PLAN ESTRATÉGICO GLOBAL DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2010-2020

DOCUMENTO BASE

Febrero, 2010

GENERALITAT VALENCIANA
IVAT-TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Índice

1. ¿Por qué una estrategia turística global para la Comunitat Valenciana?
2. El contexto turístico actual
3. El turismo como motor económico de la Comunitat Valenciana
4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico
5. Una respuesta global, adaptada al contexto de competitividad actual
   5.1 Síntesis de las actuaciones del Consell en beneficio del turismo
6. Una visión prospectiva
7. Bases metodológicas
8. Propuesta de líneas estratégicas
9. Plan de Trabajo

1. ¿Por qué un Plan Estratégico Global del Turismo?

Cambio de ciclo económico

Aceleración de las dinámicas transformadoras del mercado turístico

Objetivo:

Asegurar el papel motor del turismo en la cualificación del modelo productivo valenciano

2. El contexto turístico actual

- **Los efectos de la crisis económica en el turismo**
- Disminución del consumo en ocio y menor gasto en destino
- Reservas a última hora y acortamiento de las vacaciones
- Preferencia por destinos "cercanos" (*destinos refugio*)
- Dificultades en las compañías aéreas que se traducen en una disminución de rutas
- Mayor uso de alojamiento en vivienda propia o de amigos y familiares
- Disminución de precios como forma de combatir la crisis (pérdida de rentabilidad)
- Incertidumbre

- **Aceleración de los procesos de cambio en el mercado turístico**
- Economía digital: Internet, redes sociales e incremento del comercio electrónico
- Cambios cualitativos en las motivaciones de la demanda
- Toma de conciencia ecológica (cambio climático)
- Sensibilidad al riesgo (seguridad personal, sanitaria, …)
- Incremento de la movilidad internacional
- Liberalización de sectores relacionados con el turismo (transporte aéreo, telecomunicaciones,…)
- Turismo como parte de la denominada economía de la experiencia

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

- Aporta el **13 % del PIB** de la Comunitat Valenciana (13.845 mill.€)
- La **inversión** de las empresas de las ramas características del turismo representa el **6,5% del total** (2.139 mill. € en ampliación de capacidad y mejora de equipamientos e infraestructuras)
- Genera **el 12,8% del total del empleo** (294.679 puestos de trabajo)
- Representa el **12,4%** del total de la recaudación tributaria (2.291 mill.€)
- En el conjunto de España, somos el **3er destino para el turismo nacional** y el **5º destino para el turismo extranjero.**

23 millones de turistas

→ **5,7 millones** de extranjeros

→ **17,3 millones** de españoles

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Fuente: Exceltur-Conselleria Turisme. Impactur 2008

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Datos oferta reglada:

2008	nº establecimientos	nº plazas
Establecimientos hoteleros	889	127.699
Apartamentos	33.430	142.045
Campings	109	63.032
Alojamiento rural	1.039	9.619
Total Alejamiento Reglado	**35.469**	**342.395**

La Comunitat ocupa un lugar destacado en el segmento del turismo residencial. Según el último censo del INE, es la primera CCAA en volumen de viviendas secundarias, con cerca de un 17% sobre el total nacional.

GENERALITAT VALENCIANA

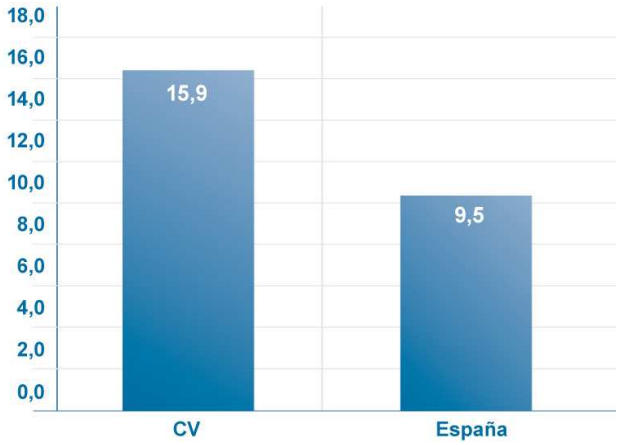
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Fuente: Agència Valenciana del Turisme. Registro de Empresas y Actividades Turísticas (dic. 2008)

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

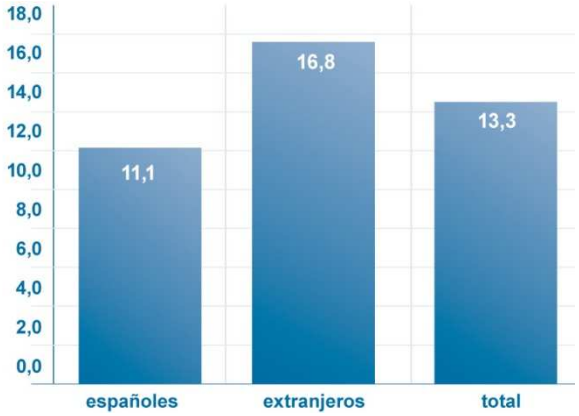
Evolución turistas extranjeros 2004-2008

