lingus, sociedades de golf, jugadores del circuito amateur y prescriptores de prensa irlandeses.

#### Torneo de golf La Tournette y Torneo de golf capitanes (BÉLGICA)

Colaboración con la Oficina Española de Turismo en Bruselas para ofrecer premios y remitir material promocional a los dos torneos. Acción realizada en colaboración con la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca.

Premio ofrecido (en ambos torneos): 4 noches de hotel para 2 personas en alojamiento y desayuno. Green Fees + Buggy para 2 personas en 3 campos de golf.

### **7.11.- TURISMO ACCESIBLE**

Durante 2016 se han llevado a cabo una serie de actuaciones que tienen como objetivo promover la Comunitat Valenciana como destino turístico accesible conforme a las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo por un turismo accesible para todos:

- a. Convenio de colaboración entre la Agència Valenciana del Turisme y la Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (PREDIF) para el impulso del turismo accesible en la Comunitat Valenciana "Turismo para Todos".

- b. Convenio de colaboración entre la Agència Valenciana del Turisme y la Confederación de personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunitat Valenciana (COCEMFE) para el impulso del turismo accesible en la Comunitat Valenciana.
- c. Elaboración y difusión de videos sobre rutas turísticas accesibles en la provincia de Castellón “Castellón con silla de ruedas y handbike”.
- d. Convocatoria del “Premio a la accesibilidad y turismo inclusivo”, que reconoce la labor de empresas y personas en pro de la investigación, la innovación, la sostenibilidad, la promoción, la accesibilidad y la ética en el sector. Galardón concedido al Camping LoMonte del Pilar de la Horadada. (DOCV 7880, 23-09-2016)
- e. Convocatoria de ayudas 2016 dirigidas a las empresas turísticas, programa I “Impulso del Turismo Inclusivo” (DOCV 7738, 10-03-2016)
- f. Convocatoria de ayudas 2016 dirigidas a las entidades locales, programa I “Adecuación y puesta en valor turístico de los recursos”, mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos mediante la eliminación de barreras y adecuación de las condiciones de uso turístico de los recursos por personas discapacitadas mediante equipamientos específicamente diseñados para su uso por este colectivo. (DOCV 7732, 2-03-2016)
- g. Elaboración y difusión de las guías de “Rutas turísticas inclusivas. La Comunitat también para ti.”
- h. Elaboración de la “Guía de Experiencias Turísticas Accesibles de la Comunidad Valenciana”.
- i. Celebración de cuatro jornadas de Formación en Turismo Accesible y buenas prácticas de accesibilidad en el sector turístico de la Comunitat Valenciana (Castellón, Valencia, Benidorm y Alicante).
- j. Celebración de cuatro mesas de trabajo con representantes del sector turístico empresarial, asociaciones de representantes de personas con discapacidad o con necesidades especiales y representantes de municipios (Castellón, Valencia, Benidorm y Alicante).
- k. Elaboración del Plan Estratégico de Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana.
- l. Inclusión en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) del producto “Turismo Accesible” con información sobre recursos turísticos accesibles, participación de asociaciones representativas de la discapacidad (PREDIF y COCEMFE) y presentación de rutas y experiencias accesibles en la Comunitat.
- m. Vocalía de la Agència Valencia del Turisme en el órgano técnico de trabajo de normalización CTN 170/GT5 Turismo Accesible, para la redacción de la norma internacional ISO/TC 228/WG14 “Accessible Tourism”.
- n. Continuación del plan de auditorías en materia de accesibilidad a establecimientos turísticos (153 establecimientos auditados).
- o. Reconocimiento del valor de la “inclusión” en el borrador del Código Ético del Turismo Valenciano, en el que se expresa que *“Un turismo responsable y sostenible es un turismo al que todas las personas tienen acceso, en especial los colectivos más vulnerables o desfavorecidos.”*

- p. Inclusión en la exposición de motivos del borrador del anteproyecto de Ley, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana de *“la necesidad de promover un turismo inclusivo que asegure la igualdad de oportunidades de todas las personas para desarrollar la totalidad de las acciones que componen la actividad turística de una manera segura, cómoda, autónoma y normalizada.”*

### 7.12.-TURISMO LGBTI

Durante 2016 se ha incidido en la promoción de la Comunitat Valenciana como destino de turismo acogedor para el turista LGBTI. Para ello, se han realizado acciones de promoción turística diversas:

- Creación de unos mapas de ciudades con la oferta de ocio para el público LGBTI. Están ejecutados el de Valencia y el de Benidorm.
- Continuación con la pertenencia de la Agència Valenciana del Turisme como miembro de la IALGT.
- Participación con stand propio en el espacio LGBT de la feria FITUR.
- Participación de la mano de Turespaña con un punto de información en el Pride Park de Estocolmo.
- Participación con una carroza en la manifestación del Orgullo de Madrid promocionando la Comunitat Valenciana como un destino festivo y acogedor.
- Puesta en marcha y gestión diaria de dos RRSS (Facebook e Instagram) Comunitat Valenciana LGBT-friendly.
- Colaboración en un blog-trip multimercado a Benidorm con motivo del Benidorm Pride en el mes de septiembre.

### 7.13.- TURISMO LUJO

En 2016 se ha trabajado con otro de los productos de la Comunitat Valenciana el producto Lujo, Premium o Exclusive como suele denominarse dependiendo del ámbito. Para ello, se han realizado acciones de promoción turística diversas:

- Participación en el stand de Turespaña en la feria ILTM (Int'l Luxury Travel Market) de Cannes.
- Asimismo se ha colaborado con el cluster o asociación de empresas valencianas Valencia Premium en numerosas acciones promocionales.

## **8.- ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE MARKETING ONLINE, COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA TURÍSTICA**

La estrategia de comunicación turística se articula en función de los diferentes canales o soportes complementarios entre sí, a la tradicional línea de comunicación basada en publicaciones impresas se suma cada vez con más fuerza la comunicación a través de Internet como una vía eficaz de promocionar la Comunitat Valenciana.

El portal turístico, las redes sociales, la movilidad y el uso de formatos multimedia, fomentan e incrementan el compromiso y fidelización con la marca Comunidad Valenciana.

A esto hay que añadir la publicidad a través de campañas de comunicación o inserciones directas en medios de comunicación como refuerzo en periodos pre vacacionales. Asimismo, se vertebra a través de la colaboración con diversas entidades para actuaciones de marketing turístico.

Por otra parte, destacar la atención que ofrecemos al turista, así como un servicio de información y acogida y una imagen homogénea en todo el territorio a través de las oficinas de información turística bajo la estructura corporativa de la Red Tourist Info.

### **8.1.- REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD**

#### **8.1.1.- Creatividad Mediterráneo en Vivo**

El eje de comunicación alrededor del cual gira la creatividad de la nueva campaña es “Comunitat Valenciana, Mediterráneo en vivo”. Una invitación a descubrir la autenticidad de una tierra que tiene en el turismo la mejor forma de mostrar cómo son los valencianos: creativos, abiertos, acogedores y diversos.

La campaña persigue contribuir al objetivo estratégico de la Agència Valenciana del Turisme de la articulación de una política de promoción basada en la segmentación del público objetivo y los productos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Las piezas que se han producido para esta campaña son tres spots genéricos de 20, 30 y 60 segundos, un spot de 20” para cada una de las 6 marcas turísticas, un spot para fomento del turismo interno dirigido a los valencianos y 11 spots de productos turísticos y segmentos. Todas estas piezas se han emitido en TV y Redes Sociales.

En gráfica para medios escritos se han elaborado más de 30 originales de productos turísticos que destacan los principales atractivos de la Comunitat, las playas y calas, el

Mediterráneo rural, la gastronomía y el enoturismo, la cultura, el deporte, el turismo urbano y las fiestas.

### **8.1.2.- Campaña de publicidad nacional 2016-2017**

La campaña de difusión de la oferta turística de la Comunitat en medios de comunicación se inició el 20 de julio de 2016 y prolongará hasta el 21 de junio de 2017.

La campaña se publicita en medios nacionales y de la Comunitat Valenciana y ha tenido en 2016 una especial incidencia durante la temporada estival con el fin de fomentar la decisión de última hora y de cara a reforzar tanto periodo estival de septiembre como los puentes y fines de semana del resto del año para contribuir a la desestacionalización.

Los objetivos de alcance de la campaña previstos son el 98,7% de cobertura nacional y un 99,3% de cobertura Comunitat Valenciana.

- En TV se emiten spots de 20 y 30 segundos genéricos, y spots de 20" de productos y un spot de 20 segundos de cada una de las 6 marcas turísticas en TV Nacional y FORTA (TVs autonómicas).
- En radio se emiten cuñas de 30 y 20 segundos en emisoras nacionales y de la Comunitat Valenciana.
- En medios escritos se publican inserciones de media página en prensa nacional y de la Comunitat Valenciana y en revistas profesionales turísticas y de viajes dirigidas al consumidor final, así como en suplementos y especiales de turismo.

La campaña también tiene una importante presencia online con inserciones en los principales portales de información online nacional y de la Comunitat Valenciana y acciones en redes sociales. El plan de medios recoge para todos los soportes tanto publicidad comercial como colaboración en materia de contenidos (branded content).

Los resultados de la campaña de la oleada desarrollada en 2016 arrojan un balance de **2.751 spots emitidos** en la campaña de verano, con Top 1 respecto a notoriedad espontánea y una estimación de campaña que obtiene una valoración de "buena" o "muy buena"

### **8.1.3.- Campaña final y refuerzo de Fitur 2016**

#### **A.- Campaña de desestacionalización y presencia en FITUR 2016**

Con el objetivo de promover la desestacionalización durante las últimas semanas del año 2015 se inició la tramitación por parte de la Unidad de Publicidad de una campaña de planificación, difusión y compra de medios publicitarios.

Además, esa campaña buscaba reforzar la presencia de la oferta turística de la Comunitat en la Feria Internacional de Turismo de Madrid, FITUR 2016. A tal efecto, los soportes contratados en 2016 fueron:

- Prensa Comunitat Valenciana y Nacional para FITUR 2016
- Radio Comunitat Valenciana
- Diarios digitales Comunitat Valenciana

En términos de eficacia la campaña alcanzó y mejoró ligeramente los resultados previstos, con 604,2 GRP's, una cobertura del 73,8%, y más de 24,5 millones de contactos.

### **B.- Creatividad: “Es hora de Volver”**

Para la realización de una nueva creatividad ad hoc a la campaña de fin de año 2015 y Fitur 2016 se contrataron los servicios de la agencia de publicidad Rosebud, para producir una creatividad ajustada a las necesidades de comunicación de la Agència Valenciana del Turisme.

De este proceso resultó el concepto creativo alrededor del cual giraba la nueva campaña de publicidad, volver a la esencia, al Mediterráneo, a lo que hace que el turista se sienta a gusto durante la experiencia turística, a las sensaciones que aportan un valor único. Por ello el Claim o lema de Campaña, es *“Comunitat Valenciana. Es hora de volver”*.

El campaña incluyó la realización de gráficas con nuevas fotografías, cuña específica para FITUR 2016 y banners para su inserción en medios. La gráfica de campaña se adaptó también para los paneles del stand de la Comunitat Valenciana en FITUR 2016.

Esta gráfica se ha utilizado también para inserciones fuera de campaña hasta que se produjo la nueva creatividad para la campaña de publicidad nacional.

#### **8.1.4.- Inserciones publicitarias**

La Agència Valenciana del Turisme inserta publicidad y publibreportajes a lo largo del año en todo tipo de medios de comunicación: escritos - revistas del sector y diarios tradicionales y online-, radio y televisión. Son actuaciones puntuales, como determinados programas o suplementos especiales sobre nuestra oferta, así como programas de información turística.

Estas inserciones fuera de campaña han tenido como objetivo el refuerzo comunicativo complementando las actuaciones de la campaña y facilitando la difusión de la estrategia de producto de la Agència Valenciana del Turisme.

Durante 2016 se realizaron las siguientes inserciones con diversos medios de comunicación:



- 10 inserciones revistas on y off line.
- 8 inserciones en un total de 9 diarios de prensa on y off line
- 10 contrataciones en radio.
- 8 contrataciones con TV.

#### **8.1.5.- Audiovisuales y apoyo a Promoción en adaptaciones gráficas**

- Realización y edición de vídeos y asesoramiento en la producción de vídeos

Como refuerzo a las actuaciones promocionales que ha desarrollado la Agència Valenciana del Turisme, se han editado vídeos promocionales específicos para diversas actuaciones, se han adaptado vídeos ya existentes o se han facilitado brutos de imágenes para la edición de dichos vídeos. Además se ha asesorado a otros departamentos en el proceso de realización de vídeos específicos de productos y rutas turísticas, aportando también material bruto para estas producciones.

- Diseño y adaptación de paneles para Ferias y actos promocionales

Se ha continuado con la adaptación de gráfica publicitaria a formatos de gran tamaño para numerosas ferias nacionales e internacionales y actos promocionales organizados por la Agència Valenciana del Turisme. Además, se han diseñados páginas para inserciones publicitarias fuera de campaña.

#### **8.2.- COLABORACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS, DESTINOS Y EN LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES DE MARKETING EN MERCADOS DE INTERÉS PRIORITARIO**

Mediante convenios con asociaciones sectoriales y convenios para la promoción de productos y destinos turísticos se apoyan actuaciones que tienen como objetivo la difusión y promoción de productos turísticos, de destinos de la Comunitat Valenciana y aquellas otras de marketing dirigidas a mercados de interés prioritario para las asociaciones que lo promueven.

A estos efectos, la Agència Valenciana del Turisme firmó convenios de colaboración con las siguientes entidades:

- Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunidad Valenciana, (HOSBEC)
- Asociación Unesco Valencia Mediterráneo
- Red Ciudades AVE
- Confederación de personas con discapacidad física y orgánica de la Comunitat Valenciana (COCEMFE)
- Plataforma representativa estatal de personas con discapacidad física (PREDIF)

- Asociación club de producto de alojamientos de interior de la Comunitat Valenciana Temps
- Fundación Turismo Benidorm de la Comunitat Valenciana.
- Fundación Turismo Valencia Convention Bureau
- Patronato Municipal de Turismo de Castellón de la Plana
- Federación Campings de la Comunidad Valenciana
- Confederación de Hostelería y Turismo de la Comunidad Valenciana
- Asociación empresarial valenciana de Agencias de Viaje (AEVAV)
- Asociación de Hostelería de Torrevieja
- Asociación Hoteles Alicante Sur
- Federación de ocio, turismo, juego, actividades recreativas e industrias afines de la (FOTUR)
- Asociación provincial de empresarios de hostelería y turismo de Castellón (ASHOTUR)
- Federación de Fallas Sección Especial
- Asociación de Hogueras de Alicante
- Patronato Municipal de Fiestas de Castellón de la Plana
- Fundación de Turismo de Montanejos
- Asociación valenciana de empresas de teatro y circo (AVETID)

### **8.3.- MARKETING ON LINE**

#### **8.3.1.- Portal turístico comunitatvalenciana.com**

El portal turístico de la Comunitat Valenciana recibió en 2016 un total de 3.955.308 visitas (según datos de Google Analytics) lo que supone un ascenso del 7,21% con respecto a 2015 con un número de usuarios interanual del 8,42% superior al del año 2015 (2.126.718 frente a 1.961.579 de 2015).

En cuanto a la procedencia de las visitas, España supone el 62,96%, seguido de Reino Unido con el 8,44%, Francia con el 6,89%, Alemania con el 6,71%, y Bélgica con el 2,90%, con tráfico procedente de hasta un total de 212 países (frente a los 196 del año 2015).

Por idiomas los resultados de las versiones idiomáticas son los siguientes:

- Español 58,38%
- Inglés 12,95%
- Francés 09,45%
- Alemán 08,90%
- Valenciano 01,11%

Un año más la sección del portal más visitada ha sido la red de webcams (49,39%), seguida por agenda de eventos (8,33%).