	CV	España
2004	4.880.765	52.429.832
2008	5.655.800	57.417.871
2008-2004	**15,9**	**9,5**



Evolución pernoctaciones en establecimientos hoteleros 2004-2008

	españoles	extranjeros	Total
2004	13.256.323	8.327.226	21.581.670
2008	14.734.090	9.726.654	24.460.743
2008-2004	**11,1**	**16,8**	**13,3**



GENERALITAT VALENCIANA

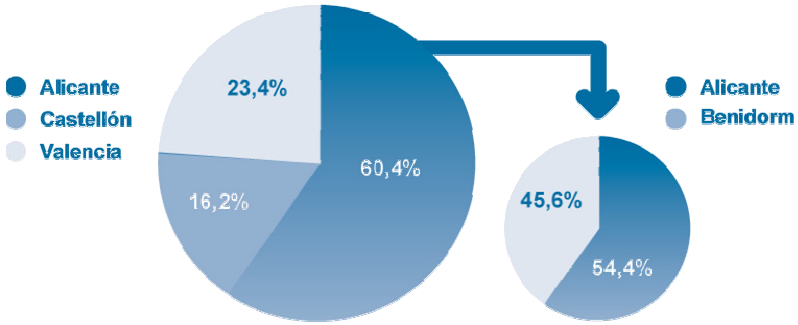
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Viajeros y pernoctaciones en total establecimientos alojamiento reglado

2008	Viajeros	% s/Total	Pernoctaciones	% s/Total
Alicante	4.241.819	48	22.960.402	60,4
Castellón	1.340.632	15,2	6.139.835	16,2
Valencia	3.251.859	36,8	8.913.264	23,4
Comunitat Valenciana	**8.834.320**	**100**	**38.013.500**	**100**

Pernoctaciones en total establecimientos alojamiento reglado



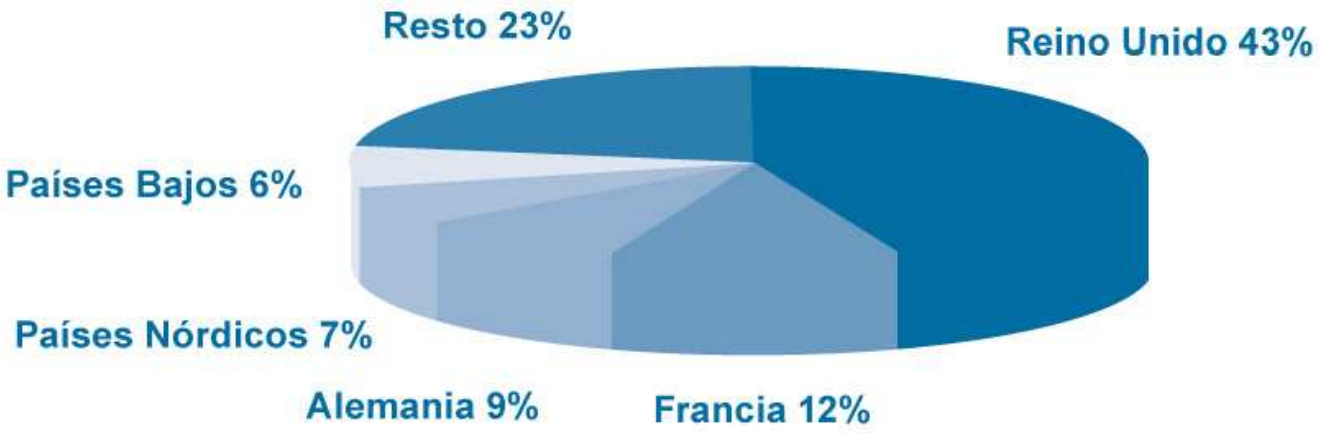
GENERALITAT VALENCIANA
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

(Fuente: INE)

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Mercado extranjero

Cuota de mercado turistas extranjeros **2008**



GENERALITAT VALENCIANA
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

FUENTE: Frontur. Instituto de Estudios Turísticos (2008)

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Perfil del turista extranjero