Es muy destacable la evolución del uso de los dispositivos móviles. Durante 2016 ha continuado el aumento del uso del móvil (+48,75%), el ordenador tradicional ha perdido un 10,54% de las sesiones del portal y la tablet ha perdido un 0,77%.

Durante 2016, se han continuado los trabajos de la mejora del posicionamiento del portal turístico, tanto a nivel técnico y también en la mejora de contenidos y servicios del portal *comunitatvalenciana.com*.

El portal ha continuado siendo el entorno para promocionar la Comunitat Valenciana, por ello y para facilitar la navegación y la búsqueda de información en el segundo semestre de 2016 se han reestructurado varias secciones del portal.

Con estos cambios el portal ha continuado su senda como entorno promocional, orientado al consumidor final, donde el usuario puede acceder de manera ágil y atractiva a la más completa información sobre la oferta turística de la Comunitat Valenciana, sus destinos, recursos y sugerencias de viaje, a la vez que interactuar y enriquecer los contenidos con su participación.

A nivel de contenidos se ha mantenido la publicación semanal de noticias y propuestas de viaje en 5 idiomas y se ha trabajado en su actualización.

El boletín tiene un alcance medio de 14.000 suscriptores con la distribución por idiomas siguiente:

Idioma	% Suscriptores
Español	80,35%
Valenciano	1,97%
Inglés	11,77%
Francés	3,25%
Alemán	2,66%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### Geoportal

En el Geoportal se permite mostrar información meteorológica en tiempo real geoposicionada y adaptada al nivel de zoom, además hay capas de ofertas para alojamiento, restauración y actividades con la información de TOAPS y que permiten su reserva desde el propio geoportal.

En la actualidad los elementos geoposicionados, superan los 15.000 recursos. Esta información se actualiza diariamente y permite incluso el geoposicionamiento de agendas de actualidad.

En 2016 se ha continuado con la gestión de los elementos del portal y el mantenimiento de los numerosos servicios disponibles para el turista, entre otros:

#### La Red de Web Cams

La Red de webcams en la actualidad está formada por **79 cámaras** distribuidas por toda la Comunitat Valenciana:

- 35 en la provincia de Alicante
- 19 en la provincia de Castellón
- 25 en la provincia de Valencia

Durante el segundo semestre de 2016 se ha continuado con el mantenimiento de la Red y se han iniciado las pruebas para emisión por streaming con alguna cámara del modelo más actual y se ha analizado el estado actual de la Red, con el propósito de abordar la mejora de los equipos y pasar las líneas a fibra para aumentar el caudal de subida en aquellos puntos que sea posible.

#### Red de estaciones meteorológicas:

La Agència valenciana del Turisme dispone de una red de **26 estaciones meteorológicas** distribuidas en diferentes puntos de la Comunitat Valenciana. Su objetivo es mostrar información instantánea de diversas mediciones obtenidas por cada estación.

Además, al respecto de las estaciones meteorológicas existe un convenio firmado con la Asociación Avamet y se ha retomado la comunicación con la Asociación para mejorar los datos ofrecidos por las estaciones meteorológicas propiedad de la Agència.

#### Información meteorológica:

Además de la Red de estaciones meteorológicas propiedad de la Agència Valenciana del Turisme, se ha continuado con la publicación de la información meteorológica en la Comunitat a través del servicio contratado para este fin.

En concreto, este servicio se basa en el suministro de los datos de las previsiones meteorológicas de 125 municipios, 21 campos de golf, 4 zonas marítimas, así como mapas de previsión para dos días e imágenes de satélite de forma automática y con una periodicidad de actualización de 2 horas. Esta información es suministrada en formato xml y transformada por el portal turístico de la Comunitat Valenciana en las páginas del tiempo.

#### Contenidos del portal

Durante 2016 se ha incorporado al Portal turístico la posibilidad de consultar viviendas turísticas. La carga de más de 44.000 registros de viviendas turísticas ha sido posible mediante el desarrollo de un nuevo webservice y la coordinación con la empresa que da soporte al Portal para realizar la carga de la información y mantenerla actualizada a diario.

En concreto, la información que ofrece es: signatura de la vivienda, domicilio, nombre del titular o empresa explotadora y teléfono en caso de ser una figura jurídica. Esta acción se ha realizado como consecuencia del compromiso adquirido por la Comisión de Intrusismo en este sector.

#### Newsletter

Un total de 155 *Noticias de Actualidad* publicadas y traducidas a 5 idiomas, así como casi 160 propuestas de viajes y envío semanal del newsletter turístico, CVNewsletter, a más de 14.000 usuarios registrados.

#### Agenda

Agenda de fiestas y eventos actualizada por las más de 180 oficinas de la red Tourist Info Comunitat Valenciana.

#### Publicaciones online

Publicaciones online para su descarga gratuita desde el portal en formato PDF y publicación de flipbooks de todas las nuevas publicaciones.

### **8.3.2.- Red de blogs**

Durante 2016 se ha continuado con la gestión de la red de **5 blogs deportivos** en idioma español y en el mes de octubre dicha red se amplió con el despliegue de un nuevo blog: “Rutas Culturales: Siguiendo los Pasos de Intelectuales y Artistas en la Comunitat Valenciana” que aporta como valor añadido las entradas en valenciano e inglés, así como la actualización de datos en Wikipedia y la difusión de los post a través de Facebook (<https://www.facebook.com/rutasintelectuales/>) .

La red de blogs deportivos durante el año 2016 alcanzó las **144.719 visitas**.

El 78,56% de las visitas fueron hechas en España, 3,95% en Argentina, 2,47% en México, 2,03% en Colombia y el 1,70% en Chile.

### **8.3.3.- Vídeo Marketing y otros desarrollos**

Durante 2016 la **serie de vídeos** en formato timelapse tuvo su continuidad con la creación de 8 nuevos videos timelapse de destino, 1 timelapse Comunitat Valenciana (compilando los 26 videos existentes) y 1 video timelapse por provincia compilando los existentes, así como dos videos 360º que cubren Valencia, Alicante, Benidorm y Castellón.

En la actualidad la serie de videos timelapse está formada por 26 videos desglosados de la siguiente manera por provincia: 11 en Alicante, 6 en Castellón y 9 en Valencia (1 de ellos hyperlapse).

A lo largo de 2016 se ha trabajado en algunos detalles del **banco multimedia Turisteca** (<http://turisteca.comunitatvalenciana.com>). En la actualidad Turisteca cuenta con 155 usuarios registrados.

### 8.3.4.- E-marketing, campaña de comunicación global

Durante la primera parte del año y combinada con la campaña global de publicidad se ha realizado numerosas acciones publicitarias en medios de Internet, con excelentes resultados.

#### a.- Facebook

Durante 2016, para hacer frente al cambio de algoritmo que prioriza los Post patrocinados, hemos generado una estrategia de contenidos orgánicos altamente viralizables para asegurarnos un alcance que solo conseguiríamos con inversión publicitaria. Esto, combinado con campañas puntuales de Post patrocinados, como la realizada en Navidad **#NavidadEnVivo**, nos ha permitido aumentar cualitativa y cuantitativamente nuestra comunidad de seguidores en Facebook hasta cerrar el año con **160.773 fans**.

El **alcance medio** de nuestras publicaciones durante 2016 fue de 132.909 usuarios por semana, con picos de 369.105 usuarios en marzo de 2016.

#### b.- Video Online

Durante el segundo semestre de 2016 se llevó a cabo una profunda reorganización del canal Youtube, para dar cabida a la nueva campaña de publicidad de la Agència Valenciana del Turisme donde se habán producido spots genéricos, por marcas y como novedad por productos de la Comunitat Valenciana, los nuevos videos timelapse y videos específicos de rutas, como la seda, el grial, donisaurios... y para la mejor difusión de los mismos.

La publicación ha tenido total concordancia con el contenido de un Boletín Semanal y con los post y tuits en RRSS que se han hecho eco de dichas publicaciones.

#### c.- Concursos en Redes Sociales

Del 23 al 31 de diciembre de 2016, se ha realizó en Facebook una acción promocional (el concurso Navidad en Vivo) para conseguir 25 lotes de productos con DO valenciana, con más de 400 participantes y 50.000 impresiones.