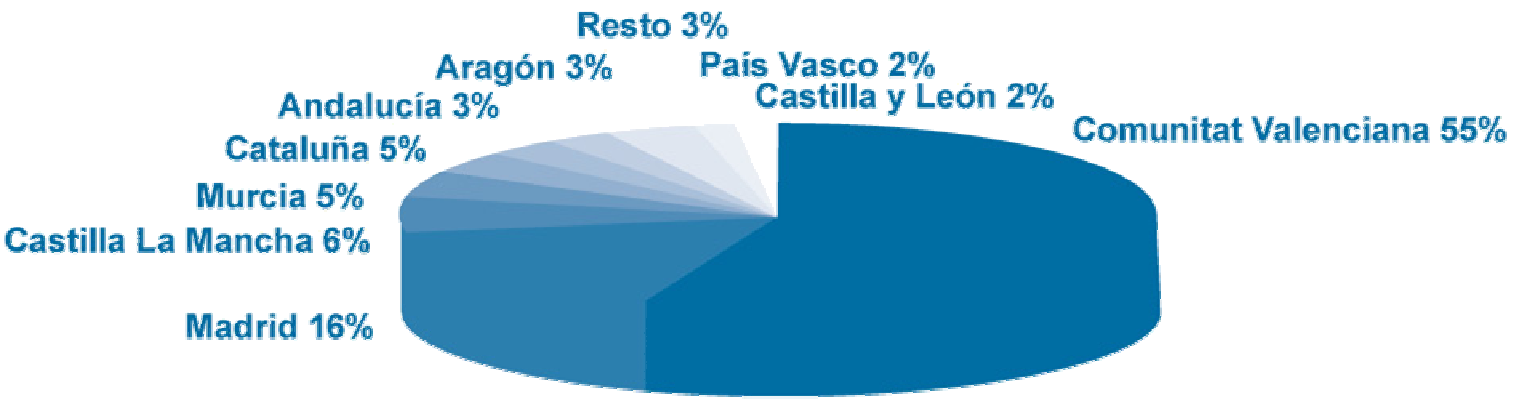
- El 80% de los turistas utiliza transporte aéreo.
- El 87% de los turistas viaja sin paquete.
- El 82,3% viaja por motivos de ocio y el 9% por motivos familiares, salud o compras. El motivo negocios, ferias y congresos representa un 5,9%.
- Un 65,7% de los turistas utiliza alojamiento extrahotelero. Dentro del alojamiento extrahotelero la vivienda gratuita representa un 70,3% y la vivienda alquilada el 21,3%.
- Su estancia media es de 12,1 días

FUENTE: Frontur. Instituto de Estudios Turísticos (2008)

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Demanda nacional

En el año 2008 se realizaron **17,3 millones de viajes** a la C Valenciana



Principales **mercados de origen** de los viajes turísticos de los españoles 2008

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Fuentes: IET (Familitur) 2008

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Perfil del turista nacional

- La **estancia media** de los turistas españoles en la CV es de **5,1 días**. Un 51% de los viajes son de fin de semana.
- La **vivienda propia** (33,9%) es la modalidad de alojamiento más utilizada, seguida de la vivienda gratuita (31,2%) y los establecimientos hoteleros (17,3%).
- Si se consideran los **viajes por motivo de vacaciones de verano**, que representan un 17%, el madrileño el primer mercado de origen, con el 35,5% de los viajes

Fuentes: IET (Familitur) 2007

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Posición competitiva

Posición de la comunitat valenciana **entre destinos nacionales**

2008	Posición	Cuota
Turistas extranjeros	5	9,9
Viajes españoles	3	11
Extranjeros + españoles	**3**	**10,7**

La Comunitat Valenciana ocupa el 3er lugar tanto en número de viajes de los españoles como en número de pernoctaciones

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Fuentes: IET (Frontur, Familitur) 2008

3. El turismo como motor económico de la Comunitat:

Resistencia de un sector fuerte y cohesionado

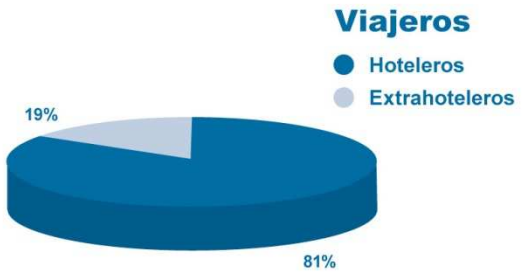
- Las previsiones indican que **el número total de turistas** que recibe la Comunitat Valenciana **se incrementará en 2009** un **5,6%**, a pesar de la crisis, debido a la **positiva evolución de la demanda nacional,** con un incremento previsto para el conjunto de 2009 del 11%.
- El **porcentaje de descenso de la demanda extranjera hasta octubre (-1,4%) se ha reducido** casi a la mitad con respecto al primer cuatrimestre (-21,67%). Los mercados alemán (-0,6%), y francés (-3,9%) presentan un descenso significativamente menor que la media, el mercado belga se incrementa un 3,9%.
- Las previsiones apuntan a que **en 2009 crecerá ligeramente** (0,5%) **el número de pernoctaciones de la demanda nacional en establecimientos hoteleros** de la Comunitat Valenciana. No obstante, se prevé un **decrecimiento** del 9,5% de **las pernoctaciones de extranjeros,** en este tipo de establecimientos.