### 8.3.5.- Gestión de Redes Sociales

En este periodo se han conseguido los resultados siguientes:

- **Facebook:** aumento de la comunidad en 25.055 nuevos seguidores.

- **Twitter:** aumento en 5.402 seguidores.
- **Instagram:** se ha mantenido el número de fotos subidas con respecto a 2015 y triplicado el número de seguidores superando los 19.000.
- **Youtube:** en los meses de campaña se ha superado la barrera del millón de visualizaciones, superando los 148.296 minutos totales de visualización y una media de visualizaciones de 60". El hito más relevante de este año son los casi 500 suscriptores al canal conseguido en 2016 y los 2.944 vídeos compartidos.
- **Google +:** desde su apertura se han conseguido 359 nuevos seguidores y 30.100 vistas.
- **Pinterest:** se han publicado 5 tableros más que en 2015 con un promedio diario de 1.191 impresiones y 665 visitas.

Durante el 2016 se ha continuado con las acciones en redes sociales, detallándose a continuación los resultados:

- **Facebook:**  
[www.facebook.com/comunitatvalenciana](http://www.facebook.com/comunitatvalenciana)  
Publicación de noticias y contenidos promocionales diversos (fotos, vídeos, enlaces...) y difusión de otras iniciativas como blogs y campañas de vídeo. Actualmente cuenta con más de 164.000 fans, lo que supone que, desde la finalización de campaña, se ha continuado el aumento de fans a buen ritmo, con 15.000 nuevos fans en el último trimestre del año.
- **Twitter:**  
[www.twitter.com/c\\_valenciana](http://www.twitter.com/c_valenciana)  
Participación en la conversación, seguimiento de cuentas relevantes, generación de twitts, replies, RTs con efecto viral. Así mismo se han creado cuentas específicas para la publicación de noticias de agenda, propuestas de viaje, noticias de actualidad y otros servicios RRSS del portal.  
  
El incremento de seguidores en los últimos meses del año ha sido considerable, superando la barrera de los 75.000 followers y actualmente rozando los 80.000 seguidores.
- **Instagram:**  
[www.instagram.com/comunitat\\_valenciana](http://www.instagram.com/comunitat_valenciana)  
Una vez finalizada la campaña se ha continuado con el trabajo en esta red, incluyendo también la publicación de vídeos y logrando muy buenos resultados en los últimos meses. Hemos pasado de los 7.000 seguidores del ejercicio 2015 a los 19.000 seguidores con los que se ha cerrado el año 2016, lo que ha supuesto un incremento de 12.000 seguidores en 12 meses. Ha sido el perfil que más ha crecido exponencialmente de todos los que gestionamos.

- Redes sociales complementarias y seguimiento

Mantenimiento de Pinterest y google +, difundiendo la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

Todas estas acciones conllevan también una labor continuada de monitorización de la actividad social y medición de resultados que nos permiten evaluar la evolución del Social

Media Plan y realizar los ajustes necesarios a través de una serie de indicadores que, además de los parámetros tradicionales (visitantes únicos, duración visitas, links entrantes, páginas vistas, tasa rebote...), incorporan parámetros 2.0 directamente relacionados con la actividad social tanto en la comunidad interna del portal como en las comunidades dispersas.

A través de estas iniciativas se ha incidido en la promoción y posicionamiento del destino en las principales redes sociales, la generación de contenidos de los usuarios (UGC) y la participación de los internautas en la configuración de los servicios online, actuando principalmente a través de widgets y RSS.

#### **8.4.- CRM**

Durante 2016 se ha puesto en marcha el CRM de la Agència Valenciana del Turisme. Para la elección de la herramienta a utilizar se han tenido en cuenta aspectos económicos y técnicos, La herramienta seleccionada ha sido suiteCRM, herramienta Opensource que es una evolución de la versión community del producto comercia SugarCRM.

Esta herramienta cubre prácticamente la totalidad de necesidades de un sistema CRM, si bien, al ser una herramienta opensource, es posible la modificación de sus módulos y la incorporación de nuevos, por ello, se han adaptado los módulos de cuentas y contactos permitiendo una relación m:m entre ambos mediante la declaración del cargo que ocupa un contacto en una cuenta, se ha adaptado el módulo de reuniones para adaptarlo a la ficha de visitas que se realiza en la Agència, se ha elaborado un procedimiento para automatizar la carga de la información básica (signatura, nombre, domicilio, teléfono, email) de la oferta reglada disponible en el Registro de empresas de la Agència. También se han realizado las primeras tareas relacionadas con email marketing.

#### **8.5.- ACCIONES FUERA DE CAMPAÑA**

##### **8.5.1.- Campaña nacional de colaboración con OTAS**

Para el periodo pre veraniego, abril a julio de 2016, se llevó a cabo una campaña nacional



en colaboración con 3 OTAs, obteniendo el siguiente alcance:

	IMPRESIONES ONLINE				CoMkt medios	RADIO impactos	TOTAL
	Display	Cuñas en streaming	RRSS	Email Mkt			
<b>Logitravel</b>	28.119.303		601.333	3.500.000	4.093.000		36.313.636
<b>Destinia</b>	750.034	220.000	196.513	400.000		14.756.000	16.322.547
<b>Atrápalo</b>	9.041.328		102.329	1.551.173			10.694.830

### 8.5.2.- Colaboración con Bloggers turísticos

Previo a los meses vacacionales de verano, se realizó una colaboración con el Blog de contenido turístico "SaltaConmigo"; blog especializado en viajes de tipo escapada cultural, gastronómica y con partes activas. La colaboración fue del 25 de junio al 2 de julio y recorrieron parte de las provincias de Valencia y Alicante.

Se publicaron 11 post en FaceBook con un alcance de más de 96.000 personas y provocaron más de 2.000 reacciones. Cobertura del hastag #SaltaConValenciana con más de 2.700.000 impresiones

Publicación de 5 fotografías en Instagram con 4.636 reacciones con un alcance potencial de unas 17.000 personas.

Se han realizado 16 videos en directo en Periscope con un total de 1.660 espectadores y un tiempo de visualización de más de 26 horas.

### 8.5.3.- Colaboración con Bloggers Accesibilidad

El posicionamiento de la Comunitat Valenciana como un destino turístico accesible requiere no solamente que nuestros destinos sean siempre espacios de acogida con productos y servicios accesibles sino también de la realización de acciones de comunicación que ayuden a su posicionamiento dentro del segmento mencionado, que abarca desde la discapacidad a la diversidad funcional.

Con este fin y después de analizar los posibles medios se contactó con el blog líder en este sector, **viajerssinlimite.com**, por tratarse de un blog turístico especializado en turismo accesible con una amplia difusión y gran prestigio.

Viajerssinlimite.com acumula una de las mejores coberturas del mercado nacional con más de 2,4 millones visitas en cada una de sus webs (viajerssinlimites.com y asaltodemata.com), cerca de 40.000 seguidores en redes sociales (Facebook y Twitter),

9.000 suscriptores de sus newsletters y más de 6 millones de visitas a sus vídeos.

Además, [viajersinlimete.com](http://viajersinlimete.com) se ha posicionado como uno de los principales viajeros en silla de ruedas a nivel nacional con múltiples reconocimientos y una gran repercusión mediática como puede verse en el dossier anexo.

La colaboración se transformó en un viaje de una semana por la provincia de Castellón, en concreto por 11 municipios tanto de costa como interior, con cobertura en directo por redes sociales, realización y difusión de un vídeo general del viaje y vídeos temáticos, creación de álbumes y colecciones en flickr sobre el viaje.

Además se realizó un informe confidencial de consultoría emocional como viajero en silla de ruedas sobre los lugares visitados (tanto recursos como oferta turística).

## **8.6.- TRAVEL OPEN APPS 2016**

Dentro del marco de la contratación para el desarrollo de la plataforma Travel Open Apps (expte. 13/12), para las anualidades 2013-2014, prorrogado para las anualidades de 2015 y 2016, las actuaciones durante el año 2016 han consistido en, primero, vigilar el cumplimiento del pliego de condiciones técnicas, de tal forma que se incorpore las evoluciones propuestas en el mismo y en segundo lugar, la captación del mayor número posible de empresas turísticas.

En 2016 se ha profundizado en captar nuevas empresas y operadores para la plataforma, y el necesario mantenimiento del código ya entregado se ha trabajado en diferentes desarrollos en busca de la usabilidad de la herramienta:

### **BackOffice de Hotel y OC**

#### *Evolución sistema de publicación a OTA's*

Se ha incorporado la posibilidad de publicar por canal y con un solo click podemos publicar contra un operador lo que ya tengamos precargado en el sistema. Se ha creado una nueva visualización a 6 meses, mejorado el reléase a nivel de tarifa, mejorado el control de errores. Con respecto al cupo el sistema se ha preparado para utilizar siempre el cupo que haya en el PMS del cliente, además se ha trabajado en la implementación de un cupo de seguridad. Se guardan tarifas antiguas para poder ser usadas en cualquier momento, se ha mejorado la posibilidad de publicar masivamente en diferentes canales y para mejorar la usabilidad y ahorrar tiempos de espera se envían solo los cambios a realizar en el sistema ahorrando considerablemente el flujo de datos mejorando entre otras los tiempos de respuesta de pantalla.

### Sistema de Políticas Comerciales

Idioma de la sesión y nombre de la política multiidioma. Políticas comerciales para clientes VIP y Metabuscadors. Mostrar el desglose de políticas en la pantalla de operativa. Actualización de precio final siempre a la vista para facilitar la labor comercial. Implementación de un sistema de Histórico de cambios permitiendo volver al paso anterior con un solo click. Días de release con rango y aplicación de política comercial según la distribución de la reserva. Además, se ha incluido un contador en la pantalla de consulta de políticas para indicar cuantas reservas están asociadas a esta, además de configurar un etiquetado libre por reserva. Se puede hacer búsquedas incluso por una política comercial.

### Inventario compartido

Se ha implementado el inventario por días sueltos sobre una visualización de calendario agilizando muchísimo el trabajo en la plataforma

### Gestor de Tarifas

Se está trabajando en una nueva pantalla que permite una gestión de tarifas más sencilla y directa. Este nuevo módulo mostrará en modo malla todos los precios combinados entre tarifas y habitaciones. Del mismo modo también se mostrarán las restricciones y el cupo asociado. La pantalla ya está activa en producción y permite consultar todas las tarifas tanto internas como externas (Booking, Expedia y Hotelbeds) de forma compactada. Muchos y variados cambios con respecto a los suplementos y descuentos en tarifa derivados de las políticas comerciales. Se ha trabajado en una fórmula para facilitar la comprensión de los mismos (tanto para aplicarlos como para el cliente final).

### Metabuscadors

Nuevo módulo que permite publicar precios a los Metabuscadors, inicialmente se conectará a Trivago. De esta forma tendremos una nueva arma para reconducir tráfico a las webs de los proveedores. Actualmente estamos en el proceso de certificación por parte del metabuscador. Se ha implementado una comparativa de precios y el sistema permite comprar los precios de las webs de los proveedores con Trivago y Booking, con el fin de detectar disparidades de precio lo antes posible.

### Multimedia

Nuevo módulo multimedia, más ágil y sencillo que incluye nuevo contenido necesario para tipificar correctamente la información que presentamos en las webs. El modulo va en línea con la carga única, y así dejaremos un módulo para carga de precios otro para carga de contenido.

### CMS

Mejoras en la WEB para potenciar el diseño responsive y optimización de la carga de las WEB's reduciendo la carga de los css y js que se cargan al inicio y reduciendo los tiempos

de respuesta de la construcción de la web. Con ese mismo objetivo se cachean las peticiones de los sitemap y sitemap

Se ha preparado un módulo de comentarios que cubre las necesidades básicas para captar las opiniones en nuestras webs del cliente final.

### Business Intelligence

Generación de Informes a medida. Se han realizado una serie de informes a medida para la dirección del proyecto. Se han mejorado los Informes desarrollados en la herramienta y la personalización inicial de los informes.

Se ha conseguido importantes avances en cuanto a la usabilidad de la herramienta haciéndola cada vez más intuitiva y automática. Se han incorporado nuevos filtros por canal y sistemas en los DashBoard, de esta forma se puede distinguir fácilmente la venta de web, channel o stockist.

En relación con la visibilidad de la oferta turística cargada en Travel Open Apps dirigida al cliente final, en 2016 se ha remodelado el motor de reservas consiguiendo agilizar los pasos acortando el número de clics hasta finalizar la acción de reserva. La mejora ha servido para los 3 motores: alojamiento, oferta complementaria y restauración.

Se ha continuado facilitando la realización de webs para las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana a través de Travel Open Apps. Y también la implantación de los motores de venta para facilitar la reserva directa desde la propia web de esas empresas turísticas, extensiva a todo tipo de empresas (alojamiento, AA.VV., turismo activo, restaurantes, etc.). Los datos de 2016 muestran que 70 empresas han solicitado el alta en la plataforma durante este año. El volumen de reservas de Travel Open Apps se sitúa durante el año 2016 en 55.383 reservas confirmadas y el volumen de negocio generado por estas reservas ha sido de cerca de 28 millones de euros.

## **8.7.- COMUNICACIÓN OFF LINE: PUBLICACIONES Y CONTENIDO GRÁFICO**

En el marco de las acciones para la comunicación de la marca Comunitat Valenciana, durante el ejercicio 2016, dentro del programa de Publicaciones y Material Promocional se han llevado a cabo diferentes actuaciones con el objetivo de asegurar la mayor difusión y conocimiento de imagen turística.

Para atender a las necesidades de los servicios de información al visitante en destino y promoción de la oferta turística de la Comunitat Valenciana en ferias, eventos y promociones tanto nacionales como internacionales se ha procedido a la realización de las siguientes acciones.

### 8.7.1.- Reimpresiones y Nuevas Ediciones

- Flyers de producto castellano e inglés

A principios de 2016 con motivo de la feria de Fitur 2016, se ha contratado la impresión de las nuevas publicaciones de producto, de las cuales se han editado 5.000 ejemplares de cada una en castellano.

- flyer turismo accesible,
- flyer turismo LGBTI,
- flyer turismo gastronómico,
- flyer turismo activo/interior
- flyer ruta de la seda.

En el primer trimestre, se realizó la versión en inglés. Así mismo, durante el último trimestre del año, se ha realizado una nueva tirada corregida del flyer de la Ruta de la Seda por falta de existencias en el almacén.

- Folleto y póster de Fallas 2016

Por cuarto año consecutivo, se ha realizado, en colaboración con la Federación Valenciana de Hostelería, el diseño y la impresión de 10.000 ejemplares de “Descubre las Fallas”, un folleto de ofertas de restauración en la ciudad de Valencia y alrededores con motivo de las Fallas y póster.

- Planos de ciudades adaptados segmentos LGBTI

En 2016, por primera vez la Agència Valenciana del Turisme ha diseñado y aprobado un Plan de Marketing cuyo objetivo fundamental es intentar posicionar el destino turístico Comunitat Valenciana como un destino acogedor para el turista LGBTI.

Con tal fin se han preparado una serie de actividades promocionales que se iniciaron con la participación con stand propio en la feria FITUR-Gay el mes de enero de 2016. Para poder optimizar las sucesivas acciones y facilitar la información correcta de la oferta de la Comunitat Valenciana para el turista LGBTI se ha realizado la adaptación e impresión de los planos turísticos de Valencia y Benidorm donde se concentra la oferta turística y de ocio, dirigida al consumidor LGBTI. Se ha editado 5.000 ejemplares de cada ciudad.

- Concurso Publicaciones

Durante el primer trimestre 2016, se ha iniciado una contratación mediante concurso público (EXPTE 21/16) para la reimpresión de distintas publicaciones turísticas cuya edición se llevará a cabo durante el primer semestre 2017.