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Demanda por alojamiento acumulado a octubre, 2009

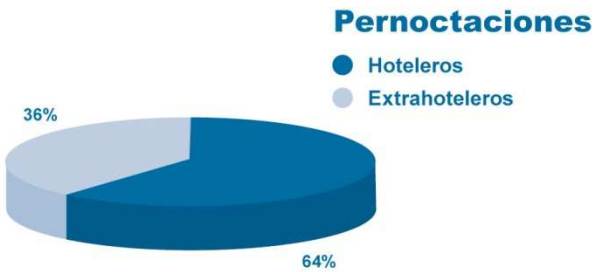
Establecimientos hoteleros (encuesta

Comunitat Valenciana	Acumulado 2009	Variación 09/08 Acumulado %
Viajeros	6.098.758	-5,19
Pernoctaciones	20.920.159	-3,95



Alojamiento Extrahotelero* (encuesta INE)

Comunitat Valenciana	Acumulado 2008	Variación 08/07 Acumulado %
Viajeros	1.374.130	-4,96
Pernoctaciones	11.331.665	-8,15



GENERALITAT VALENCIANA
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

*Apartamentos, campings y alojamiento rural

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

Demanda por alojamiento acumulado a octubre, 2009

Por provincias (encuesta INE)

	Establecimientos hoteleros		Extrahoteleros	
	Viajeros	Var.	Viajeros	Var.
Alicante	2.982.924	-3,07	689.774	-2,92
Castellón	930.926	9,43	342.098	-9,35
Valencia	2.184.907	-12,76	342.266	-3,28

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

3. El turismo como motor económico de la Comunitat

- Mayor resistencia a la crisis
- Efecto arrastre en otros sectores económicos
- Proyección exterior de la imagen de la Comunitat Valenciana
- Revalorización del patrimonio natural y cultural
- Capitalización de la Calidad de vida como referente turístico y residencial
- Vertebración y cohesión territorial

4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

Plan de Competitividad del Sector Turístico de la Comunitat Valenciana 2009-2011

- Primer Plan de Competitividad sectorial
- Diagnóstico exhaustivo de la realidad turística
- Incorporado a los programas de ayudas
- Plan Confianza: 10 millones de euros adicionales para incrementar las ayudas al sector y formalizar convenios con asociaciones empresariales

87% ya iniciadas o finalizadas

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

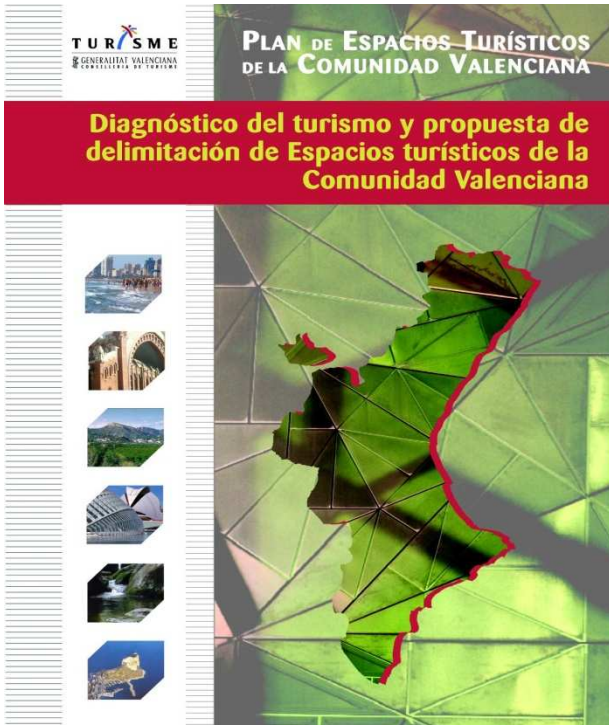
4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

Plan de Espacios Turísticos de la comunitat Valenciana

Objetivos del Plan:

1. **Desarrollo** ecológicamente **sostenible** de la actividad turística.
2. **Planificación y ordenación** de la oferta turística en su conjunto.
3. Incremento de la **calidad** de los servicios turísticos .
4. **Consolidación de los espacios y mercados actuales**
5. **Desarrollo de nuevos espacios**
6. **Respeto a los recursos naturales**.