- ◆ Guía calas y playas con encanto: 1.000 ejemplares

- ◆ Guía golf : 2.000 ejemplares
- ◆ Guía de buceo: 1.000 ej.
- ◆ Guía genérica Comunitat Valenciana: 41.000 ejemplares
- ◆ Guía genérica ruso: 1.000 ejemplares
- ◆ Guía de Alicante: 8.000 ejemplares
- ◆ Guía de Valencia: 9.000 ejemplares
- ◆ Guía de Castellón de la Plana: 2.000 ejemplares
- ◆ Guía rutas y excursiones: 5.000 ejemplares
- ◆ Guía senderismo: 1.000 ejemplares
- ◆ Plano Valencia: 35.000 ejemplares
- ◆ Plano Alicante: 20.000 ejemplares
- ◆ Plano Castellón de la Plana 17.000 ejemplares
- ◆ Talonarios planos ciudades 13.000 ejemplares
- ◆ Mapa Comunitat Valenciana: 25.000 ejemplares

- Plano-guía ciudades de Valencia

Para poder atender las necesidades en el último trimestre de 2016 de la Red Tourist Info, actos promocionales y ferias en las que participa la Agència Valenciana del Turisme y solicitudes externas de material promocional para congresos y otras entidades, se ha procedido a la impresión de 40.000 ejemplares de planos de la ciudad de Valencia en castellano/inglés y francés/alemán:

- Plano de la ciudad de Valencia castellano/inglés: 30.000 ejemplares
- Plano de la ciudad de Valencia francés/alemán: 10.000 ejemplares.

### **8.7.2.- Creación gráfica**

- Ferias nacionales e internacionales

La presencia de la Agència Valenciana del Turisme en las diferentes ferias nacionales e internacionales se apoya en fotografías de carácter turístico que realzan la imagen de la Comunitat Valenciana. Para ello, se han diseñado diferentes gráficas personalizadas para cada mercado, país o producto en las distintas participaciones a las que se ha acudido.

- Roll ups

Se han diseñado y producido 2 roll ups con motivo del Consell de Turisme de la Comunitat Valenciana.

### **8.7.3.- Otras actividades**

#### **A- Merchandising**

Con el objetivo de reforzar la estrategia de comunicación y el conocimiento de la marca turística Comunitat Valenciana en congresos, ferias y eventos a los que asiste la Agència

Valenciana del Turisme, se ha procedido a la producción de los siguientes elementos de merchandising:

- Mochilas BTT (1.000 unidades)
- Portadocumentos (1.000)
- Memoria USB colores (2.000 unidades)
- Pins colores (2.500)
- Chapas marca Comunitat Valenciana (2.500 unidades)
- Chapas logotipo Ruta de la Seda (3 modelos: 2.500)
- Chapas logotipo Camins de Dinosaures (2 modelos: 2.500)
- Bolsas de plástico promocionales: 20.000.
- Cucharas de palo de paella (2.000).
- Libretas colores con Chaim "Mediterráneo en Vivo" (2.000)
- Tacos colores con Chaim "Mediterráneo en Vivo" (2.500)
- Abanicos LGBT (2.000)
- Pulseras de silicona producto LGBT (2.000)
- Pelotas de playa (3 modelos de diferentes colores: 2.000).

#### **B- Banco de imágenes turísticas**

- Reportaje fotográficos de destino

El banco de imágenes turísticas es una herramienta estratégica de éxito de las acciones de comunicación del turismo y es base esencial para la producción de los soportes de comunicación editados por la Agència Valenciana del Turisme contribuyendo así a una promoción eficaz de los productos y destinos.

Por ello, en 2016, se ha procedido a la realización de un reportaje fotográfico de destinos de la Comunitat Valenciana con calidad publicitaria para su utilización en toda acción promocional y en todo tipo de soporte.

- Cesión de imágenes par entes públicos y medios de comunicación

Asimismo, siguiendo la línea de colaboración con agentes externos, se ha prestado 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. También se han atendido solicitudes de otros departamentos de la propia Agència Valenciana del Turisme y Generalitat.

- Banco de imágenes

La Agència Valenciana del Turisme tiene como objetivo la divulgación de los recursos turísticos que puedan satisfacer las nuevas tendencias de la demanda la comunicación de la mejor imagen de los productos turísticos que componen la oferta del sector turístico. Así mismo, debe propiciar el crecimiento de la actividad turística desde el enfoque del desarrollo sostenible y potenciar las acciones de promoción de la oferta turística de la

Comunitat Valenciana, y sus distintas marcas y productos turísticos, dentro y fuera de su ámbito territorial.

Para lograr estos objetivos, uno de los instrumentos con los que cuenta la Agència Valenciana del Turisme es un banco de imágenes que representan la realidad turística de la Comunitat Valenciana.

Por este motivo en 2016, se ha puesto en marcha una licitación para la actualización y ampliación del Banco de Imágenes de la Comunitat Valenciana, licitación que contempla 3 tipos de servicios:

- imágenes destino/recurso turísticos
- imágenes de productos
- imágenes experienciales.

## 9.- ACTIVIDADES PROGRAMA RED DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

El objetivo del Programa **RED TOURIST INFO** es ofrecer al turista un servicio de información y acogida y una imagen homogénea en todo el territorio a través de las oficinas de información turística. Las oficinas se organizan bajo la estructura corporativa de la Red Tourist Info, que promueve y gestiona la Generalitat, a través de la Agència Valenciana del Turisme, con oficinas propias y de gestión local, incidiendo así en la satisfacción y fidelización del cliente y en la mejora de la gestión turística de los destinos.

El modelo de gestión se basa en servicios de calidad, vinculados a la marca “Comunitat Valenciana; en sistemas de trabajo y materiales homologados para toda la Red y en la cualificación profesional de los informadores que atienden de forma personal y directa al cliente durante su estancia.

En el ejercicio 2016 se ha modificado el **modelo de convenio Tourist Info**, tras un periodo de revisión y adaptación del mismo al Decreto 176/2014, de 10 de octubre del Consell, por el que se regulan los convenios que suscriba la Generalitat y su registro. Los cambios más importantes afectan a la duración, que pasa de ser indefinida a fijarse en dos años, con prórroga de otros dos años y un máximo de cuatro, la creación de una comisión de seguimiento del convenio durante la vigencia del mismo, y la concreción de las obligaciones económicas en cuanto a importe, programa presupuestario y ejercicio presupuestario, configurada esta como una subvención. Por consiguiente la colaboración pasa a estar sujeta a los requisitos establecidos en la normativa de subvenciones en cuanto a la concesión, gestión y reintegro.

El ejercicio 2016 cerró con **13 puntos de información** temporales y **203 oficinas** en funcionamiento dentro de la Red (77 oficinas en Alicante (el 38% del total de las oficinas



de la Red), Valencia con 71 (el 35%) y Castellón con 54 (el 26%): con una buena presencia del servicio a lo largo de la Comunitat Valenciana tanto en destinos de litoral, como de interior y urbanos, gestionadas en colaboración con **143 entidades locales** y entidades turísticas. A estas se añaden el punto de información exterior de Bruselas.

Cabe destacar que el 85% de las nuevas oficinas que se han incorporado en los últimos años se ubican en destinos turísticos de interior.

La Red se ha visto reforzada en su labor como *herramienta de marketing de los destinos*, procurando su evolución hacia nuevos servicios que se adapten mejor a un mercado más segmentado y exigente. En 2016 se ha seguido trabajando en el desarrollo de un proyecto de integración de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión y los servicios, “Red Tourist Info s.XXI”, con un avance significativo en la formación y dotación de herramientas corporativas para que las oficinas participen activamente en las estrategias de posicionamiento *online* de los destinos turísticos.

### 9.1.- COBERTURA DE LA RED E INDICADORES DE SERVICIO.

La Red *Tourist Info* presenta una cobertura territorial comarcal del 100% (presencia en las 34 comarcas de la Comunidad).

La Agència Valenciana del Turisme ha incorporado durante 2016, **cuatro nuevas oficinas**, Tourist Info Villa de Aspe (Alicante), Tourist Info Callosa d'en Sarrià-Balcó de l'Algar (Alicante), Algemés-Mercat (Valencia) y Tourist Info Cirat (Castellón).