Art. 40 Ley 3/1998 de Turismo



4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

Plan de Espacios Turísticos de la comunitat Valenciana

42 Directrices Generales para toda la Comunitat

600 Directrices Particulares para los 21 espacios

Actuaciones sobre:

- Oferta turística
- Medio urbano y planificación de espacios
- Infraestructuras
- Agentes turísticos
- Medioambiente
- Patrimonio Cultural

50% **Directrices en ejecucion**

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

Plan de Imagen y posicionamiento

Visión estratégica que inspira los Planes de Marketing anuales a partir de diferentes ejes:

- Interlocución y consenso con el sector empresarial de la Comunitat
- Adaptación de las herramientas de promoción a las necesidades reales de la empresa turística y de la demanda según la evolución anual de ventas
- Refuerzo del marketing on line, y reasignación de esfuerzos de marketing tradicional off line
- Alineación y soporte con la fuerza de ventas actual y futura de nuestros destinos: congresos de ttoo, presentaciones de mayoristas, apoyo a la celebración de eventos sectoriales,… Co-marketing.

4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

Plan de Imagen y posicionamiento (cont.)

- Estrategia orientada y dirigida hacia el consumidor final
- Un mensaje único con vocación de continuidad, mediante sinergias entre todos los canales de comunicación
- Creación y difusión del mensaje turístico, formatos e imágenes adaptado a las necesidades reales de la demanda turística. Marketing mix.
- Diversificación de mercados turísticos: acciones especializadas a partir de la micro segmentación
- Asociación sistemática de los grandes eventos a la marca Comunitat Valenciana
- Inteligencia y conocimiento de las demandas reales del mercado

4. Una estrategia de integración de planes concertados con el sector turístico

Plan de Imagen y posicionamiento

5. Una respuesta global, adaptada al concepto de competitividad actual

El índice de competitividad turística elaborado por el Foro Económico Mundial (2009), que analiza 73 indicadores diferentes para un total de 133 países, evidencia la necesidad de un enfoque global de la política turística.

Posición de España en los indicadores que mide el Índice	
Competitividad global	6º país del mundo
Infraestructura turística	1º
Recursos culturales	1º
Sector considerado prioritario	4º
Competitividad de los precios	96º
Tecnologías de la información y la comunicación	66º
Infraestructura de transportes terrestre	20º

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

5.1 Síntesis de las actuaciones del Consell en beneficio del Turismo

La acción del Consell ha contribuido decisivamente a la mejora de la competitividad Turística global de la Comunitat Valenciana

Infraestructuras y Transporte	Xarxa de Parcs Litorals. Modernización de puertos. Mejora de los frentes marítimos urbanos. Infraestructuras e intervención en centros urbanos. Infraestructuras de transportes (autovías y vías de alta capacidad, tr. Metropolitano).
Economía, Hacienda y Empleo	Grandes Proyectos (Ciudad de las Artes y las Ciencias, Ciudad de la Luz, aeropuerto de Castellón, Terra Mítica, Auditorio de Torrevieja, Centro Cultural de Benidorm, …). Grandes Eventos (Volvo Ocean Race, GP Europa F1,…) Ayudas al Desarrollo Local. Planes del SERVEF
Bienestar Social	Programas Turismo social para mayores, jóvenes, discapacitados y familias numerosas

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

5.1 Síntesis de las actuaciones del Consell en beneficio del Turismo

Educación	Formación turística reglada en turismo a distintos niveles. Cualificaciones profesionales. Intercambio de alumnos. Apoyo a eventos turismo científico
Cultura y Deporte	Museos de la Generalitat. Rehabilitación y puesta en valor del patrimonio. “La Luz de las Imágenes”. Grandes eventos deportivos (Castelló Masters Costa Azahar, circuito Ricardo Tormo, Valencia Open, …). Eventos organizados por clubes y federaciones. Deportes escolares. Campaña de actividades náuticas
Sanidad	Atención a desplazados. Refuerzo asistencial en verano.
Industria, Comercio e Innovación	Actividades de la red exterior del IVEX. Mejora del entorno comercial urbano. Arbitraje de consumo turístico. Programas apoyo IMPIVA al sector turístico. Horarios comerciales
Agricultura, Pesca y Alimentación	Programas de Desarrollo Rural: Ruralter (2008-2013) – previamente, Leader y Proder-. Cooperativas de agroturismo. Denominaciones de Origen-Gastronomía-Industria agroalimentaria

5.1 Síntesis de las actuaciones del Consell en beneficio del Turismo

Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda	Red de Parques Naturales. Política del paisaje. Gestión de recursos hídricos. Calidad de aguas costeras y zonas húmedas. Conservación y gestión de la biodiversidad. Infraestructuras verdes.
Justicia y Administraciones Públicas	Plan de Innovación y Modernización de la Administración Pública Valenciana – Horizonte 2013. Nuevo portal institucional. Impulso a la administración electrónica.
Gobernación	Policía y seguridad de los grandes eventos. Fiestas-Patrimonio etnológico. Emergencias. Incendios. Seguridad de las playas. Establecimientos eventuales de playa.
Solidaridad y Ciudadanía	Centros Valencianos en el exterior (17 en España y 31 distribuidos entre 15 países de Europa, América y Asia). Apertura de nuevas rutas aéreas como consecuencia de la inmigración que originan nuevas oportunidades para el turismo