Además, durante 2016 se ha restablecido el servicio en las oficinas Tourist Info Albaida (Valencia) y Tourist Info Calp Centro (Alicante).

*La Agència Valenciana del Turisme trabaja también en la modernización de la imagen y mejora de las instalaciones de las Tourist Info.* Así dentro de las ayudas convocadas para el 2016 y dirigidas a las entidades locales de la Comunidad Valenciana, el Programa 6 “**Adecuación y mejora de las instalaciones de la Red Tourist Info**”, que recoge como actuaciones subvencionables los proyectos de inversión en oficinas de información turística adheridas en la Red Tourist Info que tengan como objeto la mejora de los servicios al turista en destinación a través de la adecuación, renovación o modernización de sus instalaciones, se han considerado favorables 28 proyectos (diez en la provincia de Alicante, nueve en la provincia de Valencia y otros nueve en la provincia de Castellón).

Además, se han llevado, por iniciativa propia de la Agència otras pequeñas actuaciones consistentes en la ampliación, reposición por deterioro o renovación de la implantación de la marca corporativa Tourist Info en 24 oficinas de la Red Tourist Info.

En cuanto al **modelo de gestión y relación interadministrativa**, en 2016 la Agència Valenciana del Turisme y la Fundación Turismo Valencia Convention Bureau de la Comunitat Valenciana han estrechado su colaboración en la prestación de servicios de información turística, 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 Fundación Turismo Valencia Convention Bureau de la Comunitat Valenciana, para prestar servicio de información turística.

El conjunto de la Red atendió en 2016 un total de **2.134.123 demandas de información** en destino, el 63,6% de las cuales han correspondido a turistas nacionales. En total, y según el registro estadístico de la Red Tourist Info, son **2.239.146 las personas que han visitado las oficinas y puntos de información de la Red**, de las cuales el 66,4% proceden de territorio español.

En cuanto a los **indicadores cualitativos** más significativos, cabe destacar la Encuesta de Satisfacción del Cliente que procesó en 2016 un total de **7.338 cuestionarios**, considerando válidos **6.923**, por haber sido respondidas la totalidad de las preguntas.

Estos cuestionarios registraron un grado medio de **satisfacción de expectativas** del cliente sobre la oficina visitada de **9,57 puntos sobre 10** y con un **9,42 sobre 10 la atención y servicios ofrecidos** en las mismas. Además, un 46,6% indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info.

## 9.2.- ORIENTACIÓN AL CLIENTE: EL PLAN DE CALIDAD

A través del **Plan de Calidad**, se fomenta la cultura de la excelencia entre los informadores locales y se impulsa la implantación de sistemas de aseguramiento de la calidad, trabajando también aspectos medioambientales, de accesibilidad universal y de calidad total en destino –SICTED-.

La Comunitat Valenciana cierra 2016 como **líder nacional en Calidad Turística por CCAA** -empatada con Andalucía-, en número de oficinas certificadas con la Q de calidad en España. A lo largo de 2016 se superaron de forma satisfactoria **78 minuciosas pruebas de auditoría externa o Evaluación**: 29 certificadas con la Q de Calidad Turística; 7 oficinas realizaron la evaluación de la ISO 9.001; 1 oficina la de la norma ISO 14.001 (gestión medioambiental); 1 distinguida con la UNE 17.001 de Accesibilidad Integral y 40 oficinas con el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino –SICTED-

Según los datos que publica el ICTE (Instituto de Calidad Turística de España) con respecto a la “Q” **cerca del 25 % de las oficinas españolas distinguidas con la “Q” pertenece a la**

## Red Tourist Info.

Comité de Calidad: la Agència ofrece a las administraciones locales, a través de medios propios, 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 y en vías de certificación de la Red.

A partir de 2013 el Comité amplió su cometido a experiencias sobre proyectos de tecnologías e innovación.

En 2016 se celebraron dos reuniones del Comité:

- **20ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info** en Benidorm el 1 de julio de 2016. Con los siguientes puntos tratados.
  - Balance del primer semestre de 2016 con el resultado de las últimas auditorías de certificación, renovación y seguimiento de norma UNE-ISO 14785, Norma UNE 187003, Norma UNE 9001, Norma UNE 14001, Norma UNE 17001, así como de las oficinas con el distintivo Compromiso con la Calidad del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino – SICTED.
  - Identificación de las empresas de turismo activo y su legalidad. Análisis entre las divergencias entre legalidad municipal y legalidad autonómica en la oferta turística reglada.
  - Conocimiento de proyectos y experiencias innovadoras de la Red Tourist Info.
- **21ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, durante las XV Jornadas de la Red celebradas en Cinctorres-Forcall el 1 de diciembre de 2016.**

En la que se trataron los siguientes puntos:

- Balance de 2016 con el resultado de las últimas auditorías de certificación, renovación y seguimiento de norma UNE-ISO 14785, Norma UNE 187003, Norma UNE 9001, Norma UNE 14001, Norma UNE 17001, así como de las oficinas con el distintivo Compromiso con la Calidad del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino – SICTED.
- Creación de grupo de trabajo para desarrollo de aplicaciones tecnológicas para la Red Tourist Info, en el Portal turístico de la Comunitat Valenciana, Intranet de la Red Tourist Info y Base de datos Winsitur.
- Concurso de Hospitalidad Red Tourist Info 2017. Adelanto de la dinámica básica.

- Concurso de Innovación de la Red Tourist Info 2017. Adelanto de la dinámica básica.
- Difusión del programa Huella de Carbono.

### 9.3.- 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 de la Unidad: formación a medida, solución de incidencias, organización de encuentros, valoración y propuestas de mejora del servicio, procedimientos de trabajo, manejo de herramientas, etc.

Asimismo, las oficinas propias de la Agència Valenciana del Turisme, emplazadas en las capitales de provincia, han prestado apoyo para la puesta en marcha de nuevos servicios en su provincia, cubriendo informativamente aquellos destinos que no cuentan con oficina propia. En 2016 se registraron **130 acciones** de asistencia técnica y coordinación con desplazamiento de los coordinadores, jefa de la unidad y personal propio en las tres provincias hasta los destinos.

Por otra parte, en 2016 se ha apoyado a distintas entidades para la promoción turística en destino de eventos y productos, colaborando entre otros con; CONHOSTUR (Descubre el sabor de las fallas), Gastronomic Spain (Distribución de postales gratuitas), Jornadas de puertas abiertas “Abrimos el Mar” con las Escuelas de Vela de la Comunidad Valenciana, la Gala ADV15, la Escola de la Mar de Borriana y el Canoe Polo 2016, además se ha distribuido material informativo y realizado una visita guiada con el evento AUTELSI, se recibió a la Delegación Cultural Juvenil Chilena, se colaboró con el Festival Formigues dirigido a público familiar en Benicàssim, y con la difusión de las Jornadas Interdisciplinarias de Playas Continentales celebradas en Gestalgar.

Además de distintas visitas guiadas a las Tourist Info propias solicitadas para alumnos nacionales e internacionales.

### 9.4.- COLABORACIÓN CON LOS CENTROS FORMATIVOS Y UNIVERSIDADES VALENCIANAS

Las oficinas Tourist Info propias recibieron en 2016 un total de 17 alumnos en prácticas procedentes de distintos centros públicos de formación profesional (Módulo de Comercialización y Promoción Turística) y universidades valencianas (Grados de Turismo y

Comercio Exterior); y una alumna que participó en el programa de gestión, en el equipo de Sede Central.

Los alumnos que realizan estas prácticas participan de las tareas básicas, en los centros donde están destinados, y reciben, a través del personal del Servicio y de los cursos del Plan de Formación, conocimientos para su capacitación profesional como informadores o técnicos, según el destino.

### 9.5.- CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN

Para garantizar al visitante la mejor estancia, el servicio se ha de orientar estratégicamente a la satisfacción y fidelización del turista: que vuelva, que nos recomiende. Por ello, la calidad y profesionalidad de los recursos humanos son dos parámetros permanentes para reforzar la labor que realiza la Red Tourist Info y, en última instancia, optimizar el consumo turístico dinamizando el gasto en destino.