6. Una visión prospectiva

Construir el futuro con las decisiones del presente ante escenarios de riesgo y de oportunidad

Escenario de riesgo

- Riesgos del turismo global:

  Los países desarrollados ven erosionarse su cuota del 60% de los viajes internacionales en beneficio de los países emergentes y en vías de desarrollo

Escenario de oportunidad

- Turismo locomotora económica en el ámbito de la 11ª megarregión mundial* (Arco Mediterráneo)
- La Comunitat Valenciana como territorio atractivo y dinámico, diferenciado por su calidad de vida en un entorno de alta movilidad turística y residencial

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

R. Florida (2008) identifica el Arco Mediterráneo con la 11 megarregión mundial

7. Bases metodológicas del Plan

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.1. Gestión turística como política global
8.2. Una estrategia compartida: cooperación público-privada
8.3. Fortalecimiento de la competitividad empresarial
8.4. Capital humano como factor estratégico
8.5. Hacer posible el reto de la sostenibilidad
8.6. I+D+i: conocimiento al servicio del turismo
8.7 Distribución: innovación tecnológica y estratégica
8.8 Promoción y Comunicación con la máxima eficiencia

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.1. Gestión turística como política global

Como **sector estratégico** de la Comunitat Valenciana, **todas las Consellerias** contribuyen al desarrollo del turismo de la Comunitat:

EL ESFUERZO DE TODOS PUESTO A FAVOR DEL TURISMO

Conselleria de Industria, Comercio e Innovación
Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo
Conselleria de M. Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda
Conselleria de Infraestructuras y Transporte
Conselleria de Educación
Conselleria de Cultura y Deporte
Conselleria de Sanidad
Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación
Conselleria de Justicia y Administraciones Públicas
Conselleria de Bienestar Social
Conselleria de Gobernación
Conselleria de Turismo
Conselleria de Solidaridad y Ciudadanía

La **Comisión Interdepartamental de Turismo** facilita la coordinación del Consell en materia turística. Asimismo, se atienden las peticiones del sector a través de Comisiones Técnicas bilaterales con todas las Consellerias

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.1. Gestión turística como política global

Incremento de la conectividad externa e interna a través de las infraestructuras como clave de competitividad turística

- Integración de la Comunitat Valenciana en el sistema de redes prioritarias nacionales y de la Unión Europea, con infraestructuras de alta capacidad, calidad y seguridad
- Aprovechamiento de las oportunidades que generan para el turismo infraestructuras estratégicas:
  - Renovación y ampliación de los aeropuertos de Alicante y Valencia. Puesta en funcionamiento del aeropuerto de Castellón
  - AVE Madrid-Comunitat Valenciana e inclusión del corredor mediterráneo como eje prioritario de la Unión Europea
  - Autovías y vías de alta capacidad (vertebración Norte-Sur, ejes transversales para mejorar la conectividad costa-interior) y mejora de los accesos a la red de alta capacidad)
  - Ampliación y mejora del transporte metropolitano, y de conexión con los principales destinos turísticos (eje litoral)
  - Mejora de los frentes marítimos, integración puerto-ciudad y desarrollo del turismo de cruceros

↓

Una dotación de infraestructuras equiparable a las regiones europeas más desarrolladas

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.1. Gestión turística como política global

Grandes Proyectos / Grandes eventos como eje de posicionamiento y competitividad internacional

- **Grandes proyectos**: configuración de una oferta de ocio/turismo de primer nivel internacional
  - Demanda agregada
  - Captación nuevos perfiles de demanda
  - Oferta de ocio/turismo adaptada a las nuevas tendencias de la demanda
  - Enriquecimiento de la oferta turística tradicional
  - Mejora del posicionamiento nacional e internacional
  - Elementos de cualificación del destino
  - Capacidad desestacionalizadora

- **Grandes eventos**: un destino dinámico, de permanente actualidad
  - Demanda agregada
  - Captación nuevos perfiles de demanda
  - Impacto económico
  - Proyección de imagen (repercusión en medios de comunicación)
  - Mejora de posicionamiento nacional e internacional
  - Complemento oferta tradicional
  - Diversificación de la oferta
  - Desarrollo de actividades y servicios asociados a los grandes eventos

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.2. Una estrategia compartida: cooperación público-privada

Los diferentes instrumentos de planificación y gestión impulsados por la Conselleria de Turisme han favorecido un marco de participación y cooperación público-privada que debe fortalecerse a diferentes niveles:

- Comunicación y diálogo permanente con el sector (información para la gestión, análisis de iniciativas conjuntas, etc.)
- Cooperación entre la Conselleria de Turisme y los municipios
- Iniciativas supramunicipales
- Estructuración de la oferta por productos específicos (Clubes de Producto)
- Agrupaciones empresariales innovadoras