Las estrategias de marketing de la Agència Valenciana del Turisme establecen líneas de actuación para alcanzar la excelencia en la atención al cliente, a través del ya mencionado Plan de Calidad y del **Programa de Formación de la Red Tourist Info**.

En colaboración con empresas, administraciones turísticas y otras entidades, en 2016 se han realizado **9 jornadas formativas**, con un total de **80 horas de duración** y una participación de **308 asistentes**. Las actividades se llevaron a cabo bajo distintos formatos como *famtrip*, jornadas de destino, presentaciones de productos, cursos, encuentros, talleres, etc., persiguiendo siempre reforzar las técnicas profesionales del personal de frontera y mantener al día su conocimiento de la oferta. Por otra parte, gracias la cobertura de la Red de CDT's, se consigue acercar la formación a las oficinas, realizando ediciones por provincia del mismo curso.

En cuanto a contenidos competenciales, se ha trabajado técnicas de atención al cliente - hospitalidad-, gestión de calidad, tecnologías, accesibilidad, así como Sistemas de Reducción de la Huella de Carbono, entre otras materias, contenidos dirigidos a técnicos e informadores turísticos de la Red.

En noviembre se convocaron, en colaboración con los Ayuntamientos de Cinctorres y Forcall, las XV Jornadas de la Red Tourist Info. En esta edición se reunieron cerca de 90 informadores y técnicos municipales de 59 destinos. Durante 2 días, los informadores pudieron conocer de primera mano el modelo turístico de estos municipios de interior, patrimonio, cultura, gastronomía y la visita a los importantes yacimientos paleontológicos de la zona.

Entre los famtrip de productos y destinos realizados, cabe destacar el *famtrip* a Manises,

Riba-roja de Túria, Elche, “Tour&kids” en Alicante, Aeropuerto Alicante-Eche.

En colaboración con asociaciones profesionales y representantes de los distintos subsectores turísticos, se han trabajado productos como el de Naturaleza, Cultural, Gastronomía, con el fin de mejorar el soporte a la promoción y comercialización de las empresas en destino. En 2016 se ha colaborado con la Red de CDT’s, Invat.tur, Asociación ATURFAM, Centre d’educació ambiental de la Comunitat Valenciana y con establecimientos e instalaciones turísticas.

Se ha continuado trabajando con la Red de Parques Naturales de la Comunitat Valenciana, a través de la figura de los PIC (Oficinas Tourist Info acreditadas como Puntos de Información Colaboradores de Parques).

## 9.6.- SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

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.

- WINSITUR y MANTUR (bases de datos de la oferta turística). Cuentan con **26.704 registros**, de los cuales, los correspondientes a oferta complementaria se mantienen de forma descentralizada desde las oficinas, con la supervisión de las oficinas propias. La contabilización de las operaciones de validación de datos y de tráfico de documentos con información para la actualización de las bases de datos son dos de las tareas, de las que se prescindió como consecuencia del recorte de personal de la Unidad de Información Turística.
- Agenda Tourist Info (Portal Turístico comunitatvalenciana.com): las oficinas publican y actualizan diariamente en internet **información sobre los eventos culturales y de ocio** que se celebran en los destinos. Se trata de un contenido con un alto nivel de demanda. En 2016 las oficinas han editado y difundido, además de otros contenidos del Portal, un total de **2.786 páginas** con información de fiestas y eventos de sus destinos en diferentes idiomas.
- Redes sociales: La actividad virtual de las oficinas en Facebook y en otros canales facilita la relación con el turista y el sector empresarial. Desde 2011, la *Red Tourist Info* está presente en Facebook para contar con un canal de comunicación que refuerce la difusión de la Agenda de Tourist Info y la interacción entre las oficinas.

En 2016 se sigue consolidando esta presencia en redes sociales y potenciando tanto la participación de las 4 oficinas propias, con sus perfiles propios, así como de las oficinas

conveniadas que van aumentando su presencia en otros canales como Twitter, Flickr, Foursquare, Pinterest, Instagram, Youtube.

- Fan Page del **Tourist Info Alicante en Facebook: 2.027 seguidores** (un incremento del 34% con respecto al año anterior).
- Fan Page del **Tourist Info Castellón en Facebook: 4.250 seguidores** (un incremento del 23% con respecto al año anterior).
- Fan Page del **Tourist Info Valencia en Facebook: 1.012 seguidores** (un incremento del 22% con respecto al año anterior).
- **Fan Page Red Tourist Info: 4.628 seguidores** (un incremento del 16% con respecto al año anterior).

## 9.7.- PROYECTOS DE INNOVACIÓN

El contexto turístico actual requiere optimizar las tecnologías y oportunidades del nuevo entorno online, facilitando la evolución de las oficinas Tourist Info hacia nuevas tendencias, servicios, conocimiento del cliente y, en definitiva, mayor presencia de la *Red Tourist Info* en la estrategias de marketing de los destinos.

La Generalitat trabaja conjuntamente con las entidades locales en la modernización de las oficinas y en el impulso de nuevos servicios que acerquen a la Red Tourist Info a las exigencias de la información turística del s.XXI: la tematización de oficinas, las redes sociales como nuevos canales para ofrecer información al cliente en todas las fases del viaje, un número creciente de oficinas que ofrecen conexión *Wifi* gratuita a los turistas, integración de códigos “QR” para el acceso a la descarga de folletos o *apps* turísticas, o las cerca de 30 oficinas que disponen de soportes de marketing dinámico como pantallas táctiles 24h o pantallas para la difusión de información.

En esta línea, en 2016, se puso en marcha una nueva plataforma online que como nueva herramienta de trabajo para la Red Tourist Info permite registrar tanto las demandas de información atendidas en las oficinas, como realizar las encuestas de satisfacción a los turistas. Con esta herramienta se ha pasado de la recogida y tratamiento manual de los datos, tal y como se venía haciendo hasta ahora, a la posibilidad de explotar estos datos en tiempo real y de manera automática.

Como complemento al punto anterior y a modo de experiencia piloto, se suministraron **90 tablets y teclados inalámbricos** para la Red Tourist Info, como elemento de apoyo del servicio en mostrador, para las siguientes funciones:

- Toma de datos (estadísticas) de peticiones en mostrador, telefónicas y online en soporte sobremesa.
- Cumplimentación de encuestas directamente por el cliente en mano con cable de seguridad.
- Escaparate de información (material gráfico, audiovisual, portal web, etc.) y hoja de consulta para la atención del turista en mostrador.

## 9.8.- FOMENTO DE LA HOSPITALIDAD TURÍSTICA

Ciudadanos y turistas de la Comunitat Valenciana celebraron el *Día Mundial del Turismo 2016* participando con las oficinas de la Red *Tourist Info* en las numerosas actividades que se organizaron a lo largo de toda la Comunitat Valenciana, con un tema común: “Turismo para todos”.

La Agència Valenciana del Turisme impulsó este programa de puertas abiertas dentro de la campaña “Sé turista en tu ciudad. Turismo somos todos, todo es turismo”, para poner de manifiesto, tal y como afirma Naciones Unidas, que el 15% de la población mundial, según estimaciones, vive con algún tipo de discapacidad, además, debido al envejecimiento de la población, la accesibilidad universal del turismo acabará, antes o después, por beneficiarnos a todos. La accesibilidad para todos debería, por tanto, estar en el centro de las políticas de turismo y de la estrategia empresarial.

La estrategia de comunicación turística se articula en función de los diferentes canales o soportes complementarios entre sí, ya que a la tradicional línea de comunicación basada en publicaciones impresas se suma cada vez con más fuerza la comunicación a través de Internet como una vía eficaz de promocionar la Comunitat Valenciana.

A esto hay que añadir la publicidad a través de campañas de comunicación o inserciones directas en medios de comunicación como refuerzo en periodos pre vacacionales y la colaboración con diversas entidades para actuaciones de marketing turístico.

**Este informe de gestión recoge la *Memoria de Actividad* de la Agència Valenciana del Turisme correspondiente al ejercicio 2016.**

Valencia, a 31 de marzo de 2017

**Francesc Colomer Sánchez**  
**Presidente de la Agència Valenciana del Turisme**