Instrumentos y órganos para la cooperación:

- Consejo de Turismo de la Comunitat Valenciana
- Convenios de colaboración con asociaciones empresariales
- Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat.tur)
- El Plan Estratégico como canal para la participación y cooperación de agentes turísticos: grupos de trabajo, talleres de prospectiva y Comisión de Seguimiento del Plan

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.3. Fortalecimiento de la competitividad empresarial

Las administraciones deben crear las condiciones necesarias para el desarrollo empresarial desde el punto de vista de la competitividad global

Orientaciones básicas:

- Apoyo a las empresas para posicionarlas en la mejor situación competitiva posible: optimización de Planes de Ayudas Anuales, con especial énfasis en la mejora de la calidad, comercialización e innovación
- Adaptación de normativa turística a las necesidades del sector
- Colaboración interempresarial: redes de empresas y agrupaciones empresariales innovadoras
- Asistencia técnica a iniciativas empresariales innovadoras
- Internacionalización de empresas

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.4. Capital humano como factor estratégico

Orientaciones fundamentales:

- Coordinación entre necesidades laborales y oferta formativa
- Coordinación de la oferta formativa en materia de turismo a todos los niveles
- Iniciativas para un mayor reconocimiento social del personal empleado y de la formación en el sector turístico
- Desarrollo de fórmulas innovadoras: formación in-company
- Explotar las ventajas de una red única: los Centros de Turismo de la Comunitat Valenciana:
  - Adaptación permanente a las nuevas necesidades profesionales (perfiles y/o capacidades)
  - Consolidación de la formación on line
  - Convergencia entre Programas de Innovación y Formación

Una amplia oferta formativa al servicio del turismo:

Formación reglada

- Ciclos Formativos FP
- Grado en Turismo
- Posgrados
- Doctorado en Turismo

Formación continua

Formación profesional para el empleo

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.5. Hacer posible el reto de la sostenibilidad

- Revalorización del territorio, paisaje y de la cultura local
- Prevención y adaptación a los efectos del cambio climático
- Estímulo a iniciativas de responsabilidad social corporativa en las empresas
- Eficiencia energética y del ciclo hídrico
- Movilidad sostenible
- Turismo accesible
- Red de Agendas 21
- Enfoque supramunicipal de la planificación turística
- Coordinación con la Estrategia Territorial Valenciana

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.6 . I+D+i: conocimiento al servicio del turismo

Desarrollo de un política de I+D+i adaptada a las necesidades del sector turístico valenciano

El Invat.tur como centro especializado en generación y transferencia de conocimiento turístico:

- Plataforma de encuentro del sector turístico dentro de un esquema de innovación abierto
- Departamento de I+D+i externalizado de las empresas turísticas valencianas

Áreas de trabajo del INVAT.TUR

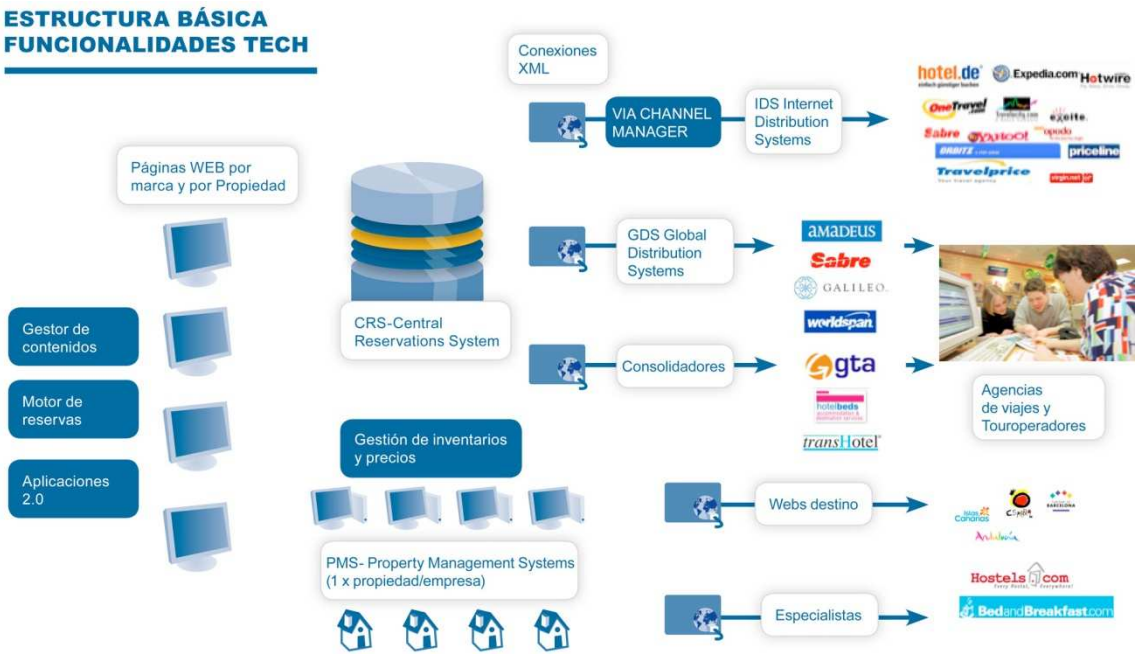
8. Propuesta de líneas estratégicas

8.7. Distribución: tecnología y estratégia

Adaptación a los nuevos canales de distribución

Desarrollo de un Sistema integrado de distribución on line (Open Apps):

- Adaptable a todo tipo de empresas turísticas (multisectorial)
- Basado en software libre
- Herramienta de capitalización de tráfico de las páginas web oficiales
- Catalizador de innovaciones en la gestión empresarial



Esquema del Sistema Integrado de Distribución en Internet

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.8. Promoción y comunicación con la máxima eficiencia

- Desarrollo de sinergias entre todos los canales de comunicación off line -ferias, workshops, press y fam trips,…- y online –redes sociales, newsletters, eventos 2.0,…- (enfoque 360º de nuestras políticas)
- Equilibrio actuaciones marketing convencional y online bajo el criterio de relación coste/impacto real en las ventas
- Sistema de Información Marketing: Inteligencia de Mercados real y futura
- Microsegmentación: potenciación Clubes de Producto
- Optimización acciones de co-marketing

8. Propuesta de líneas estratégicas

8.8. Promoción y comunicación con la máxima eficiencia

- Optimización acciones de Vertebración de la estrategia de destino según el proceso lógico de producción del viaje buscando el mayor impacto posible en los clientes y mercados turísticos garantizándonos la relevancia e intervención en todas las fases del consumo turístico:

9. Plan de trabajo

1ª fase: enero-marzo

- Validación del Documento Base por el Consejo de Turismo de la Comunitat Valenciana
- Selección Equipo redactor
- Creación de la Comisión de Seguimiento
- Identificación de los Grupos de Trabajo
- Recopilación planificación sectorial y territorial relacionada con la actividad turística e iniciativas desde el ámbito empresarial

2ª fase: abril-junio

- Estudios para la obtención del Diagnóstico estratégico
- Análisis de la competencia
- Análisis del posicionamiento de la Comunitat Valenciana en los principales mercados de origen
- Reunión Grupos de Trabajo
- Talleres de Prospectiva
- Cierre del Diagnóstico Estratégico
- Reunión Comisión Seguimiento

3ª fase: julio-septiembre

- Definición ejes estratégicos de actuación
- Definición del sistema de indicadores para el seguimiento y control de ejecución del Plan
- Reunión Comisión de Seguimiento
- Cierre del documento final
- Exposición pública y participación en torno al documento final
- Presentación y puesta en marcha del Plan

Coordinación del Plan: Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR)

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Plan de trabajo: 1ª fase

1. Validación del Documento Base por el Consejo de Turismo de la Comunitat Valenciana
2. Selección del equipo redactor
3. Recopilación de planes sectoriales y territoriales
4. Definición de instrumentos de seguimiento y participación

Órganos de seguimiento y participación

1. COMISIÓN TÉCNICA INTERDEPARTAMENTAL
2. COMISIÓN DE SEGUIMIENTO
3. GRUPOS DE TRABAJO DESTINOS
4. GRUPOS DE TRABAJO EXPERTOS
5. MESAS PRODUCTOS TURÍSTICOS
6. WEB PROFESIONAL INVAT.TUR 2.0

Órganos de seguimiento y participación

COMISIÓN TÉCNICA INTER-DEPARTAMENTAL	Todas las Consellerias	2 reuniones

Órganos de seguimiento y participación

COMISIÓN DE SEGUIMIENTO	Invat.tur Conselleria Turisme Representantes empresariales Representantes destinos	3 reuniones

GENERALITAT VALENCIANA

INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Órganos de seguimiento y participación

GRUPOS DE TRABAJO DESTINOS

Participación público-privada:

Patronatos Provinciales

Benidorm

Cámaras

2 reuniones por cada destino

Órganos de seguimiento y participación

GRUPOS DE TRABAJO EXPERTOS	Infraestructuras de transporte Turismo sostenible Competitividad empresarial Capital humano y formación Marketing e Inteligencia de Mercados Prospectiva 2020	2 reuniones

Órganos de seguimiento y participación

MESAS PRODUCTOS TURÍSTICOS

Sol y playa
Rural
Urbano
Golf
Salud y Wellness
Gastronomía
Náutico
Cultural
Activo
MICE
Lujo
Otros de interés específico

Número de reuniones variable

GENERALITAT VALENCIANA
INVAT·TUR Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas